

# Radio Léman Local SA – demande de concession

## 1. Résumé et vue d'ensemble

Courte description du projet

POURQUOI UNE RADIO LOCALE EN ANGLAIS :

C'est le résultat d'un manque : la seule radio en anglais existante, WRG FM, a disparu. Elle est devenue radio de service public et diffuse sur tout le territoire un programme national. Pendant dix ans, cette radio avait su trouver sa place, unique en son genre.

Elle était devenue la radio des anglophones, diffusant un programme d'émissions et d'informations locales.

Dès lors, la communauté de langue anglaise a perdu le seul lien qui unissait les différentes communautés anglophones entre elles et qui la reliait également à la région lémanique. En disparaissant elle crée un besoin, tant du point de vue des auditeurs qui avaient pris l'habitude de l'écouter régulièrement que de celui des annonceurs qui étaient satisfaits des résultats de leurs campagnes publicitaires.

Nous avons donc pris le parti de présenter ce projet d'une nouvelle radio en anglais, pour répondre aux besoins de la communauté anglophone de la région. Celle-ci se développe au rythme de 8% par an, au gré des arrivées d'expatriés qui s'installent notamment dans la région genevoise. Les étrangers représentent actuellement plus de 40% de la population du canton de Genève et plus de 28% dans la canton de Vd.

La plus grande partie des expatriés proviennent d'organisations internationales relevant de l'ONU, d'ONG ou du secteur privé.

Ils parlent leur langue d'origine (toutes les nationalités du monde sont représentées à Genève) et l'anglais est leur langue commune, qu'ils l'utilisent dans leur travail ou dans leur quotidien.

En poste dans la région pour quelques années, ces hommes et ces femmes ont besoin, pour s'intégrer, d'une radio qui les tienne informés de la vie locale sous tous ses aspects.

Concrètement, que se passe t il à ma porte, dans mon quartier, dans ma ville, mon canton, dans les domaines aussi différents que la politique, la culture, l'économie ou le sport.

Quant aux informations internationales et nationales, elles peuvent, s'il le faut, être obtenues par les autres canaux d'information à disposition (radios nationales et internationales, presse, chaînes câblées, internet...).

En revanche, connaître les événements de la rue, qui touchent les habitants dans leur vie quotidienne, des menus accidents aux faits qui concernent leur région, il leur faut une radio locale avec des journalistes susceptibles d'informer très rapidement sous forme de bulletins en direct.

La vie associative est très active également dans la communauté anglophone qui pourrait par le biais d'une radio annoncer les événements qui la concernent (kermesses, ventes de charité, concerts et spectacles, conférences) et servir à intégrer les nouveaux arrivants par des émissions de service.

## **- Les programmes**

Une telle radio doit par la diversité de ses programmes refléter celle des auditeurs qu'elle entend informer et divertir.

Elle doit prendre en compte l'ensemble des cultures et des nationalités qui sont les leurs afin de mieux les faire se connaître les unes les autres.

Elle diffusera des programmes hebdomadaires de style magazine où seront évoqués différents aspects de la vie locale (politique cantonale, économie locale, culture...)

De Genève à Lausanne se trouvent le siège de centaines d'organisations internationales où travaillent les futurs auditeurs de cette radio.

C'est un vivier de compétences et ces hommes et ces femmes peuvent venir parler à l'antenne parler de l'actualité et de leur action au sein de leur organisation. Ils peuvent aussi évoquer leur pays d'origine.

Tables rondes et dossiers seront proposés régulièrement, réunissant des intervenants de nationalités et horizons politiques différents.

La radio doit également faire part des événements culturels et sportifs de la région afin d'y intéresser les auditeurs et leur faire mieux connaître les différentes facettes de la vie en Suisse.

La culture suisse est fort riche et le but de cette radio est de mieux la faire connaître auprès de cette population expatriée. La vie économique doit également avoir sa part dans nos programmes, qu'il s'agisse de l'implantation d'une nouvelle multinationale ou, plus simplement, de l'ouverture d'une boutique de quartier.

Bref : tout ce qui concerne la région lémanique dans son ensemble trouvera sa place sur nos ondes.

La radio devra se faire connaître par une promotion régulière et se déplacera à l'occasion d'événements touchant la communauté anglophone et de grands événements se déroulant dans la zone de diffusion.

## **- Les informations**

Toujours dans l'idée d'une intégration et d'un échange d'information, les informations :

- doivent être prioritairement locales, impartiales et évoquer les événements dans tous les secteurs d'activité ;
- doivent être variées et refléter la diversité des opinions ;
- doivent donner l'opportunité à différents groupes, associations, etc. de donner leur opinion et d'intervenir régulièrement à l'antenne ;
- doivent être diffusées au moins toutes les heures dans la journée.

## 2. Identité du requérant

### 2.1 indications générales concernant le requérant

#### a. Nom du requérant

Hugh Quennec, chemin Sous-Gay 4, 1291 Commugny

tel : 079 460 77 71 email [hq@gshc.ch](mailto:hq@gshc.ch)

Il est de nationalité suisse

**Annexe** : extrait de son passeport

#### b. Le siège de la station sera situé à Nyon .

Les locaux de la station LEMAN LOCAL RADIO SA restent à trouver mais la situation géographique entre Genève et Lausanne est souhaitable et au cœur d'une région où vivent et travaillent la majorité des anglophones

#### c. **Isabelle CORNET** 10 chemin des Jargilières 01210 FERNEY VOLTAIRE (permis G)

Tél : 079 47 594 47 et 022 782 50 21 [isa@chic-media.ch](mailto:isa@chic-media.ch)

**Hugh Quennec**, chemin Sous-Gay 4, 1291 Commugny

tel : 079 460 77 71 email [hq@gshc.ch](mailto:hq@gshc.ch)

### 2.2 Organisation et composition

#### a. forme juridique choisie par le requérant : la SA. Elle ne sera constituée que si le projet est accepté

#### a. Organisation et structures prévues

**Le conseil d'administration** sera composé de Hugh Quennec, d'Isabelle Cornet, d'un avocat spécialisé dans les médias et de 2 personnes ayant une bonne connaissance de l'économie et de la culture de la région lémanique, En outre, il est prévu de recourir à une fiduciaire, membre de la chambre des fiduciaires suisses et d'un organe de contrôle.

Hugh Quennec est propriétaire avec 100% des actions, les différents membres de la station pourront acquérir des parts à un tarif préférentiel.

#### b. **La direction de la station** est assurée conjointement par le directeur/directrice des programmes et la directrice des ventes. Les deux personnes rapportent directement au Conseil d'Administration pour leurs activités et actions entreprises au sein de leur département respectivement.

**La direction commerciale** est assurée par Isabelle Cornet, chargée du développement publicitaire de la station avec ses collaborateurs, de l'engagement et de la formation continue du personnel de vente. Elle est également en charge du marketing et de la promotion de la station. Elle doit communiquer régulièrement au conseil d'administration et aux collaborateurs les taux d'audience et les progressions du Chiffre d'Affaire . Elle collabore

étroitement avec la Direction des Programmes pour faciliter les informations nécessaires à la bonne marche des 2 départements. Elle managera deux personnes à plein temps et une à mi-temps comme collaborateurs à la vente chargés d'acquérir la publicité pour la station. Elle fixe les objectifs publicitaires de la station.

**La direction des programmes.** La personne recrutée sera responsable de la bonne marche de son département engagera et dirigera 1 technicien(ne), 1 animateur et 2 journalistes et 1 stagiaire.

Elle fixera des objectifs qualitatifs et quantitatifs à ses collaborateurs. Elle sera responsable de la qualité des programmes émis et animera un programme aux heures de grande écoute.

Elle collaborera étroitement avec la Direction des Ventes pour faciliter les informations nécessaires à la bonne marche des 2 départements. Elle doit régulièrement communiquer toutes informations nécessaires au Conseil d'Administration.

**L'administrateur(trice)** est en charge de la facturation clients et de l'encaissement, du règlement des factures de frais et de dépenses. Il/elle doit tenir la comptabilité complète de la station (élaboration des budgets de fonctionnement avec la direction, gestion des fournitures, comptes prévisionnels et des pertes et profits, bilans intermédiaires et de fin d'exercice, qui respectent les règles en vigueur. La personne est responsable de fournir les documents pour la révision ; il/elle est en charge de payer les salaires, de faire les décomptes de charges sociales, et des contrats de travail ainsi que les relations avec les autorités cantonales pour l'obtention des permis de travail.

### 2.3 **Activité du requérant dans le domaine des médias**

- a. **Hugh Quennec** est actionnaire et président du Genève Servette Hockey club. Dans ce cadre, il produit et édite des programmes (sous forme de magazines) pour la saison, diffusés auprès de la communauté anglophone.

Avec le club, il participe à de nombreux événements et manifestations, de Genève à Lausanne. Il a créé une fondation et soutient des actions caritatives.

Hugh Quennec est expert-comptable, diplômée de KPMG et fondateur de diverses sociétés dans le domaine des finances et de l'informatique. Son groupe BL-Gestassur inclut dans ses services, des conseils en matière d'assurances et de relocation pour les expatriés.

Il emploie des personnes qui sont au service exclusivement d'expatriés anglophones.

De plus, il a créé une fondation et soutient diverses actions caritatives.

**Isabelle Cornet** est entrée à la radio WRG FM en 1996 et a été employée au développement publicitaire de la station. En 2001, elle a été promue Directrice commerciale et en a assuré les fonctions jusqu'en été 2007. Isabelle Cornet est entrée à la radio WRG FM en 1996 et a été employée au développement publicitaire de la station. En 2001, elle a été promue Directrice commerciale et en a assuré les fonctions jusqu'en été 2007. Responsable du

management d'une équipe de 6 commerciaux et une assistante administrative, Isabelle Cornet a chaque année dépassé son objectif commercial global de 10% et contribué activement au développement de la Radio.

Dans le cadre de ses fonctions, elle a également créé un magazine pour la radio et assuré la promotion de la radio au travers de différentes opérations de marketing avec pour but d'augmenter l'audience et le portefeuille clients de la station.

Isabelle Cornet a débuté sa carrière radiophonique à France Inter en 1975 et a poursuivi à la Radio suisse romande, de 1976 à 1986 en collaborant au programme pour différentes émissions en tant qu'animatrice et productrice.

Elle a aussi participé au lancement de Couleur 3 et animé l'antenne pendant quelques mois.

Après avoir quitté la RSR, elle s'est dirigée vers le monde de la publicité et travaillé chez Orell Fussli pour le développement de titres régionaux, et a suivi les cours du SAWI.

Après quelques années passées à la régie PUBLICIUM, elle a été recrutée par WRG FM.

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

Voir 2.1 mais il est prévu que les membres de la direction de la future radio puissent acquérir des parts dès la constitution de la SA.

- b. Ne s'applique pas
- c. Ne s'applique pas

### 3. Programme

#### 3.1 type de programme radio ou télévision prévu

- a. **durée** : diffusion 24h/24 du lundi au dimanche inclus avec un programme en direct aux heures suivantes

**6h00 à 10h00 - 12h à 13h30 – 16h30 à 19h00**, du lundi au vendredi. Rediffusion d'émissions le week-end. De plus des bulletins d'informations locales sont prévus toutes les heures de **6h00 à 19h30** du lundi au vendredi.

#### **Contenu et structure des programmes :**

- **Tranche 6h00 à 10h00** : émissions dont le thème général est basé sur l'information internationale (brève), nationale (brève) et d'information locales (réalisées par les communiqués de presse de la nuit) et étayées par des interviews réalisées par nos soins. Nous aurons soin comme défini dans la charte rédactionnelle de donner la parole à des personnes représentatives d'opinions différentes et de refléter l'actualité de manière objective.

Tous les matins :

- intervention de représentants d'association diverses désirant tenir au courant la communauté d'événements qui les touchent directement (fêtes, kermesses, conférences, concerts, expositions, foires, événements caritatifs, fêtes nationales, compétitions sportives ...)
- rappel de l'actualité culturelle et sportive par le biais d'un agenda et d'interviews.
- partie divertissement : musique et jeux, concours

- **Tranche 12h à 13h30** : priorité à l'actualité locale, revue des événements de la veille et de la matinée. Emission de service régulière à l'attention de la communauté anglophone expatriée, en évoquant les organismes d'accueil et lieux mis à disposition pour les aider dans leurs droits et démarches. Seront évoqués des sujets relatifs à la scolarité, au logement, aux assurances, à la santé, aux associations sportives et culturelles et les différentes inscriptions obligatoires. Et tout ce qui touche à la vie quotidienne, avec des intervenants suisses et expatriés.

- **Tranche 16h30 à 19h**, plage plus « magazine » avec rappel de l'actualité locale de la journée et temps plus long accordé à des interviews visant à mettre en lumière des événements relatés dans la journée.

Agenda culturel et sportif de la soirée : Que faire ce soir ? Que se passe-t-il chez moi ? Interviews et promotion de spectacles, concerts, exposition... de la communauté anglophone et cantonale.

Emission musicale régulière sur la musique du monde et qui permet de mettre en avant la richesse culturelle d'un groupe provenant de nos auditeurs (européenne, américaine, sud-américaine, orientale (proche et moyen orient), africaine, océanique, asiatique,) puisque nos auditeurs viennent du monde entier.

Emission consacrée aux gens qui ne travaillent pas et plus particulièrement aux hommes et femmes au foyer, afin de les faire participer à la vie de leur ville ou de leur localité.

Emission consacrée au tourisme en Suisse afin de mieux faire connaître notre pays sous différents aspects.

Météo et conditions de circulation dans toutes les tranches horaires

Rediffusion d'émissions le week-end. De plus des bulletins d'informations locales sont prévus toutes les heures de 6h00 à 19h30 du lundi au vendredi.

**Le public cible** est composé d'auditeurs provenant de toutes les nationalités du monde, dont la langue de travail est l'anglais.

- b. La part des émissions dont le contenu est directement lié à la zone de diffusion va représenter près de 80% des émissions. On en déduira la part des informations internationales et nationales et les programmes acquis à l'étranger.

**Le reste du programme sera entièrement local et supra local.**

### 3.2 Mandat de prestations

Voir les documents annexes : la charte rédactionnelle et le règlement intérieur et la gestion de la qualité.

### 3.3 Production

- a. Il est prévu un studio principal d'environ 20m2 ainsi que d'une cabine de montage et d'enregistrement.
- a. **Une personne à la technique** responsable de la gestion informatique du matériel de diffusion de la programmation musicale et publicitaire des campagnes de spots.

**Deux journalistes à plein temps** chargés de couvrir l'actualité locale et de produire les bulletins à l'antenne assistés **d'un stagiaire**. Un des 2 aura la qualification de « news editor » et responsable du contenu journalistique à l'antenne.

**Un animateur(trice)** responsable d'une tranche de grande écoute, il (elle) sera supervisé par la direction des programmes.

**Un animateur** (également membre de la direction) responsable d'une tranche à grande écoute.

**La maintenance informatique et la bureautique** seront assurées par une société externe qui viendra ponctuellement

**Acquisition de publicité** : 2 personnes à plein temps, 1 personne à mi-temps

- b. il peut-être envisagé d'acheter des programmes dans le domaine de la culture et du divertissement.

Nous nous réservons la possibilité de faire appel à une chaîne de diffusion internationale et avons prévu dans le budget une réserve suffisante pour couvrir les frais engendrés.

## 4 Financement

### 4.1 fonds propres

- a. Hugh Quennec garanti le financement nécessaire, selon le budget inclus

### 4.2 nous ne prévoyons pas de fonds de tiers

### 4.3 Les plans suivants doivent être établis pour 5 ans :

Le plan d'investissement et le plan d'amortissement, se référer au bilan.

Le compte prévisionnel de pertes et profits

Le bilan prévisionnel

Le compte de flux d'espèces (fonds de liquidité)

b. voir bilan

c. idem

#### **4.4 calcul des rendements**

Calcul détaillé des rendements prévus.

##### **Spots publicitaires :**

Nombre de secondes : calcul basé sur 4 blocs de 2 minutes par heure :

soit 480 secondes/heure

heures de diffusion de la publicité : de 6h00 à 22h00,

soit 16h de diffusion

soit 1920 secondes à CHF 5.- la seconde, soit CHF 9'600.-/jour

par trimestre : CHF 876'000.-

pour une année : CHF 3'504'000.-, revenu brut

**revenu net annuel** : 2'628'000.- (rabais de 25% inclus)

**parrainage** : 60'000.-/trimestre

pour une année : CHF 240'000.-, revenu brut

**revenu net par an** : CHF 204'000.- (rabais de 15% inclus)

**vente site internet** : CHF 20'000.-

**produits manifestations** : 80'000.-

Les partenaires publicitaires peuvent être les agences de publicité et les acquéreurs d'achat d'espaces, ils sont prévus dans les comptes de résultat.

#### **4.5 résumé avec indicateurs**

Leman Local Radio bénéficiera de CHF 3'100'000 de liquidité à sa disposition dès sa création. Elle investira CHF 2'100'000.- au départ pour les installations techniques nécessaires pour une diffusion de qualité et l'aménagement des bureaux.

Une liquidité supplémentaire de CHF 900'000.- sera disponible pour le financement des pertes d'environ CHF 675'000.- (cash) pendant la période de start-up estimée à 36 mois (les pertes ont été prévues sur la base d'un chiffre d'affaires conservateur et sur des charges les



plus élevées) et pour maintenir une réserve de liquidités en cas d'imprévus.

Le budget du chiffre d'affaires pour les 5 premières années à été préparé de manière prudente, et devrait être dépassé. La directrice commerciale et son équipe de ventes ont des relations professionnelles existantes avec les clients ciblés, relations acquises lors de leurs travaux à WRG et qui génèrent un chiffre net d'environ CHF 2'500'000.- par année avant leur départ, et ceci que pour le canton de Genève sans compter le canton de Vaud qui sera également desservi par Lemman Local Radio.

De plus, nous prévoyons de proposer à des animateurs déjà connus et populaires parmi les auditeurs et les clients de la région de travailler avec nous. Le budget prévoit un chiffre d'affaire net d'environ CHF 1'500'000.- pour la première année, évoluant à CHF 3'300'000.- pour la 5ème année.

Les charges programmes, matières, et prestations, plus les charges d'exploitation, évolueront d'environ CHF 3'100'000.- pendant cette période initiale de 5 ans.

Lemman Local Radio a un potentiel du chiffre d'affaires net d'environ CHF 13'500'000.- par année. Dès la 6ème année nous attendons un chiffre d'affaires net de CHF 3'500'000.- avec des frais de fonctionnement annuel d'environ CHF 3'100'000.- qui donne un potentiel de CHF 400'000.- de bénéfice annuel avant impôts.

Les bénéfices seront utilisés pour augmenter les réserves de la société, pour investir dans la formation du personnel et la mise à jour du matériel technique ainsi que pour soutenir des initiatives communautaires locales qui serviront à consolider la fidélité des auditeurs et des clients (le principe étant qu'il faut donner pour soutenir la communauté si nous espérons recevoir leur soutien en retour).

Le rendement annuel potentiel avant impôts sur chiffre d'affaires est estimé à 11% (CHF 400'000.- / CHF 3'500'000.-), le rendement annuel potentiel avant impôts sur capital plus prêt des actionnaires CHF 3'100'000.- à 13%, le rendement annuel potentiel avant impôts sur total actifs (CHF 2'000'000.-) de 20%.

## **5. informations sur les obligations particulières**

En tant que requérant, Hugh Quennec, je m'engage à respecter le droit en vigueur, les dispositions relevant du droit du travail et les conditions de travail usuelles dans la branche.

**domaine du salaire** : les salaires sont basés sur les salaires pratiqués dans le secteur d'activité et ce pour l'ensemble des salariés de l'entreprise et respectent les déductions légales prévues par la loi sur le travail en Suisse.

La station se conforme à la moyenne nationale du temps de travail, des vacances, des congés maternité et paternité, maladie. Il est également à prévoir les assurances obligatoires (LAA,

LPP et assurances pertes de gain). En ce qui concerne la formation et le perfectionnement des compétences diverses de l'ensemble du personnel, un montant annuel global est prévu dans le budget).

Les salaires des collaborateurs tiendront compte des conditions de leur contrat (plein temps, mi-temps, stagiaires) et feront objet des fiches de salaire relatives. Les salaires seront virés sur un compte bancaire en Suisse). Les collaborateurs au cachet seront rémunérés de la même manière sous déductions des charges sociales légales.

Nous avons décrit dans les documents de gestion de qualité et de comptes comment nous comptons engager et rémunérer nos employés. Les vacances, jours fériés, congés particuliers seront conformes aux obligations légales.

La politique de ressources humaines de la station sera basée entre autre sur l'écoute et un effort particulier sera mis sur la communication tellement importante lorsque des personnes de secteurs d'activités différents au sein d'une même entreprise vont se côtoyer et devoir travailler ensemble dans le même but.

L'accès à une formation et le perfectionnement de tous les collaborateurs seront également une préoccupation constante de la direction, désireuse d'avoir des employés ayant les compétences nécessaires à l'accomplissement de leurs tâches, épanouis dans leur vie professionnelle.

En fonction de leur rôle et fonction au sein de la station, ils seront consultés, informés et tous les moyens seront mis en œuvre de la formation continue à une formation ponctuelle pour leur permettre d'acquérir de nouvelles compétences et d'atteindre les objectifs de la station.

De nouveau dans nos métiers de communication la motivation, moteur indispensable, n'est envisageable que si les employés se sentent pris en considération dans leur besoins et désirs profonds et que leurs opinions et avis soient pris en compte lors de décisions concernant la pratique de leur métier au quotidien ainsi que la politique générale et la direction de l'entreprise.

Un pourcentage d'environ 0,4% de la masse salariale sera réservé à la formation.

- b. **le système de gestion de qualité** fait l'objet d'un document annexe suivi du règlement intérieur et la charte rédactionnelle. Documents joints en annexe.
- c. Tous les acteurs de la radio : rédaction, éditeur et l'ensemble des collaborateurs s'engagent à respecter le principe d'une pleine transparence envers le public.

L'auditeur doit pouvoir distinguer clairement les contenus qui sont de la responsabilité de la rédaction et ceux qui sont payés par des tiers. Le non-respect de ce principe atteint la crédibilité de la rédaction, de l'éditeur et des annonceurs. Rédaction et éditeur ont la responsabilité commune d'assurer une séparation claire entre contenus rédactionnels et

publicitaires. Les annonces ne doivent pas donner par leur forme l'impression qu'elles font partie de la partie rédactionnelle.

Des contrats clairement édités doivent apporter la preuve que seul l'espace publicitaire est payant. La publicité sera diffusée sous forme de spots dans l'espace réservé à cet effet et à des heures définies. Le parrainage ou sponsoring d'émission seront clairement définis et respecteront la législation en vigueur.

Le parrain sera indépendant du contenu rédactionnel et ne portera pas atteinte au contenu rédactionnel par quelque lien que ce soit.

Les dotations de lots feront l'objet de contrats et resteront un élément d'animation dans des programmes spécifiques.

6. Plan de desserte est joint pour une couverture de zone allant de Genève à Montreux et l'aménagement doit tenir compte de demandes diverses..., le délai peut varier de 3 à 6 mois.
7. Il est prévu de diffuser le programme par l'intermédiaire du site internet de la station.
8. **autres remarques et explications**

Mise en place et développement du programme

Le programme sera mis en place après consultation du Conseil d'administration et appliqué par le directeur des programmes.

Il sera conforme au projet présenté dans ce document.

Par la suite il sera réévalué régulièrement et basé sur les recommandations de l'audit concernant la qualité des programmes diffusés.

De nouveaux programmes pourront être mis en place au fur et à mesure des moyens financiers et pour répondre au besoin des auditeurs, qui pourront être consultés par des « focus groupe ».

**Une radio de service** : à la disposition de la communauté anglophone du bassin lémanique

**Une radio de proximité** : informer de manière indépendante et autonome la communauté anglophone

**Une radio de divertissement** : diffuser de la musique anglophone des 10 dernières années, des hits et de la musique du monde dans des programmes définis.

**Radio de la diversité** : donner la parole au sein de la communauté anglophone aux différentes associations et groupes linguistiques