Département fédéral de l'environnement,
des transports, de l'énergie et de la communication DETEC

Lettre signature avec avis de réception

Arc TV SA
Monsieur Claude A. Stettler
Les Tertres
2019 Chambrelien

Berne, le 31 octobre 2008

Décision

---

du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication DETEC

dans l'affaire

- **Arc TV SA, rue du Pont 23-25, 2300 La Chaux-de-Fonds, représentée par Monsieur Claude A. Stettler, Les Tertres, 2019 Chambrelien**
- **Canal Alpha Plus SA, représentée par Monsieur Marcello Del Zio, rue des Rochettes 3, 2016 Cortaillod,**

concernant **l'octroi d'une concession assortie d'un mandat de prestations et donnant droit à une quote-part de la redevance pour la zone de desserte n° 4 telle que définie au ch. 2 de l'annexe 2 à l'ORTV.**

A Appel d'offres et procédure

1 Objet

Conformément à l'art. 45 de la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV)[1] et à l'art. 43 de l'ordonnance du 9 mars 2007 sur la radio et la télévision (ORTV)[2], l'Office fédéral de la communication (OFCOM) a mis au concours le 4 septembre 2007 41 concessions pour la diffusion de programmes radio OUC locaux et régionaux ainsi que 13 concessions pour la diffusion de programmes régionaux de télévision. L'OFCOM a publié le texte de l'appel d'offres dans la Feuille fédérale[3], ainsi que sur son site www.ofcom.admin.ch, conjointement à des documents d'accompagnement, le délai pour le dépôt des dossiers de candidature étant fixé au 6 décembre 2007.

Les concessions mises au concours concernent les zones de desserte définies par le Conseil fédéral le 4 juillet 2007 (cf. annexe 2 à l'ORTV). Elles garantissent aux titulaires d'une concession de télévision régionale le droit de diffuser leur programme sur des lignes à l'intérieur de la zone de desserte attribuée. Là où l'annexe 2 à l'ORTV le mentionne expressément, les concessionnaires ont également le droit de diffuser leur programme par voie hertzienne terrestre numérique. En outre, la concession de télévision régionale donne droit à une quote-part annuelle du produit de la redevance de réception, fixée préalablement par le DETEC. Pour la zone de desserte n° 4 telle que définie au ch. 2 de l'annexe 2 à l'ORTV, la quote-part correspondant à la concession se monte à 2'661'544 francs.

2 Procédure

2.1 Dépôt des candidatures

Pour ce qui concerne la concession pour la diffusion de programmes de télévision régionale dans la zone de desserte n° 4 telle que définie au ch. 2 de l'annexe 2 à l'ORTV, Canal Alpha Plus SA (ci-après: Canal Alpha) a déposé sa candidature le 3 décembre 2007. Arc TV SA (ci-après: Arc TV) a, quant à elle, déposé la sienne le 4 décembre 2007.

2.2 Consultation publique

L'OFCOM a publié les candidatures sur Internet le 28 décembre 2007. Les cantons, les groupes d'intérêts des branches de la radio, de la télévision et de la publicité, les candidats eux-mêmes ainsi que les milieux intéressés ont eu la possibilité de s'exprimer sur les candidatures jusqu'au 20 février 2008 (des prolongations du délai ont été accordées jusqu'au 7 mars 2008). En tout, 129 avis ont été adressés à l'OFCOM, qui les a publiés sur son site www.ofcom.admin.ch.

---

[1] RS 784.40

[2] RS 784.401

[3] FF 2007 5893

Le Conseil exécutif du Canton de Berne et le Conseil du Jura bernois se sont prononcés en faveur du projet présenté par Arc TV. Ils attirent notamment l'attention sur le fait que l'octroi d'une deuxième concession de télévision régionale contribue à la diversité de l'offre en matière de média dans le Jura bernois. Ils considèrent que l'offre programmatique des deux candidats peut être considérée comme similaire. L'avantage d'Arc TV est de posséder un studio principal à La Chaux-de-Fonds et un studio secondaire à Tavannes, tandis que l'avantage de Canal Alpha réside dans le fait de sa longue expérience dans le domaine télévisuel. Toutefois, Arc TV offre un meilleur quadrillage qui pourrait entraîner une meilleure couverture du Jura bernois.

Le gouvernement de la République et Canton du Jura opte également en faveur du projet déposé par Arc TV qui présente une logique orientée « Arc jurassien » et qui intègre les trois régions que sont le canton de Neuchâtel, le canton du Jura et le Jura bernois de manière égale dans son offre programmatique étoffée et attractive. Le gouvernement jurassien remarque que le fait d'attribuer la concession de télévision au propriétaire des deux concessions radio permettra des synergies importantes dans les domaines techniques et journalistiques, même si l'indépendance rédactionnelle entre radios et télévision régionale devra être garantie. Les engagements du candidat Arc TV dans le domaine de la formation des journalistes et des animateurs représentent un facteur déterminant dans son choix. Les capacités techniques mises en œuvre par Arc TV permettront de réaliser des émissions dans les différentes régions. La Ville de Delémont et la société des auditeurs et téléspectateurs jurassiens de la Radio et Télévision Suisse Romande (SRT Jura) défendent la même position. Ces avis ne sont pas partagés par l'Association des Maires des Franches-Montagnes. Elle estime qu'attribuer aux mêmes acteurs économiques, culturels et de divertissement deux concessions de radio et une concession de télévision créerait un déséquilibre médiatique.

Le Conseil d'Etat de la République et Canton de Neuchâtel souligne l'opportunité à saisir offerte par la LRTV pour répartir les concessions entre plusieurs diffuseurs dans l'Arc jurassien et ainsi viser une concurrence accrue dans le domaine de l'audiovisuel. Pour cette raison, et parce qu'il considère que Canal Alpha a largement fait ses preuves ces dernières 20 années, il appuie la candidature de Canal Alpha. De plus, pour accomplir ses missions, Canal Alpha a été à plusieurs reprises soutenue par les collectivités publiques. La Ville de Neuchâtel soutient, elle aussi, la candidature de Canal Alpha, de même que la Communauté télévisuelle romande (CTvR), la Société Neuchâteloise de Presse SA (SNP), la SRT Neuchâtel, les employés de Canal Alpha ainsi que les diffuseurs TV Léman Bleu, Première Lune et le Comité de pilotage du candidat Vaud Fribourg TV, SA en formation, qui tous soulignent le rôle important joué par les acteurs historiques de la télévision locale romande.

Par courrier du 24 février 2008, Monsieur José Boillat, de Bassecourt, a exprimé son étonnement face à l'avis du Gouvernement jurassien qui a proposé d'octroyer les trois concessions disponibles dans l'Arc jurassien au groupe lié à Monsieur Pierre Steulet. Monsieur Boillat s'est insurgé contre cet avis qui ignorerait le potentiel économique de l'Arc jurassien et qui créerait un monopole insoutenable. Pour appuyer sa revendication, Monsieur Boillat a remis, le 13 mars 2008, une pétition réunissant 3'200 signatures de citoyens résidant dans l'Arc jurassien à l'autorité.

2.3 Droit d'être entendu

Le 11 mars 2008, l'OFCOM donnait à tous les candidats la possibilité de faire valoir leur droit d'être entendu et de s'exprimer sur les résultats de la consultation jusqu'au 16 avril 2008. Par la suite, l'OFCOM a permis aux candidats de prendre connaissance des avis émis par leurs concurrents, tout en fixant au 16 mai 2008 le délai pour les ultimes déterminations écrites de la part des candidats.

Arc TV, dans sa lettre du 20 février 2008, estime que Canal Alpha est sous la tutelle totale de l'Etat de Neuchâtel, de la ville de Neuchâtel et des milieux politiques de ce canton. Arc TV défend son approche visant l'Arc jurassien dans son entier, tant au niveau du contenu que de la couverture (studios dans chaque région) et critique que l'intention de Canal Alpha de ne couvrir que progressivement le Jura revient à définir le Jura comme une région non prioritaire. Arc TV met en doute la dotation du capital-actions de Canal Alpha et prête à sa concurrente l'intention de se recapitaliser par la première redevance basée sur la nouvelle LRTV. Après analyse de la candidature déposée par Canal Alpha[4], Arc TV conclut en faveur de son propre projet. En date du 16 avril 2008, Arc TV s'est exprimée pour répondre aux arguments avancés par les milieux intéressés lors de la consultation publique, notamment à propos de la diversité[5]. Arc TV prétend que Canal Alpha utilise sa prise de position pour compléter de façon illicite son dossier de candidature.

Canal Alpha, dans sa lettre du 20 février 2008, confirme sa volonté d'investir davantage dans les infrastructures techniques que ne le prévoit Arc TV, alors même qu'il dispose déjà d'un outil de production et de diffusion conséquent et performant. Canal Alpha souligne la transparence dans sa manière de révéler la composition de son actionnariat, tandis qu'il reproche à Arc TV de ne pas en faire de même. Canal Alpha, qui réaffirme son indépendance face à tout autre média de la région, craint que l'octroi de la concession à Arc TV ait pour conséquence de donner le contrôle de tous les médias électroniques d'une même région à un seul acteur. En outre, Canal Alpha fait une analyse critique de la candidature déposée par Arc TV[6] et joint à sa prise de position diverses lettres d'appui par secteurs[7]. En date du 15 avril 2008, Canal Alpha riposte face aux arguments avancés par les milieux intéressés lors de la consultation publique. Canal Alpha s'étonne en particulier de la prise de position d'Arc TV qui contenait une série d'attaques contre la direction de

---

[4] Prise de position d'Arc TV SA du 20 février 2008 p.3 et 4.

[5] Droit d'être entendu d'Arc TV SA du 16 avril 2008 ainsi que ses annexes.

[6] Prise de position de Canal Alpha SA du 20 février 2008 ainsi que ses annexes.

[7] Lettres d'appui par secteurs: Conseil d'Etat de la république et canton de Neuchâtel, Département de l'Economie (NE); Parlementaires fédéraux (Mme Gisèle Ory, M. Didier Burkhalter, M. Didier Berberat, M. Jean-Pierre Graber); Communes (Association des communes neuchâteloises, La Chaux-de-Fonds, Le Locle, Peseux, Cortaillod, Neuchâtel, Comité des maires des Franches-Montagnes, Le Noirmont); Services de l'Etat (Département de la gestion du territoire, service de l'énergie, Chambre neuchâteloise d'agriculture et de viticulture, Département de l'économie, service du délégué aux étrangers, Transports Publics du littoral Neuchâtelois); Téléréseaux (VIDEO 2000); Médias (Publisuisse TeleBielingue, Société Neuchâteloise de Presse SA); milieux judiciaires et de police (M. Nicolas Feuz, Police cantonale); milieux économiques (M. Karl Dobler, Nexans Suisse SA, JeanRichard SA, Precimed, PLANAIR SA; secteur de la formation (Conférence intercantonale de l'instruction publique de la Suisse romande et du Tessin, Haute Ecole Pédagogique – BEJUNE, Département de l'éducation, de la culture et des sports, Service de l'enseignement obligatoire, Centre professionnel du Littoral neuchâtelois, eaa cifom, UNINE; milieux culturels (M. Jean-Pierre Jelmini, Affaires culturelles, ville de Neuchâtel. Conservateur du Muséum d'histoire naturelle; Eglises (EREN Eglise catholique romaine, Eglise catholique-chrétienne du Canton de Neuchâtel , Fédération évangélique neuchâteloise, Réseau évangélique); secteur de la santé; secteur du sport; milieux associatifs et divers; citoyennes et citoyens; autres (Viteos SA, Empreinte communication visuelle).

Canal Alpha, ses organes d'appui et le gouvernement neuchâtelois[8]. Canal Alpha apporte certaines précisions quant au financement d'Arc TV[9] et insiste sur le caractère rassembleur de sa propre candidature, alors qu'à ses yeux celle d'Arc TV semble avoir comme seul intérêt d'être en synergie avec d'autres médias électroniques. S'agissant de la dotation en personnel, Canal Alpha prévoit d'engager davantage de journalistes RP qu'Arc TV. Pour ce qui concerne le budget formation, Canal Alpha rappelle qu'il dispose déjà d'un large savoir-faire et n'a pas besoin de former depuis le début l'ensemble de ses collaborateurs.

En date du 15 mai 2008, Arc TV reprend les divers points avancés par Canal Alpha et y répond. A la même date, Canal Alpha persiste dans l'intégralité de ses déterminations.

Dans la mesure où cela est nécessaire, les arguments supplémentaires avancés par les deux candidats seront évoqués ci–après.

3 Concession régie par l'ancien droit

Actuellement, Canal Alpha est titulaire d'une concession de diffusion qui lui a été octroyée par le DETEC le 4 mars 1997 et prolongée le 20 février 2006 en vertu de la LRTV du 21 juin 1991 et de l'ORTV du 6 octobre 1997. Cette concession arrive à échéance le 31 décembre 2008.

B Considérants

1 Aspects formels

1.1 Compétence

La concession de diffusion octroyée dans le cadre de la présente décision est une concession assortie d'un mandat de prestations et donnant droit à une quote-part de la redevance, au sens de l'art. 38 LRTV. En vertu de l'art. 45, al. 1, LRTV, le DETEC est l'autorité compétente pour octroyer les concessions de diffusion.

1.2 Entrée en matière

Les dossiers de candidature ont été envoyés dans les délais. Ils remplissent les conditions formelles énoncées dans la marche à suivre sur la formulation des demandes de concession publiée par l'OFCOM le 4 septembre 2007.[10] Par conséquent, le DETEC entre en matière.

---

[8] Cf. Lettre du 14 avril 2008 du Conseil consultatif de Canal Alpha - Commission cantonale d'appui à Canal Alpha et lettre du 14 avril 2008 dans laquelle Canal Alpha SA joignait un article du quotidien « Le Matin » du 20 mars dont le contenu relatait le désintérêt du groupe Hersant pour l'acquisition de la télévision neuchâteloise.

[9] Droit d'être entendu du 15 avril 2008 p.2 et 3 (chiffre d'affaires provenant uniquement du groupe, impossibilité d'atteindre un chiffre d'affaire de 1'600'000.- la première année, capital-action libéré à hauteur de 200'000.-, pas de plans trimestriels établis, toujours les mêmes chiffres d'année en année. Le chiffre d'affaires augmente, les charges augmentent, mais les débiteurs, créanciers et transitoires restent identiques, etc…)

[10] www.ofcom.admin.ch → Radio & télévision → Actualités → Octroi des nouvelles concessions de radio OUC et de télévision régionale

2 Aspects matériels

2.1 Critères et méthode pour la prise des décisions

La procédure d'octroi des concessions de radio et de télévision est réglementée dans les articles 44ss. LRTV et 43 ORTV. L'art. 44, al. 1, LRTV, énumère les conditions d'octroi de la concession, c'est-à-dire les exigences que le requérant doit remplir pour obtenir une concession (critères de qualification). L'art. 45, al. 3, indique selon quels critères de sélection départager plusieurs candidats: ainsi, c'est au diffuseur qui est le mieux à même d'exécuter le mandat de prestations que revient la concession. Si plusieurs candidatures sont équivalentes, la concession doit être attribuée au diffuseur qui contribue le plus à la diversité de l'offre et des opinions.

L'art. 38, al. 1, let. a, LRTV, et l'art. 43, al. 1, let. a, LRTV, décrivent les grandes lignes du mandat de prestations des diffuseurs commerciaux. Les programmes diffusés doivent d'une part tenir compte des particularités locales ou régionales en fournissant une large information portant notamment sur les réalités politiques, économiques et sociales, et d'autre part contribuer à la vie culturelle dans la zone de desserte considérée. La volonté du législateur de formuler des mandats de prestations régionaux et de financer leur exécution par la redevance reflète l'importance qu'il accorde aux médias électroniques pour les institutions politiques et la structure démocratique de notre pays. La Suisse est un Etat fédéraliste bâti sur de petites entités. Une partie importante de la formation démocratique de l'opinion s'opère à l'échelon des cantons et des communes. La réglementation légale prévue dans la LRTV veut assurer ce processus dans les médias électroniques également[11]. Il convient de tenir compte de cette approche lors de l'élaboration des mandats de prestations et de l'évaluation des candidatures.

Le texte de l'appel d'offres publié dans la Feuille fédérale du 4 septembre 2007 (FF 2007 5893) précise les intentions du législateur en définissant et en pondérant trois groupes de critères déterminants pour l'évaluation des candidatures:

- Inputs: l'exécution du mandat de prestations suppose un personnel travaillant selon les normes professionnelles en vigueur, des structures organisationnelles bien définies, des conditions de travail appropriées, des mesures de formation adéquates et un système de gestion de la qualité institutionnalisé. Ces éléments (inputs) contribuent à garantir la bonne qualité des prestations journalistiques (outputs) fournies dans le cadre du mandat de prestations[12]. Pondération: 40%.

- Outputs: le contenu et la forme choisie pour la mise en ondes des prestations en matière de programmes exposées dans la candidature sont évalués en regard du mandat de prestations. Pondération: 40%.

Vu que les inputs et les outputs présentent de multiples facettes, l'autorité chargée d'octroyer les concessions a défini des sous-critères:

---

[11] Message du 18.12.2002 relatif à la révision totale de la loi fédérale sur la radio et la télévision, FF 2003 1470

[12] Message du 18.12.2002 relatif à la révision totale de la loi fédérale sur la radio et la télévision, FF 2003 1549

Inputs (gestion de la qualité, conditions de travail) 40%	• description et documentation du système de gestion de la qualité • nombre de postes de rédacteurs et d'animateurs • concept de formation et de perfectionnement des professionnels du programme et budget par journaliste pour la formation et le perfectionnement • conditions de travail, telles que le salaire minimum par rapport à l'horaire de travail hebdomadaire et la réglementation concernant les congés
Outputs (prestations journalistiques) 40%	• prestations promises en matière d'information et efforts particuliers consentis dans l'application du mandat local et régional en matière d'information • diversité de l'information, aussi bien au niveau du contenu que de la variété des types d'émissions (bulletins, magazines, podiums, etc.)
Diffusion 20%	• concept technique, échéances et plan financier relatif à l'aménagement de la zone de desserte

Cette formulation permet de procéder à une analyse détaillée et à une confrontation objective des candidatures et de déterminer plus aisément quel candidat est le mieux à même d'exécuter le mandat de prestations au sens de l'art. 45, al. 3, LRTV.

Le texte allemand de l'art. 45, al. 3, LRTV précise que pour qu'une comparaison des candidatures soit effectuée en fonction de leur contribution à la diversité de l'offre et des opinions, il fallait que les candidatures soient « weitgehend gleichwertig », à savoir « équivalentes dans une large mesure ». Le fait que la loi utilise cette expression signifie que la comparaison entre plusieurs candidatures ne peut pas être effectuée avec une précision arithmétique. Le critère de l'adéquation par rapport au mandat de prestations reste primordial. Au cas où les candidatures ne se distinguent pas nettement les unes des autres en regard du mandat de prestations, le critère secondaire de la diversité entrera en ligne de compte.

Pour évaluer la contribution à la diversité de l'offre et des opinions, il convient de prendre en considération aussi bien les éléments qualitatifs concernant le programme (contenu, orientation musicale, capacité d'innover) que les aspects propres à la structure du marché (indépendance du candidat par rapport à d'autres acteurs du marché dans la zone de desserte; questions relatives à la concentration des médias)[13].

2.2 Conditions d'octroi de la concession

L'art. 44, al. 1, LRTV énumère les conditions que le candidat doit remplir pour obtenir une concession. L'examen du dossier de candidature a permis de constater que les deux candidats en lice remplissent les conditions d'octroi de la concession fixées à l'art. 44, al. 1, LRTV.

[13] voir texte de l'appel d'offres www.ofcom.admin.ch → Radio et télévision→ Actualités → Radio OUC e télévision régionale: les premières concessions ont été octroyées → Informations complémentaires

Selon l'art. 44, al. 1, let. a, LRTV, le candidat doit être en mesure d'exécuter le mandat de prestations. Corollaire à cette obligation, le titulaire de la concession doit assumer la responsabilité éditoriale des programmes émis. Canal Alpha dispose directement du personnel et des infrastructures pour planifier, gérer, concevoir et produire ses programmes et acquérir sa publicité[14]. Canal Alpha recourt aussi régulièrement à la société Télé-Vidéo Production SA (ci-après: TVP) pour certaines tâches de production définies dans une convention de prestation du 20 novembre 2007[15]. Il s'agit d'une collaboration qui concerne la fourniture de prestations techniques lors de la réalisation de magazines ou du tournage de spots publicitaires, et à titre transitoire également la diffusion et l'archivage des émissions de Canal Alpha[16]. Arc TV[17] prévoit de se doter du personnel et de l'infrastructure technique nécessaires à la production de ses émissions de télévision. Dès lors, les deux candidats ont les capacités requises pour exécuter correctement le mandat de prestations.

L'art. 44, al. 1, let. b, LRTV exige du candidat qu'il rendre vraisemblable sa capacité à financer les investissements nécessaires et l'exploitation de son projet. Les deux candidats communiquent de manière transparente leurs plans. Canal Alpha[18] procède actuellement à un assainissement comptable de la société qui sera effectif à la fin 2008. Cet assainissement fait suite à une décision de l'Administration fédérale des contributions (AFC) et à une décision de l'OFCOM relative à la quote-part de la redevance. Les frais d'exploitation prévus par Canal Alpha s'élèvent à environ 2.5 millions de francs chaque année, ceux d'Arc TV à environ 3.4 millions de francs. Arc TV[19], quant à elle, apporte les ressources nécessaires pour réaliser ce projet ambitieux, et démarre avec un soutien financier solide apporté par des actionnaires crédibles.

Selon l'art. 44, al. 1, let. g, LRTV, le candidat ne doit pas mettre en péril la diversité des opinions et de l'offre. Les deux candidats remplissent cette condition. Comme le démontre Arc TV en avant-propos de son dossier, la situation dans l'Arc jurassien est empreinte de la présence d'une multitude de vecteurs de communication et d'acteurs, tant dans le domaine de l'édition que de la diffusion[20]. Dans ce contexte, aucune des deux candidatures n'est à elle seule en mesure de mettre en péril cette diversité des opinions et de l'offre.

2.3 Exécution du mandat de prestations selon l'appel d'offres

Etant donné que la concession a fait l'objet de deux demandes, il a fallu procéder à une sélection. Les engagements pris par les candidats sur les divers points du mandat de

---

[14] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, p.5.

[15] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, annexe 7.

[16] Cf. note 15 et dossier de candidature de Canal Alpha SA, p. 18. Depuis l'exercice comptable 2005, le personnel concerné par l'activité de la chaîne a été réembauché par Canal Alpha et certains actifs nécessaires à la production ont été transférés, permettant l'établissement d'un inventaire précis des moyens de production. Dès lors, TVP, même si elle est l'actionnaire majoritaire de Canal Alpha, ne joue pour elle qu'un rôle de prestataire de service.

[17] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 2.1.a et annexe 3.

[18] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, p. 18 à 39.

[19] Dossier de candidature d'Arc TV, pt. 4 Financement.

[20] Dossier de candidature d'Arc TV, pt. 1 c.

prestations sont comparés et évalués ci-après. Selon le texte de l'appel d'offres, ces engagements ont force obligatoire[21].

2.3.1 Inputs

L'exécution du mandat de prestations exige une structure organisationnelle pour la gestion de la qualité, des conditions de travail adéquates ainsi qu'un nombre suffisant de professionnels des médias travaillant selon des normes professionnelles. Ces éléments ont été regroupés sous le terme « inputs ».

2.3.1.1 Gestion de qualité

Arc TV[22] s'engage à introduire un système complet de gestion de qualité, qui prévoit des processus détaillés à 4 niveaux: management (management général, finances, communication, gestion administrative), ressources (ressources humaines, recettes, équipements de production, équipements de diffusion, achats de matériels), réalisation (conception, programme, diffusion, conservation/archivage) et amélioration (gestion du système, mesures externes, mesures internes, améliorations). Le système de gestion de la qualité couvre les exigences spécifiques de la profession et jette les bases pour une future certification des processus internes du candidat selon le référentiel ISO BC 9001. Par une charte éditoriale se référant largement à la déclaration des devoirs et droits du journaliste, le candidat fixe les principes rédactionnels de la chaîne[23]. En outre, des processus de vérification des objectifs de qualité sont prévus (séances d'information à différents niveaux, débriefing animation)[24].

Canal Alpha[25] a élaboré un système de gestion de qualité qui s'applique au niveau de la confection des programmes, mais aussi aux autres secteurs d'activités de la chaîne. Ce système se fonde sur le règlement d'exploitation qui décrit les modalités de la gestion de la qualité au sein de l'entreprise. En vertu de ce règlement d'exploitation, l'ensemble du travail de la chaîne doit être accompli avec comme objectif la qualité. Chaque collaborateur est informé et doit se conformer aux règles et procédures décrites dans les différents documents du système de qualité de la chaîne, à savoir la charte rédactionnelle, les principes directeurs, le plan de formation, la charte graphique, la procédure de diffusion et le règlement interne. Certains de ces documents sont mis à jour régulièrement dans l'objectif d'atteindre une meilleure efficacité. C'est notamment le cas du plan de formation

---

[21] Ch.3.3, al. 2, du texte de l'appel d'offres du 4 septembre 2007, publié à l'adresse: www.ofcom.admin.ch → Radio & télévision → Actualités → Informations complémentaires → Appel d'offres public

[22] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.2 => pt. 4.3.2.3, ainsi que les pt. 4.3.1 Concept de mandat de prestations d'Arc TV SA => 4.3.2.1 Carte du processus « Normes et objectifs », pt 4.3.2.2, pt. 4.3.2.4, pt. 4.3.2.5.

[23] Idem pt. 3.2 a 1: Charte d'Arc TV SA et Déclaration des devoirs et des droits du/ de la journaliste.

[24] Idem pt. 3. 2 a 2: Vérification des objectifs qualités.

[25] Dossier de candidature de Canal Alpha SA p.13; annexe 3 Règlement d'exploitation (p.59); annexe 10 Charte rédactionnelle; annexe 11 Principes directeurs; annexe 12 Plan de formation. Exemple de processus de qualité pour une émission d'information: le journal régional dans son entier est visionné et évalué par le tandem directeur rédaction-formation et le rédacteur en chef. Des mesures correctives sont prises le cas échéant. Les journalistes sont informés au moins chaque semaine de la qualité du travail accompli, sur le plan journalistique, technique et artistique, ainsi que sur le plan global (couverture exhaustive et équitable de l'actualité de l'Arc jurassien). Cette information a lieu au moment de la séance de rédaction du lundi matin, séance qui se veut aussi un temps hebdomadaire d'évaluation critique du travail journalistique effectué. Une attention particulière est accordée au respect des documents de la gestion de la qualité, ainsi qu'aux éventuels retours du public.

qui doit être mis à jour 1 fois par année au moins. Tous les collaborateurs sont informés et disposent de ces documents. Canal alpha prévoit des procédures et des mesures pour atteindre une qualité optimale, notamment en faisant appel à un organe extérieur qui vérifiera tous les deux ans que les principes énoncés sont bien respectés.

Bilan intermédiaire

Du point de vue de la gestion de qualité, le dossier d'Arc TV apparaît plus développé et plus affiné que celui de Canal Alpha. Arc FM présente un système cohérent composé de modules détaillés qui font directement référence à l'accomplissement du mandat de prestations et s'imbriquent parfaitement pour renforcer l'effet d'assurance qualité[26]. Ce système ne repose pas uniquement sur un éventail de documents, mais fait également usage d'outils informatiques performants (logiciel de contrôle pour la vérification des objectifs qualité)[27]. En comparaison, l'approche adoptée par Canal Alpha est certes correcte, mais reste plus conventionnelle. Pour ces motifs, l'autorité reconnaît un avantage à la candidature d'Arc TV.

2.3.1.2 Personnel

Canal Alpha[28] compte renforcer son équipe particulièrement dans le domaine de la rédaction, avec la création de 3 à 4 nouveaux postes, ainsi que dans le domaine de la vente, avec la création de 1 à 2 nouveaux postes, dans l'administration avec 1 nouveau poste et enfin dans la diffusion avec 1 nouveau poste. Ce renforcement du personnel est prévu progressivement dans les 5 années à venir, et pourra faire l'objet d'adaptations en fonction des expériences réalisées. Ce plan prévoit de passer de 17 personnes actuellement à 25 emplois (6 journalistes RP et 2 stagiaires RP pour la rédaction de Cortaillod; 3 journalistes RP pour la rédaction de Delémont). Arc TV[29] projette de tourner la première année avec l'effectif suivant: 8 journalistes / journalistes reporters d'images (JRI), 4 réalisateurs / présentateurs, 4 monteurs / cameramen et 3 stagiaires. Pour les années suivantes, Arc TV compte faire appel à 1 stagiaire supplémentaire.

Bilan intermédiaire

Arc TV fait appel à un nombre plus élevé de journalistes et présentateurs formés pour l'élaboration de son programme (12 rédacteurs/animateurs au lieu de 9 pour Canal Alpha). Le nombre de stagiaires est similaire auprès des deux candidats pour la première année. En conclusion, les indications fournies par les deux candidats au sujet de leur dotation en personnel donnent un léger avantage à Arc TV.

2.3.1.3 Formation et perfectionnement

---

[26] Cf. note 21, 22 et 23.

[27] Dossier de candidature d'Arc TV, p. 3.2.a.2

[28] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, pt 3.3.b, p. 15 à 17. Nombre d'emplois prévus (6 journalistes RP; 2 stagiaires RP; 2 postes dans la technique; 3 journalistes RP à pourvoir; 5 postes dont 1 à pourvoir dans l'administration; 4 postes dont 2 à pourvoir dans l'acquisition de publicité).

[29] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt 3.2 a 3.

Arc TV[30] a élaboré un concept de formation qui s'articule sur la formation interne et externe. Ainsi, le candidat propose à son personnel (stagiaires, journalistes et JRI), après leur engagement, de suivre de manière obligatoire les cours dispensés par le Centre Romand de Formation des Journalistes (CRFJ) ou un autre institut de formation. Le personnel suivra chaque année un cours de perfectionnement de deux semaines. Des débriefing réguliers sont effectués avec les journalistes et présentateurs sous la conduite d'un journaliste de télévision indépendant. Après un effort exceptionnel dans le domaine de la formation lié au démarrage de la station (un budget formation de 100'000 francs est alloué la première année), Arc TV compte investir environ 182'000 francs répartis sur cinq ans dans la formation et le perfectionnement[31]. La formation comprend des cours auprès du CRFJ et un cours de perfectionnement de deux semaines dispensé par Monsieur Jacques Douay.

La formation initiale et continue du personnel du programme constitue une priorité pour Canal Alpha[32]. La formation initiale s'effectue en partenariat avec l'Institut des sciences du langage et de la communication de l'université de Neuchâtel et le CRFJ. Chaque année, deux journées de formation sont organisées à l'interne de l'entreprise avec un formateur professionnel externe. Des JRI sont envoyés à l'extérieur, en Suisse ou en France, auprès d'organismes spécialisés et reconnus[33]. Canal Alpha propose aussi une formation initiale et continue pour deux JRI stagiaires sur 2 ans et une formation initiale pour deux stagiaires universitaires sur 6 mois. Le montant alloué à la formation pour 2009 est de 50'000 francs.

Bilan intermédiaire

L'autorité constate que les deux candidats ont développé un système cohérent et durable de formation. Le dossier de Canal Alpha présente ce concept de manière très détaillée avec des renseignements et des références aux cours prévus[34]. Les engagements pris par Arc TV dans ce secteur d'activités sont financièrement assurés, notamment par un fonds de formation[35]. Canal Alpha se détache pourtant de sa concurrente, en particulier si l'on considère le montant moyen qui sera alloué en temps normal à la formation d'un rédacteur/animateur (budget formation divisé par le nombre de postes fixes de rédacteurs/animateurs).

2.3.1.4 Conditions de travail

---

[30] cf. pt 4.3.2.7. Carte du processus Formation et perfectionnement et pt. 3.2 c Règlement du fonds de formation continue.

[31] Cf. pt 3.2 c 4. Budget formation

[32] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, p. 13 et annexe 12 Plan de formation pour le personnel des programmes (p. 87ss).

[33] Séminaires et ateliers du CRFJ; Focal, Haute école d'art et de design (GE); M. Philippe Morand, comédien; UNIL, faculté des lettres, section d'histoire et esthétique du cinéma; Institut pratique de journalisme (Paris); Dr Benoit Grévisse, UNINE; Centre de formation et de perfectionnement des journalistes (Paris) et autres formations externes possibles.

[34] Cf. note 29.

[35] Cf. dossier de candidature d'Arc TV, pt. 3.2.c.

Les salaires d'Arc TV[36] sont fixés pour tous les corps de métiers, en particulier pour les journalistes et les présentateurs. La durée hebdomadaire de travail est de 42.5 heures. Le personnel a droit à 4 semaines de vacances par année. En ce qui concerne les conditions de travail, Arc TV va suivre la récente CCT passée entre les radios privées suisses (RRR) et le syndicat Impressum au sujet des journalistes [37]. En sus à la CCT, Arc TV projette de mettre sur pied un fonds de maternité, financé de manière paritaire par l'employeur et les employés, visant à financer les 15e et 16e semaines du congé maternité[38]. Un 13e salaire est prévu pour les employés[39].

Le règlement d'exploitation de Canal Alpha[40] détaille les conditions de travail des collaborateurs. Ainsi, chaque collaborateur dispose d'un contrat de travail. Le temps de travail est fixé à 43 heures par semaine. Les vacances sont de 5 semaines par année pour l'ensemble des collaborateurs. Les salaires sont fixés dans les contrats de travail et font l'objet d'une évaluation régulière. Pour le personnel inscrit au Registre Professionnel des journalistes, Canal Alpha s'engage à respecter les salaires minimaux de la branche publiés par Impressum. Chaque collaborateur suit un entretien d'évaluation et d'objectifs, une fois par an au moins.

Bilan intermédiaire

Sur le plan des conditions de travail, l'autorité relève des avantages auprès des deux candidats. Arc TV a un avantage, notamment du point de vue du temps hebdomadaire de travail et du fonds de maternité. Canal Alpha marque un point en garantissant à l'ensemble de son personnel cinq semaines de vacances annuelles de base. Le niveau salarial serait le même dans les deux projets concurrents; Canal Alpha le restreint au personnel inscrit au Registre Professionnel des journalistes. Dans l'ensemble, l'autorité considère que les dossiers sont équivalents du point de vue des conditions de travail.

2.3.1.5 Conclusion intermédiaire des inputs

En examinant tous les facteurs inputs dans leur ensemble, il s'avère que la candidature d'Arc TV remporte la première place grâce notamment à une documentation sur la garantie de la qualité très poussée. Concernant le perfectionnement et la formation, Canal Alpha marque des points en fonction du montant moyen alloué à la formation par poste de rédacteur/animateur. Arc TV compte mieux se doter en personnel journalistique que Canal Alpha (12 au lieu 9 journalistes). Quant aux conditions de travail, elles sont équivalentes chez les deux candidats. Ainsi, l'autorité, après un examen de ces différents critères inputs, considère que le dossier d'Arc TV a une légère avance face au dossier déposé par Canal Alpha.

---

[36] cf. pt 4.3.2.6. Carte du processus Conditions de travail + pt. 3.2. b Conditions de travail + Echelle des salaires + Règlement du fonds de maternité + Contrat de travail.

[37] Le 12 août 2008, la RRR à l'unanimité des radios présentes a signé avec Impressum – les journalistes suisses la première convention collective de travail des radios privées en Suisse.

[38] Cf. Dossier d'Arc TV SA, pt.3.2 b 3.

[39] Cf. Dossier d'Arc TV SA, pt. 3.2. b. (Contrat de travail) art. 6, al. 2

[40] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, p. 13; annexe 3: règlement d'exploitation (p.59)

2.3.2 Outputs

Les prestations prévues en matière de programme sont évaluées ici. Il ne s'agit pas d'utiliser des critères généraux de qualité ou d'anticiper l'adhésion du public aux programmes proposés par les candidats, mais d'analyser dans quelle mesure les programmes permettent de fournir les prestations de service public que le législateur estime souhaitables et dignes de soutien, notamment eu égard à leur importance pour les institutions politiques et le système démocratique. Les dispositions de l'appel d'offres public s'inscrivent dans le cadre de cette réflexion et se concentrent sur les prestations en matière d'information.

2.3.2.1 Mandat d'information

Arc TV[41] envisage de couvrir l'ensemble de l'information régionale dans le canton de Neuchâtel, le canton du Jura, le Jura bernois et la région d'Yverdon, tout en tenant compte de l'actualité des régions limitrophes. A cet effet, Arc TV veut construire son studio principal à La Chaux-de-Fonds (NE) et ouvrir des studios externes à Delémont (JU), Neuchâtel (NE) et Tavannes (BE). En outre, Arc TV veut placer des correspondants locaux dans les régions plus éloignées comme l'Ajoie et Yverdon (VD)[42]. Trois à cinq journalistes seront stationnés à Delémont et à Tavannes, de façon à pouvoir produire des éléments d'actualités, avec un maximum de réactivité et selon les spécificités régionales[43].

Arc TV veut proposer un téléjournal, des magazines d'information, des débats, des brèves, la météo ainsi que d'autres rubriques plus spécifiques. La rédaction couvrira les conférences de presse, les sessions des divers parlements de la zone de desserte et tout autre forme de manifestation d'intérêt public. Des émissions spéciales seront mises sur pied lors d'événements particuliers comme les élections communales, cantonales et fédérales. A terme, Arc TV prévoit la programmation de magazines durant le week-end, tout d'abord le samedi et ensuite le dimanche. Cette évolution se fera pas à pas, au gré de l'augmentation des entrées financières. En cas d'événements majeurs tels que des élections et autres événements incontournables différents se produisant simultanément dans la zone de couverture, Arc TV entend scinder son programme en différentes fenêtres, la durée desquelles sera définie en fonction de l'importance de l'événement[44].

En ce qui concerne le style général, la structure et les thèmes couverts par le programme, Canal Alpha [45] se base essentiellement sur son concept actuel. Cependant, Canal Alpha compte développer la qualité et la quantité des programmes produits, tout en ajoutant de nouveaux concepts, comme la couverture d'événements en direct. L'objectif de Canal Alpha est de couvrir de la manière la plus large possible l'ensemble de la vie de la zone de desserte. Les thèmes fondamentaux, à l'instar de la politique, de l'économie, de la

---

[41] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.1.a.1 (Information sur la grille des programmes).

[42] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.3.a.1.

[43] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.1.a.2 (Rédaction Arc TV).

[44] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 4.3.3.2 Carte du processus: fenêtre de programmes.

[45] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, p.10.

culture, de la société (environnement, spiritualité, vie associative, etc.) font partie de la colonne vertébrale de la programmation de ce candidat. Le programme quotidien comportera des émissions d'actualité, des émissions courtes et des magazines. Ces éléments de programme auront une durée totale de 30 ou de 60 minutes en fonction du jour de la semaine et du type d'émissions proposées. Dans une première phase, il est prévu de produire du programme « neuf » du lundi au vendredi, ainsi que le dimanche. Le programme produit chaque jour sera diffusée la première fois à 19h00 et ensuite rediffusé en boucle jusqu'au lendemain. A terme, il est prévu de diffuser les contenus produits au cours de la semaine jusqu'à 19h00, moment où la boucle produite le jour même prendra le relais. A certaines heures de la journée, Canal Alpha prévoit de réduire la rediffusion de son programme pour laisser la place à des informations infographiques sur le bas et le côté de l'écran (météo du jour, dépêches régionales, etc.). Le candidat, dont le studio principal se situe à Cortaillod (NE) projette à d'établir un autre studio à Delémont (JU)[46].Contrairement à ce que prévoit Arc TV dans sa candidature, Canal Alpha n'envisage pas de créer des fenêtre de programme en cas d'événements majeurs tels que des élections et autres événements incontournables, seul un décrochage publicitaire régional est prévu.

Bilan intermédiaire

Pendant les heures de grande écoute, les candidats ont l'intention d'implémenter les informations sur les événements régionaux dans les divers domaines mentionnés dans l'appel d'offres public. Aussi bien Arc TV que Canal Alpha privilégient des blocs d'information comprenant le téléjournal et divers magazines ayant pour thème l'économie, la politique, la culture, etc. Les deux candidats prévoient aussi de diffuser en boucle leur programme d'information quotidien. Avec la création de trois studios secondaires répartis dans les différentes régions de la zone de diffusion, la mise sur pied d'un réseau de correspondants et l'utilisation d'une unité mobile de production, Arc TV entend se doter d'une structure de production très performante assurant une couverture sans faille de l'actualité dans l'ensemble de la zone de desserte. Léger avantage donc à Arc TV.

2.3.2.2 Obligation de diversité et types d'émissions

Outre de couvrir l'actualité locale et régionale dans le domaine de la politique, de l'économie, de la culture, de la société et du sport (diversité thématique) sur l'ensemble du territoire de la zone de desserte (diversité géographique), les candidats doivent rendre compte de manière variée (diversité du mode de traitement) des opinions et intérêts différents (diversité des opinions) en donnant la parole à un grand nombre de groupes et de personnes différents (diversité des intervenants).

Les deux candidats[47] ont une vision quasi similaire quant à cette obligation de diversité. Arc TV[48] met en avant la diversité des opinions, la diversité thématique, la diversité liée aux événements de toute la zone de desserte et la diversité des types de texte. Repre-

---

[46] Dossier de candidature de Canal Alpha, pt. 3.3.a., p. 15

[47] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.1 a (Information sur la grille des programmes) et dossier de candidature de Canal Alpha SA, annexe 11 (Principes directeurs pour l'accomplissement du mandat de prestations selon la LRTV et l'ORTV) p.85.

[48] idem pt. 1.a Courte description du projet; pt. 3.1.a 1. Information sur la grille des programmes.

nant ces quatre diversités, Canal Alpha[49] présente la diversité des intervenants de manière plus évidente.

Pour ce qui concerne la diversité du mode de traitement de l'information, chacun des deux candidats a recours à différents types d'émissions. Durant la semaine, Arc TV traitera l'information dans le cadre de brèves (série de sujets traités de manière courte), du téléjournal d'une quinzaine de minutes[50], avec un système d'exploitation qui permettra d'inverser l'ordre des sujets traités neuchâtelois ou jurassiens en fonction des heures de diffusion, et de magazines portant sur des thèmes comme la politique, l'économie, le sport, la culture, la société, la jeunesse et les seniors[51]. Des débats seront aussi proposés afin de coller à l'actualité du moment. Des émissions spéciales seront mises sur pied lors d'événements particuliers comme les élections. Canal Alpha[52] prévoit quatre types essentiels d'émissions dans ce domaine: un téléjournal régional d'une durée variant entre 14 et 18 minutes avec un décrochage régional lors des dernières minutes, des magazines portant sur divers sujets comme le sport, la santé, l'économie, la spiritualité etc., des débats produits à l'occasion des votations, des élections ou d'autres événements importants et, pour terminer, des émissions spéciales produites lors d'événements sportifs ou d'autres manifestations de grande échelle.

Bilan intermédiaire

Dans l'ensemble, les deux candidats ont une approche similaire quant à la manière d'accomplir leur prestation journalistique. Canal Alpha décroche un léger avantage grâce à sa description plus complète des différents aspects qui caractérisent la diversité du mandat de prestations. En effet, concernant l'obligation de diversité Arc TV, mentionne clairement quatre éléments de diversité tandis que Canal Alpha en mentionne cinq. Les grilles des programmes des deux candidats offrent sensiblement la même gamme (variée) de types d'émissions. Ainsi, en ce qui concerne l'obligation de diversité et les types d'émissions, l'autorité considère que Canal Alpha a un très léger avantage.

2.3.2.3 Conclusion intermédiaire des outputs

Arc TV et Canal Alpha ont une vision claire concernant la transposition de leur mandat de prestations journalistique. En ce qui concerne la variété créatrice en matière journalistique, les deux candidats ne se limitent pas uniquement à des bulletins d'information purs mais prévoient aussi d'autres formats (magazines, débats, spécial élections, etc.). Si Canal Alpha articule son dossier de manière un peu plus claire pour ce qui concerne la description des éléments de diversité de ses prestations, la candidature d'Arc TV convainc par son concept de production décentralisé avec ses studios et ses correspondants répartis sur l'ensemble de la zone de desserte. En conclusion, les deux candidatures peuvent être jugées équivalentes.

---

[49] Dossier de candidature de canal Alpha SA, p. 3, 10, 11 et 14 ainsi que l'annexe 11.

[50] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.1.a. 4.a (Structure grille des programmes)

[51] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 3.1.a 1. (Information sur la grille des programmes).

[52] Dossier de candidature de Canal Alpha SA, p.10 et 11.

2.3.3 Diffusion

Conformément à l'appel d'offres, les candidats devaient expliquer comment ils entendaient assurer techniquement et financièrement l'exploitation de toute la zone de desserte, et selon quel agenda.

Les deux candidats ont joint un concept de diffusion. Une comparaison des engagements des uns et des autres montre que les candidats satisfont aux conditions énoncées dans l'appel d'offres.

2.3.4 Résultats intermédiaires

Une analyse comparative des données fournies par les candidats sur les critères de sélection donne un léger avantage au projet d'Arc TV. Pour ce qui concerne les facteurs inputs (pondération à 40%), Arc TV marque un léger avantage grâce à la description de son processus de gestion de qualité. Concernant les facteurs outputs (pondération à 40%), les deux candidats proposent des concepts équivalents. Les indications fournies au sujet de la diffusion des programmes ne sont pas propres à départager les deux candidats. En définitive, aucun des deux dossiers se démarque manifestement de l'autre, de sorte que les deux candidatures sont à considérer comme étant équivalentes au sens de l'art. 45, al. 3, LRTV. C'est donc selon les termes de cette disposition que le choix du futur titulaire de la concession doit être opéré.

2.4 Critère de décision en cas d'équivalence des candidats (art. 45, al. 3, LRTV)

2.4.1 L'importance de l'art. 45, al. 3, LRTV

L'art. 45, al. 3 LRTV indique comment procéder lorsque deux candidats sont autant l'un que l'autre à même d'exécuter le mandat de prestations. Dans un tel cas, la concession doit être octroyée au diffuseur « qui contribue le plus à la diversité de l'offre et des opinions ». Introduite dans la loi au Conseil des Etats[53], cette version remplace celle du Conseil fédéral selon laquelle, lorsque plusieurs candidatures sont équivalentes par rapport au mandat de prestations, la concession est octroyée au candidat « qui est le moins dépendant d'autres diffuseurs et d'autres entreprises du secteur des médias » (art. 55, al. 2, projet LRTV).

Dans l'appel d'offres public du 4 septembre 2007, deux éléments précisent la notion de « diversité de l'offre et des opinions » au sens de l'art. 45, al. 3, LRTV: l'orientation de la candidature au niveau du contenu et l'indépendance du candidat. Le premier élément est évalué selon le profil du programme par rapport au public cible et au reste de l'offre radiodiffusée dans la zone de desserte, l'orientation musicale et le caractère novateur des prestations fournies. La question de l'indépendance, elle, est examinée en fonction du paysage médiatique dans la zone de desserte concernée.

Il s'agit de savoir si, dans le cadre de l'art. 45, al. 3, LRTV – et donc dans le cadre de l'octroi des concessions –, la diversité *structurelle*, c'est-à-dire la concentration des médias, doit ou peut jouer un rôle.

---

[53] BO 2005 E 92

En Suisse, la concentration des médias est incontestablement toujours plus marquée, notamment au niveau régional[54]. Moins évidente s'avère toutefois l'interprétation de ces modifications structurelles sur le plan des prestations fournies par les médias en ce qui concerne la société et la politique. Lorsque l'on procède à une appréciation différenciée, le résultat est en effet ambivalent[55]. D'un côté, la concentration des médias peut être bénéfique pour les entreprises concernées, en ce sens qu'elle leur confère un potentiel économique leur permettant d'offrir des services journalistiques de qualité. Le Parlement a donc refusé de faire de la concentration des médias un critère primaire et d'exclure de la procédure d'octroi de concessions des candidats qui, dans la même zone, exploitent d'autres médias occupant une position dominante sur le marché[56].

D'un autre côté, ce genre d'ajustements structurels économiques a parfois des effets négatifs[57]. Si l'indépendance des médias les uns par rapport aux autres ne garantit pas à elle seule la variété des contenus, elle crée du moins les conditions nécessaires à cette diversité. Cela ne signifie pas pour autant qu'il faille craindre que plusieurs médias, appartenant par exemple à une même maison d'édition, soient régulièrement poussés à adopter une position journalistique identique suite à des directives centrales. L'attachement au pluralisme extérieur dans le domaine des médias repose bien plus sur la conviction que les médias jouent un rôle de premier plan dans le discours démocratique et social. Non sans raison est-il toujours plus question de « société des médias »[58] et de « quatrième pouvoir »[59]. Alors que les trois pouvoirs étatiques traditionnels se contrôlent et s'équilibrent mutuellement, les médias, eux, ne font pas partie de cette structure juridique en raison de leur indépendance et du principe de la liberté des médias. Leur contrôle doit s'exercer dans le cadre du discours social, c'est-à-dire en premier lieu par les médias eux-mêmes. Il va de soi non seulement qu'un tel contrôle n'est efficace que si les entités impliquées sont indépendantes les unes des autres, mais aussi qu'un média fait preuve de retenue lorsqu'il critique un autre média appartenant à la même maison-mère. Une pratique d'octroi de concessions qui s'inscrit dans le cadre de l'obligation de diversité prévue dans la Constitution (art. 93, al. 2, Cst.) doit prendre ces particularités au sérieux et en tirer les conséquences.

L'art. 45, al. 3, LRTV, tient compte de l'ambivalence propre à la concentration des médias. La capacité à remplir le mandat de prestations est décisive dans le choix d'un candidat. Si le diffuseur qui présente le meilleur profil n'est à même de fournir ses prestations que parce qu'il est lié à d'autres médias dans la région concernée et qu'il peut profiter des

---

[54] Josef Trappel/Irène Perrin, Medienkonzentration in der Schweiz, in Heinz Bonfadelli/Werner A. Meier/Josef Trappel (Hrsg.), Medienkonzentration Schweiz – Formen, Folgen, Regulierung, Berne 2006, p. 109 ss.; Rapport du 3 juillet 2003 de la Commission des institutions politiques du Conseil national sur l'initiative parlementaire "Médias et démocratie", FF 2003 4854 ss.

[55] avis du Conseil fédéral du 3 septembre 2003 sur le Rapport du 3 juillet 2003 de la Commission des institutions politiques du Conseil national sur l'initiative parlementaire "Médias et démocratie, FF 2003 5699

[56] BO 2004 N 123 ss.

[57] voir Josef Trappel/Werner A. Meier/Klaus Schrape/Michaela Wölk, Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration, Opladen 2002

[58] Kurt Imhof/Roger Blum/Heinz Bonfadelli/Otfried Jarren (Hrsg.), Demokratie in der Mediengesellschaft, Wiesbaden 2006

[59] Jürgen Habermas, Faktizität und Geltung, Frankfurt a.M. 1992, p. 455

synergies en place, l'effet de concentration doit être accepté. Mais lorsque deux candidats sont aussi convaincants l'un que l'autre en ce qui concerne l'exécution du mandat de prestations, l'effet bénéfique que la concentration des médias peut exercer sur les prestations fournies ne peut plus justifier la décision. À prestations égales, l'autorité ne retiendra au contraire que les effets négatifs qui seraient engendrés par l'accentuation de la concentration des médias suite au choix du candidat lié à d'autres médias dans la zone en question.

La concentration des médias porte donc préjudice au niveau structurel à la diversité énoncée dans l'art. 45, al. 3, LRTV, qu'il s'agisse de la version du Conseil fédéral ou de la version actuelle. La modification du texte dans le cadre d'une procédure parlementaire visait non pas à gommer les aspects de la concentration des médias, mais à rendre le système d'analyse plus ouvert. Il y avait d'une part l'avis selon lequel la diversité peut être compromise par d'autres facteurs de dépendance que ceux liés aux entreprises de médias. D'autre part, il s'agissait d'intégrer des aspects relatifs à la diversité des contenus. Quoi qu'il en soit, même dans la formulation plus complète, l'indépendance par rapport aux autres médias demeure une »"partie essentielle du critère de la diversité prôné par le Conseil des Etats » et la question de la concentration des médias continue à jouer un « rôle de premier plan »[60].

En résumé, l'on peut affirmer qu'une interprétation de la disposition fondée principalement sur le sens, le but et la genèse de l'art. 45, al. 3, LRTV, confirme les explications données dans l'appel d'offres public du 4 septembre 2007.

2.4.2 Application de l'art. 45, al. 3, LRTV

Les liens capitalistiques et personnels entre Arc TV et les deux stations de radio concessionnées dans l'Arc jurassien, BNJ FM et Arc FM, sont évidents. Au niveau journalistique, un maillage des ressources d'Arc TV avec le réseau de ces deux stations de radio est annoncé[61]. Bien qu'ils ne soient pas de nature à mettre en péril la diversité des offres et de l'opinion, tel que cela a été indiqué au ch. 2.2 de la présente décision, ces liens subsistent bel et bien, et l'envergure de l'engagement du principal actionnaire de BNJ et Arc FM au sein d'Arc TV souligne la forte importance que celui-ci accorde au projet de télévision. Canal Alpha n'entretient de son côté pas de lien de même nature avec d'autres médias établis dans la région. Certes, dernièrement la presse a relaté la coopération qui a été instaurée entre Canal Alpha et la SNP pour l'aménagement commun d'un portail régional sur l'internet[62]. Cette forme de coopération ne touche pas une activité de radiodiffusion et n'atteint en tout état de cause pas l'intensité du rapport qui lie Arc TV aux deux autres (uniques) stations privées de radio titulaires d'une concession de diffusion dans la zone de desserte qui nous intéresse ici. Au regard de l'interprétation de l'art. 45, al. 3, LRTV développée au chiffre 2.4.1 de la présente décision, force est de constater que le degré

---

[60] Conseiller fédéral Leuenberger dans BO 2005 p. 1130; voir aussi Hanspeter Kellermüller, Staatliche Massnahmen gegen Medienkonzentration, Zurich 2007, p.143.

[61] Dossier de candidature d'Arc TV SA, pt. 8.2.

[62] L'Impartial, L'Express et Canal Alpha unissent leurs forces pour développer une plateforme d'information sur Internet, disponible depuis ce printemps (2008) => www.arcinfo.ch.

d'indépendance de Canal Alpha envers les autres acteurs du paysage médiatique de l'arc jurassien est supérieur à celui d'Arc TV.

Pour ces raisons, la concession pour la diffusion d'un programme de télévision local-régional dans la zone Arc jurassien (zone de desserte n° 4), telle que définie au ch. 2 de l'annexe 2 à l'ORTV, est octroyée à Canal Alpha SA.

2.5 Explications sur la concession

2.5.1 Introduction

Tandis que les considérants précédents ont abouti à la sélection du concessionnaire Canal Alpha SA, les paragraphes ci-dessous présentent les principales dispositions de la concession.

2.5.2 Diffusion (art. 2 de la concession)

En vertu de l'art. 59, al. 1, let. b, LRTV, le programme du concessionnaire doit être diffusé sur des lignes dans la zone de desserte attribuée (accès garanti). L'art. 38, al. 5, LRTV exige que la diffusion d'un programme soutenu par la redevance soit limitée à la zone de desserte définie dans la concession. Il s'agit ainsi de garantir que le concessionnaire traite essentiellement de thèmes concernant sa zone. Par ailleurs, cette solution permet d'éviter que les concessionnaires des zones urbaines, notamment, réduisent le potentiel commercial des concessionnaires voisins, ce qui engendrerait un défaut de financement à combler par la redevance ou empêcherait les concessionnaires concernés de remplir l'exigence légale d'autofinancement[63].

Par conséquent, le concessionnaire est coresponsable du respect de l'étendue de la diffusion de son programme, limitée à la zone de desserte qui lui a été assignée. Ainsi, le concessionnaire doit prendre les mesures qui s'imposent envers les fournisseurs de services qui doivent diffuser son programme.

La diffusion d'un programme sur l'internet est assimilée à la diffusion sur des lignes. Par conséquent, la diffusion du programme sur l'internet – aussi appelé *streaming* – n'est soumise à aucune restriction à l'intérieur de la zone de diffusion du concessionnaire. Au dehors de la zone de diffusion le *streaming* n'est autorisé que si le concessionnaire peut assurer par des moyens techniques ou administratifs que la diffusion ne déploie pas la portée journalistique propre aux services de radiotélévision. Selon les critères de l'art. 1, al. 1, ORTV, cela signifie qu'au dehors de la zone de diffusion, le programme ne doit pas être capté simultanément par 1000 appareils ou plus avec une qualité correspondant à l'état de la technique. Si le concessionnaire ne peut pas prouver que grâce à des mesures qu'il a prises lui-même ou suite à des accords passés avec les fournisseurs de services Internet les conditions mentionnées ci-dessus sont respectées, alors il lui reste toujours la possibilité de proposer sur Internet ses émissions individuellement sur demande au dehors de sa zone de diffusion (*on demand*).

---

[63] voir message du 18 décembre 2002 sur la nouvelle LRTV, FF 2003 1549.

2.5.3 Quote-part de la redevance (art. 3 de la concession)

En vertu de l'art. 39, al. 2, let. b, LRTV, la quote-part de la redevance sert à assurer, conjointement avec les ressources financières de la zone de desserte, l'exécution du mandat de prestations dans une région donnée. Le DETEC fixe les montants en tenant compte d'une part de la taille et du potentiel économique de la zone de desserte et d'autre part des frais que les concessionnaires doivent engager pour exécuter leur mandat, y compris les frais de diffusion (art. 40, al. 2, LRTV). Le DETEC a précisé ces exigences lors de la mise au concours des concessions et publié les résultats correspondants[64].

Les paramètres qui influencent le montant des quotes-parts changent sans cesse. C'est le cas notamment de la situation économique de la zone de desserte et de la structure des coûts et des recettes des diffuseurs. Pour cette raison, le DETEC examine régulièrement les montants des quotes-parts – en règle générale tous les cinq ans, selon l'art. 39, al. 2, ORTV – et les adapte aux nouvelles réalités. La quote-part peut donc aussi bien augmenter que diminuer au fil du temps.

Selon l'appel d'offres public du 4 septembre 2007, la concession est assortie d'une quote-part annuelle de la redevance d'un montant de 2'661'544 francs. En vertu de l'art. 39 ORTV, la quote-part s'élève au maximum à 70% des coûts d'exploitation du diffuseur. Le mode de calcul des coûts d'exploitation à prendre en compte est précisé à l'art. 5 de l'ordonnance du DETEC du 5 octobre 2007 sur la radio et la télévision[65]. En outre, en vertu de l'art. 42, al. 1, LRTV, le concessionnaire doit établir ses comptes annuels selon les instructions de l'OFCOM concernant la présentation du plan comptable.

En conformité avec les recommandations du Contrôle fédéral des finances concernant le droit des subventions, la distribution du produit de la redevance s'effectue par étape: la majeure partie (80% du montant indiqué dans l'appel d'offres) est versée en quatre tranches trimestrielles au cours de l'année d'exploitation. L'OFCOM verse les 20% restants au concessionnaire après examen de ses comptes annuels, soit l'année suivante.

2.5.4 Etendue du mandat de prestations (art. 4 de la concession)

Dans son dossier, le concessionnaire a précisé de manière complète comment il entendait remplir le mandat de prestations. C'est notamment sur la base des engagements pris par le candidat que le DETEC a décidé de lui attribuer la concession. Par conséquent, ces affirmations revêtent un caractère contraignant[66]. Le principe de la bonne foi, qui en vertu de l'art. 5, al. 3 de la Constitution fédérale du 18 décembre 1998[67] lie également les particuliers, requiert du concessionnaire qu'il honore ses engagements[68].

---

[64] pour la détermination des montants voir sous http://www.ofcom.admin.ch → Radio & télévision → Actualités → Octroi des nouvelles concessions de radio OUC et de télévision régionale

[65] RS 784.401.11

[66] Cf. note 21

[67] RS 101

[68] Cf. décision du Tribunal fédéral du 30 avril 2001 dans l'affaire TV3 AG, considérant 3 b), sous http://www.bger.ch/index/juridiction/jurisdiction-inherit-template/jurisdiction-recht/jurisdiction-recht-urteile2000.htm

Les garanties formulées par le concessionnaire définissent – conjointement avec les dispositions de la concession – l'étendue du contenu de l'obligation d'exploiter. Si le concessionnaire est contraint, en raison des circonstances, à limiter temporairement ses prestations, il est tenu de demander le consentement de l'OFCOM pour la réglementation de la période de transition, soit jusqu'à ce qu'il soit en en mesure de reprendre pleinement son exploitation[69].

2.5.5 Mandat de programme (art. 5 de la concession)

L'élément essentiel du mandat de prestations en matière de programme est constitué par l'information diversifiée sur tous les phénomènes significatifs de la vie locale. Afin d'atteindre un auditoire le plus vaste possible, ainsi que le souhaite le législateur, cette prestation journalistique doit être fournie aux heures de grande écoute dans le programme de télévision. Il est vrai que dans le cadre du développement multimédia, l'internet revêt une importance croissante pour les diffuseurs de radio et de télévision. Néanmoins, dans l'optique de la concession, l'offre journalistique proposée par le diffuseur sur l'internet reste un service d'appoint lié au programme. Dès lors, les éléments essentiels du mandat de prestations doivent être diffusés dans le cadre du programme de télévision et ne peuvent donc pas être relégués sur le site Internet du diffuseur.

Le concessionnaire peut librement aménager le contenu de son site internet. Il doit toutefois tenir compte d'une disposition légale particulière en ce qui concerne le financement: la loi oblige en effet le bénéficiaire d'une quote-part de la redevance à utiliser le produit de celle-ci conformément aux dispositions en la matière (art. 41, al. 2, LRTV), c'est-à-dire dans le cadre de l'exécution de son mandat de prestations. Par conséquent, le concessionnaire ne peut utiliser le produit de la redevance pour financer une offre en ligne que si celle-ci remplit une fonction de complément ou d'approfondissement par rapport au programme de radio et contribue ainsi à l'accomplissement de son mandat de prestations. C'est pourquoi, les informations en ligne financées par le biais du produit de la redevance doivent présenter un lien temporel et thématique direct avec les émissions. Il peut s'agir d'informations de fond, d'informations contextuelles, d'interviews se rapportant au thème des émissions ou de présentations d'émissions. Si les informations publiées sur l'internet ne sont pas en lien avec le programme, elles doivent être financées par d'autres ressources (publicité, parrainage, cotisations des membres, etc.).

2.5.6 Conditions de travail usuelles dans la branche (art. 7 de la concession)

Les conditions de travail usuelles dans la branche sont considérées comme remplies si le concessionnaire est lié par une convention collective de travail, s'il a conclu un contrat d'entreprise avec les représentants de son personnel ou s'il observe les conditions de travail standard formulées par les associations de la branche, à savoir l'ASRP (Association Suisse de Radios Privées) et TeleSuisse (année de référence: 2007: 42 heures de temps de travail hebdomadaire; salaire minimum brut de 4000 francs; vacances annuelles de quatre semaines). Les conditions de travail ont cependant un caractère dynamique et évoluent avec le temps. Les autorités de surveillance se réservent donc le droit d'examiner les conditions qui prévalent dans le domaine de la radio et de la télévision au

---

[69] Cf. note 68, notamment considérant 3 d)

cours d'enquêtes menées à l'échelle de la branche, d'informer le public des résultats obtenus[70] et, le cas échéant, d'imposer, dans le cadre de son activité de surveillance, les conditions de travail ainsi définies. Le concessionnaire est tenu de fournir gratuitement à l'OFCOM tous les documents et renseignements nécessaires (art. 17, al. 1, LRTV).

2.5.7 Durée (art. 10 de la concession)

Si aucun recours n'est formulé contre la présente décision – dont fait partie intégrante la nouvelle concession –, la nouvelle concession entrera en vigueur à l'expiration du délai de la concession actuelle (31 décembre 2008). Cette date peut être avancée si le concessionnaire renonce préalablement par écrit à sa concession régie par l'ancien droit. La nouvelle concession est valable jusqu'au 31 décembre 2019.

L'octroi de la concession déclenche l'obligation d'exploitation du concessionnaire. Afin de remplir son mandat de prestations, le concessionnaire doit produire un programme qui corresponde aux exigences de contenu exprimées dans la concession, et le diffuser ou le faire diffuser. Dès que la présente concession est entrée an force, le concessionnaire a 90 jours pour commencer à émettre son programme. Ce délai échu sans que le concessionnaire ait débuté ses transmissions, la concession s'éteint automatiquement.

3 Frais

Le calcul des émoluments pour le traitement des candidatures relatives à l'octroi des concessions est régi par l'art. 100, al. 1, let. a, LRTV, en relation avec l'art. 79, al. 1, ORTV. Le tarif horaire appliqué est de 104 francs l'heure. En l'occurrence, le traitement de la candidature a exigé 81 heures. Pour Arc TV SA et Canal Alpha SA les émoluments s'élèvent donc à **8'424 francs** chacun. La facture sera envoyée par courrier séparé dès l'entrée en force de la présente décision.

[70] Art. 87 LRTV

Pour ces motifs, le DETEC décide:

1. La concession de diffusion assortie d'un mandat de prestations et donnant droit à une quote-part de la redevance pour la zone Arc jurassien (zone de desserte n° 4) telle que définie au ch. 2 de l'annexe 2 à l'ORTV est octroyée à Canal Alpha Plus SA conformément à l'acte ci-joint, qui fait partie intégrante de la présente décision.

2. La candidature de Arc TV SA, déposée le 4 décembre 2007, est rejetée.

3. Les émoluments pour l'exécution de la procédure d'octroi de la concession se montent à 8'424 francs chacun. La facture sera envoyée sous pli séparé à Canal Alpha Plus SA et à Arc TV SA après l'entrée en force de la présente décision.

4. La présente décision est notifiée à Canal Alpha Plus SA et à Arc TV SA par lettre signature avec avis de réception:

DETEC Département fédéral de l'environnement, des transports,
de l'énergie et de la communication

sig. Moritz Leuenberger

Moritz Leuenberger
Conseiller fédéral

Annexe: Acte de concession

Voies de droit

La présente décision peut faire l'objet d'un recours dans un délai de 30 jours à compter de la notification. Ce délai ne court pas du 7e jour avant Pâques au 7e jour après Pâques inclusivement, du 15 juillet au 15 août inclusivement et du 18 décembre au 2 janvier inclusivement. Le mémoire de recours est adressé au

Tribunal administratif fédéral
Case postale
3000 Berne 14

Le mémoire de recours indique les conclusions, motifs et moyens de preuve et porte la signature du recourant ou de son mandataire; celui-ci y joint l'expédition de la décision attaquée et les pièces invoquées comme moyens de preuve, lorsqu'elles se trouvent en ses mains.