

REDAKTIONSLEITFADEN

Date dernière mise à jour: 01/03/2023

D-PROG-05-04

Inhalt

Editorial	3
Erklärung der Rechte und Pflichten	4
Redaktionscharta	7
Pflichtenhefte	11
Sendegefässe	17
Auf Sendung	18
Newsdienst	22
Inhaltliche Richtlinien	23

Warum ein Leitfaden?

Dieser Redaktionsleitfaden bildet die Grundlage des Arbeitens in der Redaktion von RadioFr. Freiburg und ist jedem neuen Mitarbeiter (der Einfachheit halber wird im Leitfaden auf die weibliche Form verzichtet) spätestens bei Arbeitsbeginn abzugeben sowie von diesem aufmerksam zu lesen und zu befolgen.

Der Leitfaden beantwortet in einem ersten Teil Fragen zu Grundsätzen, Rechten und Pflichten der Journalisten von Radio Freiburg. Weiter regelt er Organisatorisches wie Arbeitsablauf, Verantwortlichkeiten, Sendegefässe – und gibt eine Anleitung zum Nachrichtendienst für Radio Munot. Im letzten Teil sind einige inhaltliche Richtlinien aufgelistet zu Themen, mit denen die Redaktion häufig konfrontiert ist, sowie gewisse Grundsätze im Verarbeiten von Informationen.

Schliesslich soll erwähnt werden, dass dieser Leitfaden keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Im Zweifelsfalle gilt der Konsens in der Redaktion unter Einhaltung der Rechte und Pflichten von Journalisten.

Änderungen dieses Leitfadens sind jederzeit möglich, bedürfen jedoch der Zustimmung eine Mehrheit der Gesamtedaktion.

Freiburg, im März 2023

Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalistinnen und Journalisten

Präambel

Das Recht auf Information, auf freie Meinungsäußerung und auf Kritik ist ein grundlegendes Menschenrecht.

Journalisten sichern den gesellschaftlich notwendigen Diskurs. Aus dieser Verpflichtung leiten sich ihre Pflichten und Rechte ab.

Die Verantwortlichkeit der Journalisten gegenüber der Öffentlichkeit hat den Vorrang vor jeder anderen, insbesondere vor der Verantwortlichkeit gegenüber den Arbeitgebern und gegenüber staatlichen Organen.

Die Journalisten auferlegen sich freiwillig die bei der Erfüllung ihrer Informationsaufgabe einzuhaltenden Regeln; diese sind in der nachstehenden Erklärung der Pflichten Journalisten festgelegt.

Um die journalistischen Pflichten in Unabhängigkeit und in der erforderlichen Qualität erfüllen zu können, braucht es entsprechende berufliche Rahmenbedingungen; diese sind Gegenstand der anschliessenden Erklärung der Rechte der Journalisten.

Journalisten, welche dieser Bezeichnung würdig sind, halten es für ihre Pflicht, die Grundsätze dieser Erklärung getreulich zu befolgen. In Anerkennung der bestehenden Gesetze jedes Landes nehmen sie in Berufsfragen nur das Urteil ihrer Berufskollegen, des Presserates oder ähnlich legitimierter berufsethischer Organe an. Sie weisen dabei insbesondere jede Einmischung einer staatlichen oder irgendeiner anderen Stelle zurück. Es entspricht fairer Berichterstattung, zumindest eine kurze Zusammenfassung der Stellungnahmen des Presserates zu veröffentlichen, die das eigene Medium betrifft.

Rechte und Pflichten

Die Journalisten lassen sich bei der Beschaffung, der Auswahl, der Redaktion, der Interpretation und der Kommentierung von Informationen, in Bezug auf die Quellen, gegenüber den von der Berichterstattung betroffenen Personen und der Öffentlichkeit vom Prinzip der Fairness leiten. Sie sehen dabei folgende Pflichten als wesentlich an:

- 1) Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

- 2) Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.
- 3) Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder und Töne deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäußerte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.
- 4) Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.
- 5) Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.
- 6) Sie wahren das Berufsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.
- 7) Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Personen, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.
- 8) Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben.
Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.
- 9) Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.
- 10) Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen von Seiten der Inserenten.
- 11) Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

Damit die Journalisten die von ihnen übernommenen Pflichten erfüllen können, müssen sie zum Mindesten folgende Rechte beanspruchen können:

- a) Sie haben freien Zugang zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.
- b) Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.
- c) Sie dürfen jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.
- d) Sie haben Anspruch auf Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung, die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, rechtzeitig informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.
- e) Sie haben Anspruch auf eine angemessene berufliche Aus- und Weiterbildung.
- f) Sie haben Anspruch auf eine klare Regelung der Arbeitsbedingungen durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.
- g) Sie haben das Recht auf einen persönlichen Anstellungsvertrag, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalisten sichergestellt werden.

Einleitung

Die vorliegende Charta stützt sich auf die „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“. Sie bezieht sich weiter auf den Gesamtarbeitsvertrag (GAV) vom 12. August 2008 zwischen „impresum“ und dem Verband der Radios Régionales Romandes (RRR) dessen Mitglied die Radio Fribourg/Freiburg AG ist.

Für deutschsprachige Schweizer Privatradios ist kein GAV in Kraft, dieser Text ist eine Anlehnung an das oben erwähnte Dokument.

Diese Charta versteht sich als integraler Bestandteil des Vertrags zwischen dem Medienunternehmen Radio Freiburg-Fribourg AG und den Redaktionsmitgliedern.

Sie ist auch für Praktikantinnen und Praktikanten verbindlich. Zu Informationszwecken kann sie an externe Mitarbeiter verteilt werden.

Die Charta wurde in Übereinstimmung der beteiligten Parteien verfasst. Sie definiert die redaktionelle Linie und die Ziele der Redaktion von Radio Freiburg-Fribourg sowie die Mittel zum Erreichen dieser Ziele.

Die Charta bestimmt ausserdem die Rechte und Pflichten des Medienunternehmens, der Kader- sowie Redaktionsmitglieder.

Der Einfachheit halber wird in der Charta von „Redaktionsmitgliedern“ gesprochen; Dies umfasst die Chefredaktion, Journalisten, Praktikanten sowie alle Mitglieder der Sportredaktion.

Allgemeine Bestimmungen

1. RadioFr. Freiburg-Fribourg vermittelt als Lokalradio Informationen von allgemeinem Interesse.
 - Es ist unabhängig von jeglichen Instanzen, Institutionen und Interessengruppen – sei es im politischen, wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen oder religiösen Bereich.
 - Es versteht unter Pressefreiheit das Recht, Informationen von allgemeinem Interesse zu verbreiten und zu kommentieren, unter Vorbehalt der Respektierung der Privatsphäre von Einzelpersonen.
 - Es legt Wert auf die Qualität der verbreiteten Informationen und produzierten Sendungen sowie den Wahrheitsgehalt der Informationen.
 - Es versteht sich als dynamischer Bestandteil des lokalen, regionalen und nationalen Lebens.
 - Es achtet darauf, die verschiedenen Standpunkte und Sichtweisen einzubeziehen und kann zu grundlegenden Fragen Stellung

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

beziehen.

2. Im politischen Bereich gibt RadioFr. Freiburg-Fribourg die Meinungsvielfalt wieder.
 - Es vertritt einen Föderalismus und eine Demokratie, in welcher Widersprüche und gegensätzliche Meinungen ausgedrückt werden dürfen.
 - Es fördert die Einzelverantwortung von BürgerInnen und von sozialen Gruppen und unterstützt deren Aktivitäten, sofern sie dem allgemeinen Interesse dienen.
 - Es ist gebunden, die soziale Gerechtigkeit zu fördern, jeglicher Gewalt vorzubeugen und politische Debatten in aller Sachlichkeit zu führen.
3. RadioFr. Freiburg-Fribourg dokumentiert das öffentliche und private Wirtschaftsleben.
 - Es berücksichtigt die legitimen Interessen von Konsumenten, Angestellten und Unternehmen.
 - Es behandelt Initiativen von staatlichen und wirtschaftlichen Akteuren unter dem Standpunkt des allgemeinen Interesses.
 - Es macht auf Missbräuche aufmerksam.
4. RadioFr. Freiburg-Fribourg gewährleistet die Ausbildung von JournalistInnen.
 - Es organisiert die interne Ausbildung der PraktikantInnen.
 - Es bietet den Praktikanten die Gelegenheit, das Ausbildungsangebot der Branche zu beanspruchen (MAZ in Luzern).
 - Es ermutigt Journalisten und Praktikanten, im Rahmen der Möglichkeiten zusätzliche Weiterbildungen (Radiotechnik, aktuelle Themen) zu besuchen.

Ausübung des Berufs

1. Die Redaktionsmitglieder lassen sich nicht von wirtschaftlichen oder ideologischen Gruppierungen, Werbekunden oder der Hörerschaft unter Druck setzen. Die seriöse Informationsvermittlung steht über allen kommerziellen oder ideellen Interessen.
2. Die Redaktionsmitglieder sind angehalten, Geschenke von unverhältnismässigem Wert abzulehnen. Massstab ist der gesunde Menschenverstand. Reisen für Presse Zwecke (Spezialsendung,

Reportage) müssen für die Hörerschaft als solche gekennzeichnet sein.

3. Ausser bei beruflichen Vergehen gemäss der „Erklärung der Rechte und Pflichten von Journalistinnen und Journalisten“, über welche der Schweizer Presserat wacht, unterstützt die Chefredaktion ihre Redaktionsmitglieder.
4. Die Redaktionsmitglieder unterstehen dem Berufsgeheimnis und dem Quellenschutz. Sie geben ihre Informationsquellen an keine Dritten weiter – insbesondere politische, gerichtliche oder polizeiliche Instanzen – und vor allem dann nicht, wenn die Informanten durch ihre Identifikation das Opfer von Vorurteilen werden könnten.
5. Die Redaktionsmitglieder analysieren die Fakten streng und rechtschaffen.
 - Sie achten darauf, die Fakten weder durch Unterlassungen noch Übertreibungen zu verzerren.
 - Sie sammeln jeweils die grösstmögliche Menge an Informationen, bevor sie ein Thema behandeln oder dazu Stellung beziehen.
 - Sie achten auf die ausdrückliche Trennung von Informationen und Kommentaren.
 - Sie behalten sich vor, bei fehlender Zeit für die Informationsüberprüfung die Ausstrahlung eines Themas oder einer Sendung zu verschieben.
6. Die Redaktionsmitglieder respektieren mit ihrem Verhalten in der Öffentlichkeit den unabhängigen Charakter ihres Mediums. Sie verzichten auf Mandate – insbesondere politischer oder wirtschaftlicher Art – welche dieses Prinzip verletzen würden.

Zweisprachigkeit

Die Redaktion der Radio Freiburg-Fribourg AG ist zweisprachig. Dabei behält jedes Programm seine kulturellen und linguistischen Eigenheiten, fördert aber gleichzeitig den Austausch zwischen den Sprachgruppen und das Verständnis für die jeweiligen Partikularitäten. Die Redaktionsmitglieder entwickeln, pflegen und leben eine gemeinsame Unternehmenskultur und nutzen aktiv Synergien zwischen beiden Sprachgruppen mit dem Ziel, die Zweisprachigkeit zu stärken und umzusetzen.

Alle Mitarbeiter können sich in ihrer Muttersprache ausdrücken, sei dies Deutsch, Schweizerdeutsch oder Französisch.

- Die Redaktionssitzungen werden prinzipiell von der Chefredaktion

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

eröffnet und abwechselnd auf Deutsch und Französisch geleitet.

- Die Redaktionsmitglieder machen, im Rahmen ihrer Möglichkeiten, Interviews in der Partnersprache. Dabei üben und akzeptieren sie Kritik, um die Interviews in der Partnersprache zu verbessern. Sie helfen einander gegenseitig bei sprachlichen Fragen.
- Die Redaktionsmitglieder verlieren die Bedürfnisse und Angebote der Partnergemeinschaft nie aus den Augen.
- Das Medienunternehmen und die Redaktionsmitglieder unterstützen im Rahmen der Möglichkeiten jede Massnahme, die das Erlernen und das Vertiefen der Partnersprache fördert.

Bestimmungen zur Anwendung und Anpassung der Charta

1. Alle Redaktionsmitglieder sind im Besitz der vorliegenden Charta. Alle Kandidaten für redaktionelle Arbeit nehmen sie vor ihrem Arbeitsantritt zur Kenntnis. Sie ist integraler Bestandteil des Arbeitsvertrags.
2. Das Medienunternehmen und die Chefredaktion garantieren die Einhaltung dieser Charta. Gemeinsam mit den Redaktionsmitgliedern sind sie verpflichtet, sich an sie zu halten.
3. Die vorliegende Charta ist vom Medienunternehmen und von den Redaktionsmitgliedern genehmigt. Jede zukünftige Änderung des Dokuments bedingt die Absprache und die Zustimmung des Medienunternehmens und der Redaktion.

Chefredaktion

Allgemeine Aufgaben

- Prägung und Kontrolle der redaktionellen Linie
- Koordination innerhalb der Redaktion
- Führung der Redaktionsmitglieder
- Mitgestaltung der Radiostrategie
- Qualitätssicherung der redaktionellen Inhalte
- Managing des Redaktionspersonals

Hauptaufgaben

- Führung der Redaktion (News, Sport und Frapp) im Tagesgeschäft (Themen und Prioritäten, Umsetzung, Feedback, Begleitung)
- Leitung der werktäglichen Redaktionssitzungen von 8.10h und 13.30h zusammen mit Newsdeskverantwortlichen
- Leitung der werktäglichen Sitzung der Redaktionen beider Sprachseiten mittwochs und donnerstags um 8.40h
- Gestaltung der Nachrichtensendungen (zusammen mit Programmleitung)
- Organisation von redaktionellen Anlässen wie Abstimmungen, Wahlen, etc)
- Erstellung der Dienstpläne von Redaktion (News, Sport und Frapp)
- Erstellung des Redaktionsbudgets (in Absprache mit Programmleitung und Direktion)
- Erstellung der Spesenabrechnung der Redaktion und Visierung der Abrechnungen der Sportredaktion
- Monatliche Abrechnung der Löhne der freien Mitarbeitenden und Übergabe an Buchhaltung
- Bewilligung und Vorschlag von Weiterbildungen
- Einarbeitung neuer Mitarbeiter (oder delegieren)
- Planung mit Radio Munot: Definition des Feiertagprogramms
- In Auftrag geben von News-Signeten und Trailern
- Teilnahme an zweiwöchentlichen Leitungssitzungen (Direktion, Programmleitung, Direktion mediaparc)
- Teilnahme an Interdepartementssitzungen am ersten Mittwoch im Monat: Direktion mit Vorstehenden von Redaktion, Programm, Sport, Marketing, Werbung, Informatik, Technik beider Sprachseiten
- Führen der Jahresgespräche mit jedem Redaktionsmitglied
- Anstellung von neuem Redaktionspersonal (zusammen mit Personalabteilung, Programmleitung und Direktion)
- Mitarbeit bei der Ausbildung von neuen Journalisten
- Förderung der Zusammenarbeit mit Radio Fribourg

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

Stv. Chefredaktion

Bei Abwesenheit des Chefredaktors

Allgemeine Aufgaben

- Führung der Redaktionsmitglieder
- Managing des Redaktionspersonals und des Dienstplanes
- Sicherstellung der redaktionellen Linie
- Qualitätssicherung der redaktionellen Inhalte
- Vertretung an Sitzungen
- Produktion redaktioneller Inhalte

Hauptaufgaben

- Führung der Redaktion (News, Sport und Frapp) im Tagesgeschäft (Themen und Prioritäten, Umsetzung, Feedback, Begleitung)
- Führung von Frapp zusammen mit Programmleitung
- Leitung der deutschsprachigen Redaktionssitzungen in Zusammenarbeit mit Newsdeskverantwortlichen
- Leitung der werktäglichen Sitzung der Redaktionen beider Sprachseiten mittwochs und donnerstags um 8.40h
- Teilnahme an Interdepartementssitzungen am ersten Mittwoch im Monat: Direktion mit Vorstehenden von Redaktion, Moderation, Sport, Events, Web, Programm, Marketing, Werbung, Informatik und Technik beider Sprachseiten
- Planung des Wochenendes zusammen mit Newsdeskverantwortlichen
- Aktualisierung der Dienstpläne der Redaktion (Schichtwechsel und Abwesenheiten eintragen)
- Monatliche Abrechnung der Löhne der freien Mitarbeitenden und Übergabe an Buchhaltung
- Erstellung der Spesenabrechnung der Redaktion und Visierung der Abrechnungen der Sportredaktion
- Mitarbeit bei der Ausbildung von neuen Journalisten
- Förderung der Zusammenarbeit mit Radio Fribourg

Bei längerer Abwesenheit des Chefredaktors

- Erstellung der Dienstpläne
- Jahresgespräche mit jedem Redaktionsmitglied

Pflichtenheft als Journalist siehe Pflichtenheft Journalisten

Newsdeskverantwortliche

Allgemeine Aufgaben

- Verantwortung für das gute Funktionieren des Redaktionsalltags
- Bespielung der verschiedenen Kanäle: Radio, Frapp, soziale Medien

Hauptaufgaben

- Verantwortung für die Verteilung der mit RL besprochenen Themen an die verschiedenen Creators und Vektoren (Radio, Frapp, soziale Medien)
- Kontrolle über zeitgerechte Umsetzung
- Verteilung aktueller und schnell zu verarbeitender Themen
- Prüfung der Inbox info@radiofr.ch von 8 bis 17.30 Uhr: Verschiebung von Einladungen in Radioplan; Sichtung von Medienmitteilungen und Verschreibung zu News oder Weitergabe; Bestimmung von Tickermaterial
- Showplanung Radio, Frapp und soziale Medien Radio und Frapp im Radioplan
- Betreuung von Frapp: Artikel schieben – sda und eigene
- Leitung der deutschsprachigen Redaktionssitzungen in Zusammenarbeit mit Redaktionsleitung
- Teilnahme an werktäglichen Sitzungen der Redaktionen beider Sprachseiten um 8.40h
- Erstellung der Übersicht der Inhalte für Mittag und Abend zuhänden der Moderation in Octopus
- Koordination mit Moderation
- Bestimmung von drei Beiträgen für die Hintergründe des Tages
- Bestimmung der vertieften Meldung für den nächsten Morgen zusammen mit Redaktionsleitung
- Verfassen der Übergabe im Radioplan
- Überwachung der Podcasts auf vollständige Beschriftung
- Kenntnis des Tagesprogramms und das der darauffolgenden Tage
- Aktuelle Medienthemen erkennen und andere Inputs sammeln
- Planung der Wochenenden zusammen mit Redaktionsleitung: zu erledigende Arbeiten und Showplanung der Inhalte von Frapp und den sozialen Medien
- Mitarbeit bei der Ausbildung von neuen Mitarbeitenden
- Mithilfe bei der Ausbildung von Stagiaires (Journalisten BR)
- Förderung Zusammenarbeit mit Radio Fribourg

Journalistinnen und Journalisten bzw Creators / Stagiaires

Allgemeine Aufgaben

- Recherche regionaler Themen und deren Verarbeitung in Abstimmung mit der redaktionellen Linie und der Redaktionscharta

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

Hauptaufgaben

- Journalistische Recherche, hauptsächlich im Lokalbereich
- Abdeckung und Verarbeitung von Medienkonferenzen, Parlamentssessionen etc.
- Journalistische Verarbeitung von Medienmitteilungen usw.
- Umsetzung der Themen mit sämtlichen radiophonen Beitragsformen inkl. Text für Frapp und Post auf sozialen Medien
- Leitung von Debatten, Gesprächssendung 1 zu 1 etc.
- Erstellung und Präsentation von Nachrichten (nach Möglichkeit)
- Anschreiben der Podcasts
- Teilnahme an den Redaktions- und Konzeptionssitzungen
- Mitarbeit an Grossanlässen (Wahlen, Abstimmungen etc.)
- Mithilfe bei der Ausbildung von Stagiaires
- Förderung Zusammenarbeit mit Radio Fribourg

In Ausnahmesituationen kann der Mitarbeiter von der Redaktionsleitung mit jeder anderen Aufgabe betraut werden, sofern er diese nach Treu und Glauben erledigen kann.

Sportcreators

Allgemeine Aufgaben

- Recherche und Präsentation regionaler Sportthemen und deren Verarbeitung in Abstimmung mit der redaktionellen Linie und der Redaktionscharta
- Abdeckung der wichtigsten regionalen Sport-Anlässe

Hauptaufgaben

- siehe Creators
- Erstellung von Geschichten aus dem regionalen Sportleben
- Live-Kommentare der wichtigsten sportlichen Ereignisse der Region oder nationaler/internationaler Anlässe mit regionaler Beteiligung
- Erstellung von Live-Tickern der Sportanlässe, die nicht live kommentiert werden
- Präsenz an ausgewählten, lokalen Sportanlässen
- Organisation der wichtigsten regionalen Sportresultate

Spät-Creators

Allgemeine Aufgaben

- Abendverantwortung ab 17.30h
- Abdeckung und Verarbeitung von Abendveranstaltungen
- Recherche regionaler Themen und deren Verarbeitung in Abstimmung mit der redaktionellen Linie und der Redaktionscharta

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

Hauptaufgaben

- siehe Creators
- Erstellung der Hintergründe des Tages in Zusammenarbeit mit Redaktionsleitung und Newsdesk: An- und Zwischenmoderationen texten, einsprechen und mit Beiträgen plus Friburg Express zusammenfügen; ins Zetta speisen
- Verantwortung für Mails ab 17.30h bis Feierabend; ankommende Mitteilungen verschreiben und falls nötig Reax einholen
- Verwaltung von Frapp ab 19h: sda-Artikel aufschalten
- Endkontrolle am Abend: alle Telefone ausloggen und PCs off

Moderations-Creators

Allgemeine Aufgaben

- Zur Verfügung der Moderation an Vormittagen werktags während maximal vier Stunden für die Umsetzung von Radiobeiträgen auf Frapp, sozialen Medien etc. oder Ähnlichem
- Recherche regionaler Themen und deren Verarbeitung in Abstimmung mit der redaktionellen Linie und der Redaktionscharta

Hauptaufgaben : siehe Creators

Freie Mitarbeitende

Allgemeine Aufgaben

- Wochenend- und Feiertagsdienste abdecken sowie nach Bedarf Unterstützung der Redaktion unter der Woche

Hauptaufgaben

- siehe Creators
- Entwicklung und Förderung der persönlichen, journalistischen Fähigkeiten und der persönlichen Aus- und Weiterbildung

News-Dienste R1 und R2, Newsdienste am Wochenende RS1, RS2, RSo

Allgemeine Aufgaben

- Erstellung und Präsentation der Nachrichten
- Aufnahme und Übermittlung der Nachrichten an Radio Munot
- R2 und RS2 zusätzlich Creator-Aufgaben am Vormittag und frühen Nachmittag
- Wochenend- und Feiertagsdienste, bei Bedarf während der Woche

Hauptaufgaben

- siehe Creators
- Auswahl, Redaktion, Zusammenstellung und Präsentation der Nachrichten anhand sda, Eigenrecherchen, Medienmitteilungen Kantonspolizei etc.
- Aufnahme, Zusammenschnitt und Einspeisung der News für RadioFr Files ins Zetta
- Verwaltung von Frapp ab Arbeitsstart bis Feierabend
- R1: automatisch aufgeschaltete sda-Artikel der Nacht auf Frapp bei Bedarf löschen, ab Automatisierungsende selber Artikel aufschalten und Mails bis am Vorabend 20.00h checken
- R2: sda-Artikel auf Frapp aufschalten

Sendegefässe

Nachrichten

Hochdeutsch, zu normalen Zeiten max. 3 Minuten (4 bis 5 Meldungen). Zu Hauptsendezeiten max. 4 Minuten (4 bis 5 Meldungen, davon eine vertiefte Meldung mit zwei O-Tönen oder Aufsprecher mit O-Ton oder ausführlicher Aufsprecher) um 07.00h und 08.00h. Weitere Hauptsendezeiten: 12.00h, 13.00h, 17.00h, 18.00h. O-Töne und Aufsprecher können beliebig eingesetzt werden. 2 bis 3 Schlagzeilen, mit Kommas getrennt. Auch das Wetter darf in die Schlagzeilen – unbedingt mit Moderation absprechen.

Friburg Express

Hochdeutsch, 90 Sekunden, keine O-Töne, 3 Meldungen, ohne Schlagzeilen. Priorität auf Regionales, ergänzt durch wichtige Meldungen national/international/Sport.

Regionale Nachrichten

Regionale Nachrichten stehen in den verschiedenen Nachrichtengefässen in der Regel an erster Stelle. Falls überaus wichtige andere Meldungen (z.B. US-Wahlen, Rücktritt Federer) vorhanden sind, entfällt diese Regel. Regionales kann in diesem Fall in den Schlagzeilen schon angetönt werden. Dasselbe gilt umgekehrt für Nationales/Internationales.

1 zu 1

Zwei mal 5 bis 8 Minuten Gespräch mit einer Person aus der Region von Montag bis Freitag um 13.10h. An-, Abmoderation plus Teaser vorbereiten.

Debatte

Möglich bei einem aktuellen Thema, Wahlen oder Abstimmungen, 18.10h bis 18.45h, unterbrochen durch Friburg Express um 18.30h, immer teasen.

O-Ton

Mindestlänge bei Nachrichten: 10 Sekunden. Maximum 30 Sekunden. Richtwert: 20 Sekunden. Der O-Ton muss eine neue Information oder eine Meinung/Stimmung beinhalten und sollte mit Satzende aufhören.

Aufsprecher

Mundart, max. 50 Sekunden, kann einen O-Ton enthalten, immer mit Anmoderation (mindestens zwei Sätze auf Hochdeutsch).

Ideen für Aufsprecher: sda-Tagesprogramm zusammenfassen; Homepages von SRF, Universitäten, grosse Tageszeitungen; sda-News mit Sperrfristen

Beitrag, Reportage, ModTalk, Interview, Kommentar

Mundart, max. 2,5 Minuten, Kommentar max. 2 Minuten

Dazu bereitet die zuständige Personen im Octopus vor:

- An- und Abmoderation

Im Asset von Octopus:

- Podcasttext (Schlagzeile und Kurzbeschreibung)

Im Synchro-Ordner unter Redaktion_Beiträge_Internetfotos:

- Bild für Podcast

Kommentare

Kommentare sind nicht grundsätzlich Chefsache, müssen aber mit der Redaktionsleitung abgesprochen werden. Kommentare werden vorher und nachher klar als solche deklariert. Dazu existiert das Signet „Standpunkt“.

Flammewärfer

Der Flammewärfer ist ein wöchentlicher, von den Sportcreators verfasster Kommentar während der Gottéron-Saison. Ausstrahlung mittwochs.

Hintergründe des Tages

Drei aktuelle oder Hintergrundbeiträge des Tages zusammen mit den Friburg Express von 18.30h. Wird von den Spätcreators erstellt. Ein entsprechendes Layout besteht.

Breaking News

Bei einem überaus wichtigen, aktuellen Thema (11. September, Rücktritt Staatsrat) kann das aktuelle Programm unterbrochen werden für einen Info-Flash mit Hinweis auf die nächste Nachrichtensendung. Es existiert ein entsprechendes Signet.

Das Schaffhauser Privatrado «Munot» bezieht seine News von Montag bis Sonntag bei RadioFr.

Nachrichten

Montag-Freitag 06.00 bis 09.00h*, 11.00 bis 13:00h*, 16:00 bis 18:00h*

Samstag 10.00 bis 12.00h, 13.00h*, 17.00 und 18.00h*

Sonntag 10.00 bis 12.00h, 13.00h*, 17.00 und 18:00h*

*Nachrichten mit einem * werden bis zu den nächsten Nachrichten oder spätestens bis 20.00h wiederholt. Zeitangaben, die nur zu einer Stunde richtig sind, und zu stark auffallende Wiederholungen vermeiden. Beispiel: Bulletin von 13.00h sollte fäts gänzlich neu sein, damit bei Munot nicht bis und mit 16.00h dasselbe läuft. Bei Breaking News oder entscheidenden Veränderungen Bulletin für Munot neu aufnehmen und der Redaktion mitteilen. Bei Meldungen, die die Region Schaffhausen betreffen, mit Munot Rücksprache halten, ob sie es selber behandeln oder nicht.*

Struktur

- Einstieg: „Im Studio ist Vorname und Name“
- 4 bis 6 Meldungen (national, international, Sport), 3 bis 5 Minuten, keine Schlagzeilen
- Töne oder Aufsprecher (national/international) werden vor dem Übermitteln in die Nachrichten eingefügt. Erlaubt ist Tonmaterial von CH Media, nicht aber von den dpa-Korrespondenten.

Technisch

- Fertige Bulletins speichern in Laufwerk „O:“
- Format: mp3, mono, 48'000 KHz, 256 KB/s
- Beschriftung: *Tag_Uhr_news.mp3* (Bsp. *Sonntag_12h_news.mp3*)
- Senden: Per *FileZilla* (Kabine Freiburg oder Desk). Falls es dort Probleme gibt oder die Übermittlung zu spät erfolgt, Redaktion von Munot anrufen und per Mail übermitteln (siehe Kontakte unten).

Deadline

Deadline für die Übermittlung: hh.50 (zehn vor). Übermittlung per FTP nur einmal vornehmen, um technische Probleme zu verhindern.

Kontakte

Notfallnummer Munot: 052 633 44 11, redaktion@radiomunot.ch

Grundsatz

Als Grundlage der journalistischen Tätigkeit bei Radio Freiburg gilt die „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalisten“.

Alle Journalisten sind entsprechend verpflichtet, ihre Arbeit so gewissenhaft wie möglich zu erledigen, dazu gehören vor allem die inhaltliche Richtigkeit und Vollständigkeit.

Bei jeder Information ist konsequent zu prüfen, ob sie neu ist, relevant und meldenswert. Die verschriebene Meldung muss auf die journalistischen W-Fragen (wer, wie, was, wo, wann, warum, wie teuer?) antworten. Regionale Meldungen müssen zwingend von einer Drittperson gegengelesen werden, bevor sie über den Sender gehen.

Der Journalist ist weiter bemüht, zu jeder Zeit eine kritische Distanz zu wahren; Zahlen von Unternehmen oder Anlässen sind zu überprüfen, Wertungen zu vermeiden, Unklarheiten zu klären.

Grundsätzlich soll die Frage gestellt werden: Kann diese News der Hörerschaft etwas bringen oder muss sie sich eher fragen, weshalb wir das melden?

Aussprache, Eigennamen, Sprachregelungen, Gender

In einem zweisprachigen Kanton mit französischen Eigennamen und als Regionalradio für Deutschfreiburg mit seinem ureigenen Dialekt ist eine hohe Sensibilität gegenüber deren Aussprache angebracht. Unter dem Laufwerk I:\Redaktion_Organisatorisches\Anleitungen_Sprache_Schreibregeln sind Dokumente zur Aussprache von Orts- und Familiennamen, aber auch für die Betonung von spezifischen französischen Ortsnamen erfasst. Am selben Ort sind auch Schreibregeln sowie der Umgang mit Gender erfasst.

Kanton

Medienmitteilungen vom Kanton (Stellungnahmen, unbeantwortete und beantwortete politische Vorstösse, neue Amtsvorstehende, Vernehmlassungen) werden nicht grundsätzlich gemeldet, ausser das Thema oder die personelle Mutation berge dringendes öffentliches Interesse oder Geschichten. Neuanstellungen werden nur gemeldet, wenn die Personen von grosser Bekanntheit sind, Deutschfreiburger sind oder eine Geschichte dahintersteckt. Beispiel: Die Nominierung eines neuen Vorstehers der französischsprachigen Abteilung eines Gymnasiums melden wir nicht. Ist diese Person jedoch deutschfreiburgisch, dann schon. Ausnahme: neue Vorsteher von Zivilstands-, Betreibungs- und Grundbuchämtern in den Bezirken Sense und See werden gemeldet.

Bei politischen Vorstössen werden die Parteien und die Namen (nicht mehr

als zwei und nur Deutschfreiburger Grossräte oder bekannte französischsprachige) der Initianten erwähnt. Bei mehr als zwei Namen die Form „mehrere“ oder „eine Gruppe von Grossräten“ oder die exakte Zahl Grossräte verwenden. Bei mehr als zwei Parteien die Begrifflichkeit „aus dem rechten/linken/... Lager“ oder „überparteilich“ wählen. Mandate des Grossrats an den Staatsrat werden in jedem Fall gemeldet. Motionen sind Postulaten und Anfragen vorzuziehen. Derartige Vorstösse können auch thematisiert werden, wenn sie noch nicht beantwortet worden sind. Ausschlaggebend sind der Inhalt, die Brisanz und die Folgen für Kanton und Bevölkerung.

Gemeinden

Mutationen in den Deutschfreiburger Gemeinderäten werden gemeldet, inkl. Jaun und den Gemeinden mit einem erhöhten deutschsprachigen Anteil plus Freiburg, Laupen, Schwarzenburg, Villars-sur-Glâne und Bulle oder bei grosser Bekanntheit oder besonderen Umständen.

Budget und Rechnung der Deutschfreiburger Gemeinden inkl. Jaun und den Gemeinden mit einem erhöhten deutschsprachigen Anteil und der Stadt Freiburg, Laupen, Schwarzenburg werden gemeldet.

Investitionen der Gemeinden werden bei höheren Beträgen (Richtwert eine halbe Million) in jedem Fall gemeldet, aber auch bei kleineren Beträgen oder bei besonderem Interesse/besonderen Geschichten soll darüber berichtet werden. Renovationen oder Neubauten, Umbauten von Schul- und Gemeindehäusern, Werkhöfen, Sportstätten sowie Kirchen und wichtigen Strassen sowie anderen prägenden Stätten einer Gemeinde werden immer gemeldet.

Siehe dazu auch die Merkblätter „Gemeindeversammlungen“ und „Kandidaturen und Rücktritte“ unter I:\Redaktion_Organisatorisches\Gemeinden. Über französischsprachige Gemeinden können wir in Zusammenarbeit mit Fribourg berichten, falls es um prägnante Themen geht wie z.B. ein neues Hallenbad in Romont.

Bei Medienmitteilungen von Gemeinden sind das Interesse und die Relevanz von Fall zu Fall zu prüfen.

Parteien und Abstimmungen

Parolen werden in jedem Fall gemeldet: von Kantonalparteien und den Bezirksparteien. Von den Mutter- und Kantonalparteien abweichende Parolen werden als solche deklariert. Über Parolen von Organisationen und Institutionen wird von Fall zu Fall entschieden.

Mutationen im Parteipräsidium werden von allen Parteien gemeldet, ebenso für die Bezirkspräsidien See, Sense und der Stadt Freiburg.

Wahlen und Nominationen

Nationale Wahlen

Wir melden National- und Ständeratskandidatinnen aller Parteien, welche die Bezirke Sense und See vertreten, ausserdem den Wahlkreis Stadt Freiburg, und, falls deutschsprachig, auch Saane Land

Wir melden französischsprachige Kandidaten der anderen Bezirke nur wenn:

- sie überraschend auftauchen,
- sie prominent sind,
- hinter ihnen eine Geschichte steckt wie z.B. ehemalige oder einstmals abgewählte Räte oder Rätinnen,
- wenn sie den Bisherigen einen Sitz streitig machen können und diesen konkret angreifen (z.B. ehemalige SP-Kantonalpräsidentin will den verlorenen SP-Ständeratssitz zurückerobern).

Grundsätzlich melden wir eine Kandidatur, sobald sie erstmals bekannt wird. Wenn die Kantonalpartei später als die Bezirkspartei noch offiziell alle Kandidaten nominiert, nennen wir zusammenfassend diejenigen der Bezirke Sense, See und Stadt.

Kantonale Wahlen

Oberamt

- Alle Kandidaten der Bezirke Sense, See und Saane
- Für die anderen Bezirke siehe nationale Wahlen

Staatsrat

- Alle Kandidaten aller Parteien

Grossrat

- Nicht mehr antretende oder zurücktretende Grossrätinnen und -räte
- Überraschende oder prominente Kandidaturen

Polizeimeldungen

Verkehrsunfälle: Unfälle mit tödlichem Ausgang werden grundsätzlich gemeldet. Dazu kommen bedeutende Unfälle im Hauptsendegebiet, spektakuläre Unfallhergänge oder Unfälle mit grösseren Auswirkungen, wie z.B. Stau auf der Autobahn oder mit hohem Sachschaden. Unfälle mit aussagekräftigem Bildmaterial ausserhalb des Sendgebietes können auf Frapp gestellt werden.

Brände: Gemeldet werden Brände im Sendgebiet, weiter auch grössere Brände in Wohnhäusern oder Brände mit grossem materiellem Schaden oder

mehreren Verletzten. Im Zweifelsfalle bei der Polizei nachfragen.

Andere Meldungen wie Diebstähle, Körperverletzung usw. im Sendegebiet werden gemeldet, ausserdem Ausserordentliches vom Rest des Kantons und dem angrenzenden Bernbiet.

Vermisstmeldungen und Zeugenaufrufe

Vermisstmeldungen aus dem Sendegebiet müssen gebracht werden, wenn die Polizei (keine Privaten!) darum bittet. Mit der Moderation absprechen, wer in welchem Abstand die Meldung bringt. Der Widerruf einer Vermisstmeldung wird ebenfalls gemeldet und die Vermisstmeldung von der Homepage und den sozialen Medien entfernt.

Normale Zeugenaufrufe (am Ende von Polizeimeldungen) werden gemeldet.

International und national

Für internationale Meldungen gelten die gleichen Grundsätze (siehe oben) wie für regionale Meldungen. Bei Unklarheiten oder Zweifel an sda-Meldungen unbedingt andere Quellen (Internet, SRF, NZZ, Teletext, Swissinfo etc.) konsultieren und verifizieren, im Zweifelsfalle weglassen.

Achtung: sda-Meldungen sind für die Presse geschrieben, die ersten Abschnitte sind meistens unvollständig. Unbedingt ganze Meldung lesen, Synthese erstellen und radiophon umtexten.

Zeitungen zitieren

Grundsatz: Die Zeitung ist kein Konkurrenzmedium des Radios. Spannende regionale Geschichten aus der Zeitung können gebracht werden, wenn der Inhalt wichtig und relevant für unser Sendegebiet ist, z.B. Rücktritte von bekannten Politikern oder Firmenschliessungen.

Die Zeitung wird im Normalfall zitiert, Ausnahmen: Medienmitteilungen, die uns nicht erreicht haben und wir auffinden oder bestätigen können.

Sport

Die Newsredaktion hängt an ihre Bulletins von Montag bis Sonntag jeweils die wichtigsten Sportmeldungen an. Die Sportcreators sorgen für die sportlichen Hintergründe von Montag bis Freitag.

Allgemein

- Resultate von Freiburger Sportlern und Mannschaften auf höchstem Niveau (Weltcup, World-Tour, Nationalliga A etc.), egal in welcher Sportart
- Resultate der Mannschaften in der höchsten Liga aller Freiburger Mannschaften
- Resultate der Deutschfreiburger Mannschaften in der höchsten und

Redaktions-Leitfaden RadioFr.

zum Teil zweithöchsten Liga aller Deutschfreiburger Mannschaften

- Im Zweifelsfall oder bei benötigten Hilfestellungen die Sportcreators konsultieren

Konkret

- Fussball (Super League und die höchstestigsten Freiburger Teams bis 2. Liga Interregio, Champions League (Schweizer Resultate und Auswahl Topteams, Europaliga Schweizer Teams und Sieger Finale)
- Eishockey (National League und Düdingen Bulls; Resultate via sda bzw. Homepage der Bulls und Homepage Swiss Icehockey)
- Basketball (NLA Freiburger Teams: Olympic und Elfic – auch bei Abstieg in NLB)
- Unihockey (NLA und NLB Freiburger Teams)
- Volleyball (Volley Düdingen – Powercats; Resultate via sda und Homepage Swiss Volleyball)
- Badminton (Interklub Tafers/Freiburg; Resultate via Homepage Swiss Badminton)
- Tennis (Grand Slam/Masters/Jahresfinale Schweizer Resultate ab Hauptrunde; restliche ATP/WTA-Turniere Schweizer Resultate ab Viertelfinale; mit Ausnahme Roger Federer/Stan Wawrinka/Top-20-SpielerInnen>>> Resultate immer schon ab Hauptrunde)
- Formel 1 (Resultate des Rennens und Platzierung von Schweizer Rennställen oder Rennfahrern; Resultate via sda)
- Skifahren Weltcup (Schweizer und Freiburger Resultate sowie Podest; Resultate via sda); Skifahren Europacup (Freiburger Resultate; Resultate unter www.fis-ski.com)
- Skispringen (Schweizer und Freiburger Resultate sowie Sieger; Resultate via sda und unter www.fis-ski.com)
- Skicross (Freiburger Resultate; Resultate unter www.fis-ski.com)
- Skeleton (Freiburger Resultate; Resultate www.fis-ski.com)
- Radrundfahrten (Tour de France, Tour de Suisse, Tour de Romandie, Giro, Vuelta) und Eintagesrundfahrten (Flandern, Paris-Roubaix): Etappen- und Gesamtsieger, beste Schweizer und alle Freiburger Klassierungen.
- Schwingen (Sieger/Schlussgang und Resultate der Freiburger an Kranzschwingfesten, Sieger/Schlussgang von Freiburger Schwingfesten und Resultate der besten Freiburger; Resultate via sda bzw. Homepage Schwingerverband www.esv.ch Westschweiz/Schweiz)
- Leichtathletik (grosse Meetings, Weltmeisterschaften und Olympische Spiele Schweizer Resultate und Sieger der entsprechenden Disziplin, CH-Meisterschaften Sieger und Freiburger Resultate)

Weiter werden gemeldet:

- Transfers und Vertragsverlängerungen von Freiburg-Gottéron, HC Düdingen Bulls, SC Düdingen, Power Cats Düdingen, Freiburg Olympic und Elfic Freiburg und überraschende Transfers oder Rücktritte

Bei anderen guten Freiburger oder Schweizer Resultaten sowie anderen Ereignissen von allgemeinem Interesse wird in Absprache mit dem Sport und der Redaktion entschieden, ob in den Nachrichten eine Meldung stattfindet.

Zwischenresultate bei z.B. Skirennen werden nur bei grosser Wichtigkeit gemeldet.

Bei Sommer- und Weihnachtsprogramm sowie Spezialanlässen (Olympische Spiele, WM, Eidgenössisches Schwingfest etc.) wird das Vorgehen im Vorfeld festgelegt.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

Table des matières

1. Notre ligne éditoriale	2
2. Trouver une information.....	2
3. Posture du journaliste face à une information	3
4. C'est quoi une information pertinente ?.....	3
a. Fiabilité	3
b. Urgence	3
c. Proximité.....	3
d. Nouveauté	4
e. Rareté.....	4
f. Ampleur	4
g. Factualité.....	4
5. Le traitement selon la nature des sujets	4
a. Sujets de société.....	4
b. Faits divers.....	5
c. Citer la nationalité.....	5
d. Accidents de la circulation et infractions routières	5
e. Avis de disparition	5
f. Chronique judiciaire.....	6
g. Correspondance étrangère.....	9
h. Elections-votations.....	9
i. Suicide	9
j. Equilibre des propos	9
k. Citations + traductions	9
l. Reprise d'infos d'autres médias	10
m. Correctif.....	10
6. Traiter une information – quel format choisir ?.....	11
a. La brève	11
b. Le fex	11
c. Le papier	12
d. Le papier relance.....	12
e. Le son.....	13
f. Le double son.....	13
g. L'intégré.....	14
h. La capsule – l'éclairage	14
7. Comment hiérarchiser l'information	15
a. La proximité en premier et en force	15
b. Hiérarchies possibles	15

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

1. Notre ligne éditoriale

Voici les 3 points principaux de notre ligne éditoriale :

1. Ici c'est Fribourg, notre région est le cœur de notre actualité ;
2. Dans le doute, on s'abstient ;
3. Exercez votre liberté journalistique, votre créativité, avec honnêteté intellectuelle ;
4. Soyez et restez vous-même.

2. Trouver une information

C'est le défi quotidien du journaliste : comment trouver une information, un sujet de qualité. Les sources sont multiples et souvent très proches de nous, avec comme plus petit dénominateur commun la curiosité. Voici quelques pistes.

C'est rarement de l'agenda que sortiront les sujets du siècle, mais c'est une première **source d'idées pour aller creuser**, trouver des zones d'ombre ou d'autres sujets qui se cachent. Par exemple : Si on nous communique que l'aide de l'Etat aux agriculteurs augmente, on peut relayer l'information « brute », et en allant à la rencontre d'agriculteurs, on apprendra probablement en quoi ces aides sont utiles ou inutiles, symptomatiques d'une situation générale qui se dégrade, trop généreuses par rapport à d'autres métiers liés à la terre. L'agriculteur nous parlera peut-être de son toit et de cellules photovoltaïques, de la sécheresse, d'une nouveauté sur les vaches à cornes, des relations délétères entre agriculteurs et pêcheurs ou encore de la grande distribution qui ne veut plus acheter ses carottes. Et si on va rencontrer le politicien qui a annoncé la décision d'augmenter l'aide aux agriculteurs, on pourra apprendre qu'un rapport de force sur cette question a évolué au sein du Gouvernement, que cet argent a dû être pris aux dépens d'un autre corps de métier, qu'une autre mesure plus généreuse est en cours de préparation et qu'un projet de loi sera bientôt présenté. Ainsi d'un premier sujet, on développe une dizaine de sujets potentiels.

L'information régionale passe par un réel **réseau régional**, réel et virtuel. Il ne faut surtout pas sous-estimer les actualités vécues par notre réseau relationnel : famille, amis, voisins, etc. Il est essentiel de prendre le temps d'écouter, de discuter avec ces personnes lorsqu'elles nous relatent ce qui peut s'apparenter à une anecdote. Puisque très souvent, derrière une anecdote se cache un sujet « maison ».

Il faut savoir **prendre le temps**, notamment aux conférences de presse, aux Conseils généraux ou assemblées de partis. Si on y va, c'est aussi pour entretenir des contacts informels voire débusquer un autre sujet. Pour ce faire, il est essentiel, en fin de réunion, d'aller discuter avec des interlocuteurs, poser des questions, demander de nous réexpliquer ce qui a pu se dire, sans forcément avoir le micro ouvert. C'est à ce moment que se créent un nouveau récit, de nouveaux détails, et donc de nouveaux sujets.

Prendre le temps de **lire des dossiers** et autres rapports de gestion. Il ne faut pas faire de cet exercice un alibi, mais une véritable lecture attentive pour trouver une réponse à une question, ou simplement une question qui devient un sujet.

Penser à **classer** systématiquement les prochaines étapes d'un important projet ou d'un sujet que l'on va traiter sur la durée. A ce moment, l'agenda peut devenir source de sujets originaux et maisons.

Il est important de penser à **régionaliser** l'information nationale (ou internationale, parfois), ou alors à rapatrier une actualité qui se passe dans un autre canton pour voir quelle est la situation dans le canton de Fribourg.

Toutes **les questions qu'on se pose** en tant que journaliste (ou simple citoyen) sont des questions que d'autres se posent certainement. Donc c'est un sujet en devenir.

Rappeler à tous nos interlocuteurs de **nous informer** de leur actualité, car nous ne pouvons matériellement pas être partout.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25**3. Posture du journaliste face à une information**

Il ne suffit pas de se contenter d'informations qu'on nous livre. Le journaliste doit **trouver des explications** et des informations s'il reste une zone d'ombre – aussi petite soit-elle – sur une actualité. Ne jamais donner une information que l'on ne comprend pas. Si vous ne comprenez pas le texte que vous lisez, vos auditeurs se retrouveront dans le brouillard. Lorsqu'on a un doute sur la clarté d'une information, pensez à chercher l'information manquante et à la faire relire à un collègue. Si un doute demeure, on ne donne pas l'information à nos auditeurs.

Essentiel : **incarner l'information**, lui donner du relief avec des protagonistes qui font cette actualité. Si l'Etat de Fribourg propose une CP sur l'aide sociale, on va essayer de trouver une personne touchée par cette réalité. Si une zone 30 est mise en place, on va, au-delà du traitement politique ou juridique de la décision (dont il ne faut pas faire l'économie), trouver des automobilistes ou des piétons dans cette zone et les faire réagir sur leur quotidien. Idem pour un chiffre sur les exportations de fromage : on se rend dans une fromagerie. La proximité, qui est au cœur du mandat de notre radio, se joue très souvent dans l'incarnation de nos informations. Ce sont des Fribourgeois qui parlent aux Fribourgeois.

Penser à **simplifier** la procédure d'un sujet (p. ex. en politique : ne pas forcément parler de postulat, motion, ou question) et donner l'essence même de la décision et les changements qu'elle implique.

4. C'est quoi une information pertinente ?

Chaque journaliste est rapidement amené(e) à devoir faire des choix pour l'édition des flashes et des journaux, mais aussi pour décider ou non de traiter et d'approfondir une information. Ce chapitre revient sur plusieurs critères d'importance qui pourront aider à privilégier les actualités les plus pertinentes.

Les critères ci-dessous sont cumulatifs, même s'il est rare que tous les critères soient présents au sein d'une information. Donc l'approche est de traiter en priorité les informations qui réunissent un maximum de critères.

a. Fiabilité

L'information provient-elle d'une source fiable et est-elle vérifiée ?

Si la réponse est non, on renonce à diffuser l'information, le temps de la vérifier. Admettons que plusieurs auditeurs différents (à partir de 3) nous signalent un gigantesque accident sur un tronçon routier, mais que la police ne nous a rien confirmé, nous pouvons considérer que l'information est tout de même crédible. Toutefois on signalera la source à nos auditeurs (« selon des automobilistes sur place») tout en précisant qu'on attend la confirmation de la police.

b. Urgence

Quel est l'intérêt du public à en prendre connaissance le plus rapidement possible ?

Il y a urgence en cas de disparition (l'info doit impérativement être donnée dans le prochain bulletin d'informations), de risque/danger naturel (un réseau d'eau polluée, inondations importantes), de phénomène inédit ou inattendu, du dénouement d'une affaire très suivie, de démission surprise d'un haut dirigeant, d'un résultat sportif déterminant, etc.

En revanche, ce qui est urgent n'est pas forcément de première importance. Si l'ATS publie une dépêche urgente sur la démission d'un ministre allemand, ça n'en fait pas forcément notre ouverture.

c. Proximité

Nos radios ont un mandat de proximité. Une actualité (économique, politique, judiciaire, etc) qui a une influence sur une institution de notre région, sur un dossier en cours ou sur le quotidien de certains de nos auditeurs doit être relayée. Même si elle est chronophage et complexe. A l'inverse, ce n'est pas parce qu'un événement est proche qu'il doit à tout prix faire l'objet d'une couverture éditoriale : la 17^{ème} brocante villageoise, la nouvelle exposition d'une galerie d'art, le compte-rendu d'une assemblée sans véritable enjeu, etc. ne sont pas des sujets prioritaires.

Au-delà du canton de Fribourg, l'acceptation de la proximité est très large : une décision sur les OGM prise au niveau européen a des impacts en Suisse et à Fribourg, l'interdiction d'une nouvelle technologie prise par les Etats-Unis a une résonance pour nos auditeurs et peut influencer leur quotidien, une inondation en gare de Lausanne

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

est un sujet de proximité pour la plupart des pendulaires de la région, les exportations de fromage intéressent les Fribourgeois de par la culture de notre canton, etc. Une actualité internationale qui à priori ne nous concerne pas (inondation au Mali), mais qui est incarnée par un Fribourgeois qui témoigne sur place, peut devenir un sujet de proximité. L'appréciation d'un expert issu d'une université ou haute-école de la région nous permet aussi de rendre proche n'importe quel événement significatif à l'étranger.

L'essentiel est donc, toujours, de se demander quelle est la proximité d'une information et surtout, comment rendre compte d'une information avec davantage de proximité, en régionalisant, en trouvant des explications fournies par des personnes de la région et en leur donnant la parole.

d. Nouveauté

Par définition, les informations « maison » sont nouvelles, tout comme les informations traitées au fil de la journée. Il est toujours important de penser dans quel contexte s'inscrit une information. S'il s'agit par exemple de la 7^{ème} étape d'une saga judiciaire de moindre importance, on est loin de la nouveauté. Si Donald Trump fait un tweet homophobe, ce n'est pas à proprement parler une nouveauté. On peut tout à fait donner ces informations à nos auditeurs, mais il faut penser à ne pas surcharger nos bulletins avec ce type de nouvelles.

e. Rareté

Un accident de car en Inde n'est pas rare. Il faut donc le relayer avec parcimonie. Une soucoupe volante qui atterrit en Inde, c'est rare. Bien entendu, ce critère est à pondérer avec tous les autres critères, et de manière très étroite avec celui de la proximité.

f. Ampleur

Le fait d'actualité mérite aussi d'être relaté s'il touche un événement d'ampleur, qui mobilise ou concerne une part importante de la population de la région (inondations, rentrée scolaire, finale Coupe du monde, festival, incendie en zone habitée, etc.), ou qui possède un grand retentissement même s'il s'adresse à un public restreint ou averti (Festival du Film, Musée de la musique électronique). L'importance d'un événement ne se définit pas seulement en fonction du nombre de personnes concernées directement dans la région mais aussi en fonction des acteurs impliqués et de son importance symbolique (nouvelle découverte à l'Institut Merkel qui pourrait révolutionner la recherche en nanoparticules).

g. Factualité

Si l'information n'est pas un fait mais une opinion, le traitement doit être très bien réfléchi. On évitera d'accorder trop de poids à l'avis d'un élu ou d'un parti politique sur un dossier politique, à moins qu'il soit crucial. Par exemple, si le parti socialiste juge l'action du gouvernement scandaleuse, c'est une chose. S'il annonce le lancement d'une initiative pour contrer cette action controversée, c'en est une autre et c'est nettement plus intéressant. L'opinion devient un engagement. On va donc privilégier les déclarations qui engagent ou qui renouvellent le débat, ou qui sont l'œuvre de personnalités très influentes.

5. Le traitement selon la nature des sujets

Les informations que l'on récolte ou qui nous sont communiquées méritent des traitements très divers en fonction de leur nature. Sans revendiquer l'exhaustivité, cette liste permet d'appréhender au mieux le traitement de certains sujets.

a. Sujets de société

Ces sujets, à priori faciles à traiter, restent très « casse-gueule » si on ne les prend pas au sérieux. Car même sur les sujets les plus anodins, ou les plus sociétaux, il faut distinguer le rôle du journaliste du rôle de l'animateur. Quel est le rôle du journaliste quand il traite ce genre de sujets ?

Sur la base de cette question et d'une manière générale pour améliorer notre travail sur ce genre de sujet, il faut :

- Bien réfléchir à l'angle. Quelle question se pose-t-on ? Comment faire du neuf avec un marronnier ?
- Bien choisir ses interlocuteurs en fonction de leur compétence ou de leur représentativité par rapport à un sujet.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

- Lors des interviews, il faut oser le contre-pied, les questions à rebrousse-poil qui incitent votre interlocuteur à sortir des propos convenus ou des lieux communs. S'il ne le fait pas, à vous de faire l'avocat du diable. Soyez exigeant(e) envers votre travail.
- Qu'est-ce que je pense (moi personnellement) du sujet que j'entends traiter journalistiquement ? Nos propres expériences sont toujours mieux assumées que les histoires que l'on nous a racontées.
- Une clé également pour bien réussir un sujet de société est de ne pas se précipiter et savoir prendre le temps. Il ne tient qu'à chacun(e) de vous d'anticiper un thème que vous désirez traiter, d'enregistrer une ou deux interviews à temps perdu et de finaliser le sujet seulement lorsque votre matériel est suffisamment bon/complet.

b. Faits divers

Le fait divers doit être traité comme tel. Notre politique éditoriale a toujours été minimaliste en la matière. Nous nous limitons souvent à une brève.

Lorsqu'il y a un fait divers avec mort d'homme (ou de femme), il convient de trouver une troisième voie entre la simple brève et le témoignage sanguinolent. Nous devons nous en tenir aux faits et ne pas faire le procès du présumé meurtrier avant qu'il n'ait lieu. Nos sources principales restent les autorités et les secours (police, juge, pompier, etc...) En ce sens, nous pouvons toujours développer un fait divers (avec un papier explicatif ou un son de la police), il faut en tout cas s'employer à rassembler un maximum d'informations factuelles pour enrichir le papier. Nous devons être réactifs sur ce genre d'événement, mais nous devons nous tenir aux faits vérifiables.

Bien sûr, il y a des exceptions à toutes les règles : celles-ci seront discutées avec la rédaction en chef lorsque la situation se présentera. Mais dans tous les cas : un fait divers ne prend pas plus d'importance parce qu'un média décide de le traiter sous forme de feuilleton.

c. Citer la nationalité

Nous avons décidé de ne pas citer les nationalités des personnes impliquées (auteurs) dans une actualité, sauf si la nationalité est constitutive de l'infraction (excision, bande organisée depuis l'étranger, expulsion du territoire, etc.) ou de l'information (un candidat franco-suisse dont la double nationalité est contestée politiquement).

d. Accidents de la circulation et infractions routières

Les accidents de la circulation ne sont pas relayés systématiquement. Ils le sont lorsqu'il y a un mort, une personne grièvement blessée ou morte. On peut également relayer un accident lorsqu'il est singulier (collision en chaîne sur l'autoroute, accident insolite, fortes perturbations, etc.).

Nous ne relayons pas systématiquement les excès de vitesse. Nous les relayons si ceux-ci sont particulièrement marqués et le journaliste reste prudent à ne jamais valoriser le conducteur qui a roulé trop vite. Il précise les sanctions que l'automobiliste encourt.

e. Avis de disparition

Lorsque nous recevons un avis de disparition de la police, il convient d'en faire une brève (avec la mention du nom de la personne recherchée, ainsi que l'endroit où elle a disparue) dans les plus brefs délais. Nous la diffusons durant une tranche horaire dans nos bulletins (matin, midi ou soir). Ensuite, on transmet le communiqué à l'animation qui se charge de porter à l'antenne l'avis de disparition de temps en temps. On publie sur notre site Internet et Facebook la photo de la personne disparue si la police la transmet.

Lors de la révocation de l'avis de disparition, on donne la brève aussi uniquement durant une tranche horaire (matin, midi ou soir), mais cette fois sans citer le nom. Ne pas oublier de transmettre l'information à l'animation pour qu'elle arrête de porter l'avis de disparition à l'antenne. Il ne faut pas oublier de désactiver la brève Internet et sur Facebook (ou alors dans certains cas de publier une nouvelle info pour dire que la personne a été retrouvée). Il est important, lorsqu'une personne est retrouvée, que ni la photo ni le nom de la personne n'apparaissent dans notre média et sur les supports numériques.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

f. Chronique judiciaire

Sont responsables de cette chronique : Lauriane Schott (LS) et Loïc Schorderet (LSC) pour toute la partie francophone du canton. Mario Corpataux (MC) pour le Lac, la Singine et les procès en allemand.

Marche à suivre

Le poste joker transfère systématiquement les mails des tribunaux (Broye, Glâne, Gruyère, Sarine, Veveyse, Tribunal cantonal) à LS et LSC. LS et LSC se mettent en copie quand ils demandent des actes d'accusations (AA) ou des résumés d'affaires.

Arrêts du Tribunal cantonal (TC) : ils regardent régulièrement sur le site du TC si des arrêts intéressants sont publiés (<https://www.fr.ch/institutions-et-droits-politiques/justice>).

Il se peut que le TC nous communique par mail (via le fil du mail Info), des arrêts d'importance. Si LS ou LSC ne sont pas là, le poste joker doit prendre le temps de le lire et de voir s'il faut traiter l'info ou non.

Si on suit un procès : l'idéal est de réaliser un petit papier de présentation (résumé des faits) pour la matinale du jour du procès, avec les infos de l'acte d'accusation, nos archives, ou des coupures de presse.

N.B. Il est moins intéressant de faire un avant-papier sur un procès en procédure simplifiée, car il y a, par définition, moins à raconter que dans un procès normal !

Recours : A la fin de chaque procès en 1^{ère} ou 2^e instance, il se peut qu'il y ait un ou plusieurs recours, respectivement au TC ou au Tribunal fédéral (TF). On essaie alors de savoir s'il y a recours ou pas, mais il ne faut pas non plus s'acharner à téléphoner aux tribunaux tous les jours. Par contre s'il s'agit d'une grosse affaire (exemple Frasses, ACSMS), il est important d'avoir un suivi rigoureux.

Jeter l'acte d'accusation : lorsque vous jetez un acte d'accusation (AA), il est important de bien détruire le document (à la déchiqueteuse qui est au 1^{er} étage en haut des escaliers, ou en le déchirant), pour éviter qu'il ne tombe dans de mauvaises mains : le nom des personnes accusées doit rester secret si ce n'est pas un personnage public.

Remplacement de LS et LSC par le poste de joker

Si ni LSC, ni LS ne sont présents au bureau au moment où un mail justice arrive (horaires antenne, CP, etc.) le poste de joker se charge de lire les mails des tribunaux et de se faire un premier et bref avis afin de ne pas rater une affaire importante et urgente. Si cela ne semble pas être le cas, il transfère le mail à LSC et LS.

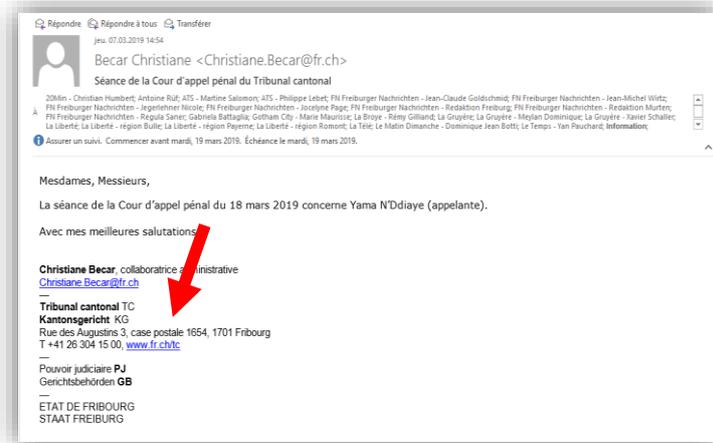
Si ni LSC, ni LS ne sont là (journée de congé ou vacances par exemple), le joker doit lire attentivement les mails des tribunaux. Le joker procède alors de la manière suivante :

- Dès que l'on reçoit un mail des tribunaux d'arrondissement avec les programmes des séances, il est important de lire chaque document en regardant si le Ministère Public (MP) est représenté et quelles sont les infractions possiblement commises par la personne jugée. Il est bien aussi de lire le nom de l'accusé(e), pour voir s'il s'agit d'une personne connue. Si c'est le cas, demander automatiquement l'AA.
- Pour toutes les affaires de LStup (drogues) : on demande systématiquement si le MP est présent et on regarde si c'est une grosse affaire de trafic ou non.
- Pour le reste : dans le doute, on demande l'AA. De manière générale, on demande l'AA pour tout ce qui est homicide ou tentative d'homicide (par extension assassinat), abus sexuels ou attouchements, actes d'ordres sexuels avec des enfants, ou pour des infractions qui semblent coquasses ou curieuses.
- Puis il faut lire les actes d'accusation reçus. Si vous n'êtes pas sûrs de l'intérêt de l'affaire : discutez avec d'autres journalistes présents pour évaluer si ça vaut la peine d'être suivi ou non.
- En ce qui concerne les mails du Tribunal cantonal (TC) : le secrétariat ne précise dans ses mails que le nom des personnes qui font appel. Il faut aller sur le site du TC (www.fr.ch/tc) :

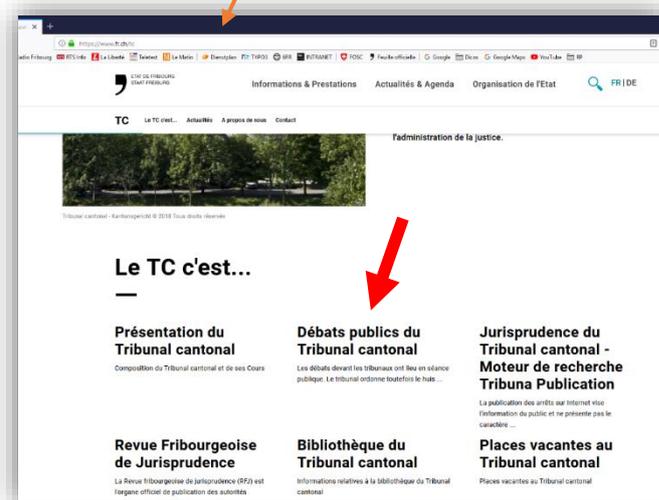
AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

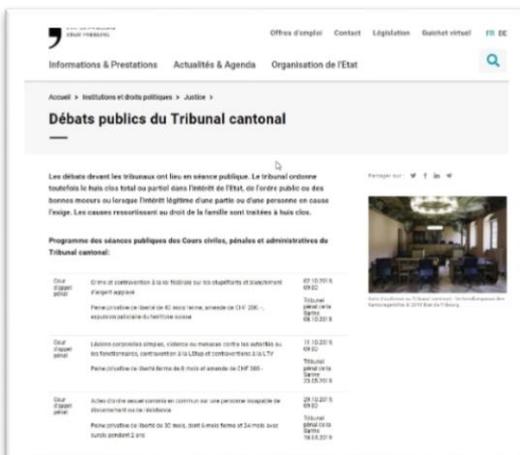
D-PROG-01-25



Une fois sur la « home page » du site, cliquez sur « Débats publics du Tribunal cantonal » :



Vous y trouverez le programme des séances publiques, avec les chefs d'accusations, la peine écopée en 1^{ère} instance, le Tribunal de 1^{ère} instance et la date à laquelle a été rendu le jugement :



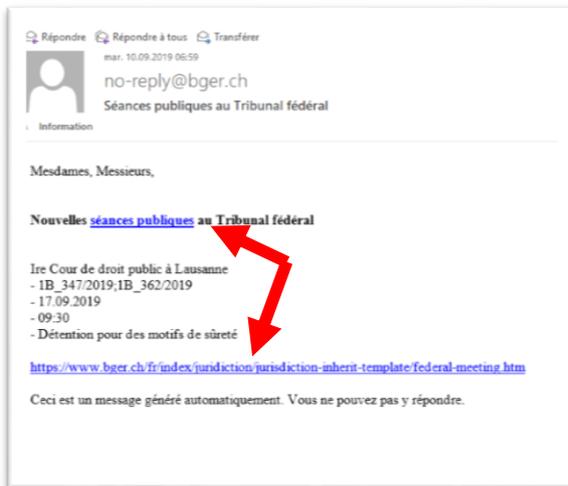
AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

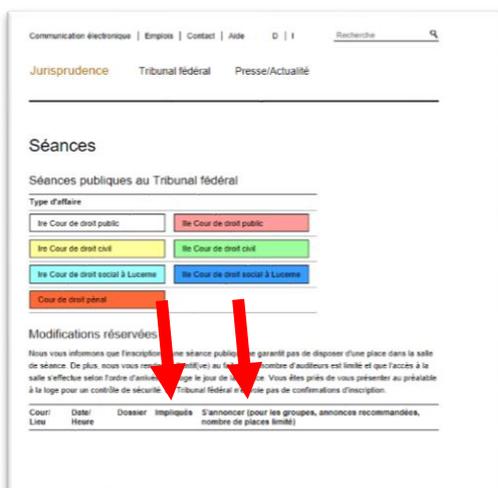
D-PROG-01-25

A partir de ces informations, il faut chercher dans les archives si on avait suivi le procès en 1^{ère} instance. Si tel est le cas, ce serait bien de suivre (dans la mesure du possible), le procès en appel. Et si on le fait, l'idée est aussi de voir après le procès en appel si la défense ou le MP veulent aller jusqu'au TF, histoire de suivre le dossier jusqu'au bout.

- Généralement, si une affaire est absolument à suivre, ou intéressante, on classe (dans l'agenda électronique aussi). Sinon pas ! Lorsqu'on classe, merci de noter en une phrase de quoi il s'agit et si c'est important ou moyennement important.
- Pour les séances du Tribunal fédéral : on reçoit régulièrement des mails indiquant les prochaines séances. Et ces mails ne sont pas très clairs. Il faut donc cliquer sur le lien pour avoir un peu plus d'infos :



Une fois sur la page, il y a mention du canton concerné (FR, BE, VS, ZH, etc.) et un lien vers le résumé de l'affaire (il n'apparaît que quelques jours avant la séance). Si c'est FR, on regarde et en cas d'intérêt (généralement si on a suivi, ou que le cas est spécial), il faut s'annoncer au TF pour suivre la séance ou recevoir le jugement.



Bien sûr, comme à chaque fois, si on suit le procès, on classe dans le calendrier électronique et dans le classeur, avec le résumé de l'affaire et une petite description du sujet en quelques mots.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25**g. Correspondance étrangère**

Nous conservons l'idée de ne pas réagir systématiquement et surtout pas immédiatement aux soubresauts de l'actualité internationale. Notre rubrique, dotée de quelques milliers de francs par année, ne nous le permettrait pas. Nous conservons l'idée d'une rubrique internationale qui nous livre des « cartes postales » des pays qui nous entourent.

Il est toutefois recommandé de « coller » un peu davantage à l'actualité avec des reportages dans des régions du monde qui connaissent des événements d'importance. Si ce n'est pas possible d'avoir des correspondants sur place, il s'agit de trouver des experts ici en Suisse (ou mieux, à Fribourg) pour nous en parler (comme nous l'avons fait pour l'Ukraine avec le président des Ukrainiens de Suisse). C'est aussi une manière de parler « fribourgeois » d'un événement international. Cette rubrique est assurée par Karin Baumgartner et Maëlle Robert, mais vos idées sont les bienvenues. Vous êtes également toutes et tous invité(e)s à aider à développer le réseau de correspondants, principalement dans les pays qui nous sont proches.

h. Elections-votations

Pour les **votations fédérales**, on relaie (le plus souvent via nos correspondants à Berne) les mots d'ordre des partis nationaux (avec des sons) ainsi que les arguments des comités pour et contre l'objet en question. Nous ne relayons les mots d'ordre des sections cantonales (toujours pour les sujets fédéraux) que si ceux-ci diffèrent du parti national ou si les sections cantonales adoptent leurs mots d'ordre avant le parti national. En général, nous organisons également un débat contradictoire sur chaque objet fédéral avec des participants, si possible fribourgeois.

Pour les **votations cantonales ou régionales** : une présentation équilibrée des enjeux (pour et contre) est essentielle. Si le sujet est disputé (pas pour un crédit soumis au référendum financier obligatoire comme les écoles, les homes, etc.), on organise un débat contradictoire sur la question. Il faut relayer les mots d'ordre des principaux partis fribourgeois sur les objets cantonaux.

Pour les **élections**, nous ne relayons systématiquement que les candidatures officielles des partis (et pas forcément tous les noms des listes), mais pas les candidatures à la candidature (à moins que celles-ci soient une surprise ou une personnalité inattendue). Chaque élection fera l'objet d'une couverture de campagne spécifique (débat, portraits, éclairages) qui sera déterminée par la rédaction.

Résultats : Les élections et votations font l'objet d'opérations spéciales le dimanche du scrutin. Nous faisons vivre en direct l'évolution des résultats jusqu'aux fins. L'organisation est précisée en fonction de chaque scrutin.

i. Suicide

On peut parler des suicides mais il faut faire particulièrement attention à la manière dont on en parle. D'une part, il faut avoir une certaine retenue puisque en-dessous du visible et des causes qu'on nous communique, il y a probablement d'autres problèmes qui pèsent sur la personne qui s'est suicidée. Il ne faut donc pas être trop hâtif en conclusions. D'autre part, il est essentiel de ne pas donner de détails, ni sur la manière du suicide, ni sur les causes estimées. Enfin, des tournures sont à éviter, comme : « une épidémie de suicides » ou « tentative de suicide réussie ».

j. Equilibre des propos

Lorsqu'un sujet met aux prises deux avis opposés, le ou la journaliste se doit toujours de contacter la partie qui est attaquée pour lui demander sa vision des choses. C'est vrai pour beaucoup de cas, comme les dénonciations syndicales, les critiques à l'égard d'une institution, une collectivité, un élu ou un magistrat par exemple. Nous ne sommes pas obligés d'avoir systématiquement les deux avis en son (car souvent une des parties refusent de s'exprimer), mais il faut préciser que nous avons contacté l'autre camp qui ne souhaite pas s'exprimer.

Lors d'un débat, faire attention à avoir une équité du temps de parole entre les différents intervenants. Cette règle est d'autant plus importante lors des débats en vue des élections.

k. Citations + traductions

Nous ne citons pas le nom du (de la) journaliste (titulaire de RadioFr.) qui « assure » une traduction ou qui relance par une question dans les sons d'actualité. Dans ce contexte, il est bien évident que nous ne citons pas non plus le nom du journaliste qui a monté un son d'actualité, sans relance. Idem pour les sports et pour nos correspondants à Berne que l'on entend régulièrement à l'antenne. Il ne faut pas faire d'extros : « des propos recueillis par... » ou « des propos traduits par... ». Si vous vous trouvez démuné après le son, à vous de trouver une extro à plus forte valeur informative ou alors de passer à l'info suivante.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

Pour les sujets plus longs (capsules, Tag de l'info, etc.) ainsi que pour nos journalistes envoyés spéciaux à l'étranger ou sur un événement particulier en Suisse (qui apportent une plus-value par leur présence sur place), il est important de citer la personne qui a réalisé le sujet. Les papiers et analyses doivent également être signés, de même que tous les sons envoyés par nos « confrères des RRR » (hormis nos correspondants à Berne). Il faut alors indiquer « des propos recueillis par nos confrères de Radio... ».

l. Reprise d'infos d'autres médias

Quand nos confrères – de la presse écrite, de la télé ou de sites web – publient une information que nous ne disposons pas et que nous jugeons d'intérêt pour nos auditeurs, il est possible de la reprendre, en citant toujours la source. Avant de reprendre la nouvelle parlant d'un communiqué de presse, veuillez contrôler si l'on n'a reçu ledit communiqué dans la boîte mail du secrétariat en dehors des heures d'ouverture : il faut se connecter à l'adresse <https://webmail.radiofr.ch>

Utilisateur : Radiofr

Mot de passe : kiwi

Il faut aussi se questionner sur l'importance de l'information en consultant nos archives et en faisant appel à notre bon sens. Le but n'est pas non plus d'avoir un bulletin composé majoritairement de « reprises ». L'ATS, que nous payons, doit être notre source principale, après les informations ramenées par les journalistes qui se trouvent sur le terrain.

m. Correctif

Si une information erronée est donnée à l'antenne, la règle est la suivante :

- S'il s'agit d'une faute de faible importance (faute de prononciation, erreur de prénom d'un interlocuteur, mauvais district, etc.) et dont les conséquences sont faibles, l'information est corrigée dès le journal d'information suivant.
- S'il s'agit d'une faute d'importance (annonce d'un événement qui n'a pas lieu, sujet incomplet ou partial, etc.), l'information est corrigée dès le journal d'information suivant et un correctif est diffusé le lendemain, à l'heure-même où l'information erronée a été diffusée.
- Sur notre site internet, l'information est corrigée dans tous les cas mais aucun correctif n'est diffusé.

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

6. Traiter une information – quel format choisir ?

Plusieurs formats permettent de traiter une information. Le choix entre les options ci-dessous s'opère selon les informations dont on dispose, des interviews que l'on a pu – ou non – réaliser et enregistrer ainsi que des besoins de la grille. Une information peut être déclinée en plusieurs formats (par exemple : une brève + un papier + un doublon)

La discussion et le choix du traitement se font le matin en séance de rédaction et/ou au fil de la journée, selon l'évolution du sujet, et de concert avec la rédaction en chef ou les postes à l'édition.

Formats déclinés ci-dessous :

- La brève
- Le fex
- Le papier
- Le papier-relance
- Le son
- Le double-son
- L'intégré
- La capsule, l'éclairage

Signification des couleurs :

Lu par le journaliste qui présente le journal – toujours en direct
Lu par le journaliste qui écrit le papier ou l'intégré – en principe, en direct
Son enregistré

a. La brève

Durée : environ 20"	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : une chute (prospective ou conclusion)

b. Le fex

Durée : environ 10"	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond à qui, quoi, où et quand (si possible au pourquoi et au comment, mais pas indispensable dans un FEX)
	2 à 3 phrases

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

c. Le papier

INTRO ou LANCEMENT Durée : environ 20"	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : l'angle du papier et le nom du journaliste
PAPIER Durée : entre 30" et 1'	Débute sur l'angle
	Reste sur le même angle
	Explique, analyse ou décrypte un élément de l'info
	Dernière phrase : une chute (prospective ou conclusion)
EXTRO (optionnelle) Durée : 10"	Une info factuelle

d. Le papier relance

INTRO ou LANCEMENT Durée : environ 20"	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : l'angle du papier et le nom du journaliste
PAPIER – 1ère partie Durée : entre 20 et 30"	Débute sur l'angle
	Reste sur le même angle
	Explique, analyse ou décrypte un élément de l'info
	Dernière phrase : une chute (prospective ou conclusion)
RELANCE	Une phrase, pour redonner de la force au papier et/ou le faire évoluer, le réorienter
PAPIER – 2ème partie Durée : entre 20 et 30"	Répond à la relance
EVT. 2ème RELANCE	Une phrase, pour redonner de la force au papier et le faire évoluer, le réorienter
EVT. PAPIER – 3ème partie Durée : entre 20 et 30"	Répond à la relance
EXTRO (optionnelle) Durée : 10"	Une info factuelle

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

e. Le son

INTRO ou LANCEMENT Durée : environ 20"	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : l'angle et le nom de la personne interviewée qu'on va entendre
SON Durée : entre 15 et 40"	Répond à l'angle
	Nous donne si possible des informations que le journaliste ne pourrait pas dire, ou pas mettre dans sa voix
EXTRO Durée : 10"	Une info factuelle, soit conclusive, soit prospective

f. Le double son

INTRO ou LANCEMENT Durée : environ 20"	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : l'angle et le nom de la personne interviewée qu'on va entendre
1er SON Durée : entre 15 et 40"	Répond à l'angle
	Nous donne si possible des informations que le journaliste ne pourrait pas dire, ou pas mettre dans sa voix
	Le journaliste donne les infos nécessaires pour arriver au 2ème son. Il donne le nom de la personne interviewée que l'on va entendre dans le 2ème son (même si c'est la même personne que dans le 1er son)
2ème SON Durée : entre 15 et 40"	Répond à l'angle
	Nous donne si possible des informations que le journaliste ne pourrait pas dire, ou pas mettre dans sa voix
EXTRO Durée : 10"	Une info factuelle, soit conclusive, soit prospective

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

g. L'intégré

INTRO ou LANCEMENT Durée : environ 20''	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : l'angle et le nom du journaliste
INTEGRE - DEBUT (max 20'')	Le journaliste rebondit sur l'angle et amène le 1er interlocuteur.
1er SON Durée : entre 15 et 30''	Répond à l'angle
	Nous donne si possible des informations que le journaliste ne pourrait pas dire, ou pas mettre dans sa voix
INTEGRE - MILIEU	Le journaliste donne les infos nécessaires, notamment pour arriver au 2ème son.
2ème SON Durée : entre 15 et 30''	Répond à l'angle
	Nous donne si possible des informations que le journaliste ne pourrait pas dire, ou pas mettre dans sa voix
INTEGRE - FIN	Le journaliste conclut son intégré
EXTRO Durée : 10 sec.	Une info factuelle, soit conclusive, soit prospective

h. La capsule - l'éclairage

INTRO ou LANCEMENT Durée : environ 20''	Info en tête (dans la 1ère phrase)
	Répond aux 5W
	3 à 5 phrases
	Dernière phrase : l'angle et le nom de la personne que l'on va entendre en début d'éclairage
CAPSULE ou ECLAIRAGE Durée : entre 2'30'' et 4'	Répond à l'angle
	Peut prendre la forme d'un long intégré
	Peut avoir la forme d'une interview en direct ou enregistré
	Peut prendre la forme d'un reportage
	Peut prendre la forme d'un papier avec plusieurs relances
EXTRO Durée : 10''	Une info factuelle, soit conclusive, soit prospective

AIDE MEMOIRE SUJETS REDACTION

Date dernière mise à jour: 28.09.2022 / pm

D-PROG-01-25

7. Comment hiérarchiser l'information

Une fois la sélection des infos réalisée et le sujet traité, il est nécessaire d'établir une hiérarchie. L'information la plus importante doit être placée en ouverture du flash ou du journal et les autres nouvelles doivent également être rapportées à l'antenne. Il arrive toutefois que plusieurs sujets répondent aux critères d'importance. D'où la nécessité d'être capable de les hiérarchiser. Sans être exhaustif, voici quelques pistes.

a. La proximité en premier et en force

Nos journaux et flash priorisent la proximité, dans l'ouverture du journal comme dans la durée. L'information régionale ou régionalisée est prioritaire. Dans un ordre de grandeur, l'information régionale fait le moitié voire les deux tiers du journal, l'information nationale un quart (voire moins), l'information internationale un quart (voire moins).

b. Hiérarchies possibles

Le choix de l'ouverture d'un flash ou d'un journal détermine la hiérarchie de l'entier du bulletin. Le cas de figure typique est d'ouvrir avec une information locale ou régionale, avant de passer aux infos suisses et internationales.

La hiérarchie de base et qui constitue la grande majorité de nos bulletins est donc la suivante :

1. **Régional**
2. **National**
3. **International**

Si une information nationale ou internationale mérite, de par sa pertinence, l'ouverture d'un journal, on changera alors tout le bloc de l'information nationale ou internationale pour le placer en ouverture. Après celle-ci, on poursuivra avec le bloc qui contient l'info la plus pertinente. Cela peut donc donner les 4 variantes suivantes :

- | | | | | |
|----|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1. | National | National | International | International |
| 2. | International | Régional | Régional | National |
| 3. | Régional | International | National | Régional |

Dans certains cas, si par exemple le journaliste a entre ses mains 1 info internationale très importante, 3 infos internationales peu importantes et 2 infos régionales importantes, il pourra choisir la hiérarchie suivante :

1. Ouverture avec l'info internationale
2. Régional
3. National
4. International

Lors de certains rendez-vous d'information, vous êtes amené(e)s à donner des infos sportives. Celles-ci vont systématiquement en ouverture ou en fin de journal.

Enfin, il est impossible sur ce document de parer à toutes les situations. Mais ces quelques principes doivent permettre à chacun de prendre des décisions fondées, de manière autonome.

En cas de doute, posez des questions, que ce soit au rédacteur en chef, à un collègue ou si vous êtes seul(e), à un collègue des sports ou à la rédaction alémanique. C'est essentiel pour s'améliorer et apprendre à faire les meilleurs choix possibles. Le travail en ligne de nos confrères nous donne aussi des indications précieuses pour se faire une idée des actualités incontournables et de leur hiérarchie. On recommande aux journalistes de prendre le temps de visiter le portail d'informations des autres médias fribourgeois et romands.

CHARTRE REDACTIONNELLE**REDAKTIONSCHARTA**

Date dernière mise à jour: 28/04/2021

D-PROG-01-20**CHARTRE REDACTIONNELLE (FRANÇAIS)****Préambule**

La présente charte se fonde sur la Déclaration des droits et devoirs du journaliste. Elle s'appuie sur la Convention collective de travail (CCT) du 12 août 2008 entre l'impressum et l'Association des Radios Régionales Romandes (RRR) dont Radio Fribourg/Freiburg SA est membre. Elle se conforme également au mandat de prestations octroyé par l'Office fédéral de la Communication (OFCOM).

Cette charte fait partie intégrante du contrat qui lie le diffuseur, d'une part, et chaque rédactrice et rédacteur de Radio Fribourg/Freiburg SA, d'autre part.

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

Etablie avec l'assentiment des parties intéressées, la charte définit, dans le domaine rédactionnel, la ligne générale, les objectifs de Radio Fribourg/Freiburg et les moyens mis en œuvre pour les atteindre.

La charte définit également les droits et les devoirs du diffuseur, des cadres et des rédactrices et rédacteurs.

Pour des questions de simplification, la dénomination « membres de la rédaction » regroupe le rédacteur en chef, les cadres, les rédacteurs, les stagiaires, les pigistes ainsi que les membres de la rédaction sportive. Etant entendu que ces fonctions sont aussi bien féminines que masculines.

Ligne rédactionnelle générale

1. Radio Fribourg/Freiburg est une radio locale d'informations générales.
 - Elle est indépendante de tout pouvoir, institution ou groupe d'intérêts, que ce soit dans le domaine politique, économique, culturel, social ou religieux.
 - Elle conçoit la liberté des médias comme le droit de relater et de commenter tout fait d'intérêt général, dans le respect de la vie privée des individus.
 - Elle privilégie la véracité des informations ainsi que la qualité des textes diffusés, des émissions produites.
 - Elle s'affirme comme élément dynamique de la vie locale, régionale et nationale.
 - Elle veille à relayer les différents points de vue et peut prendre position sur les questions essentielles.
2. Dans les domaines politique, économique et culturel, Radio Fribourg/Freiburg reflète la diversité des opinions.
 - Elle est attachée au fédéralisme et à une démocratie au sein de laquelle les oppositions doivent jouer librement face au pouvoir.
 - Elle favorise le renforcement de la responsabilité du citoyen et des groupes sociaux intermédiaires, dont elle soutient l'activité pour autant qu'elle soit conforme à l'intérêt général.
 - Elle recherche les moyens de favoriser la justice sociale, de prévenir la violence et de conduire en toute sérénité les débats politiques, économiques et culturels.
3. Radio Fribourg/Freiburg rend compte de la vie économique publique et privée.
 - Elle est attentive aux intérêts légitimes des consommateurs, des employés et des entreprises.
 - Elle traite les initiatives de l'Etat et des acteurs économiques du point de vue de l'intérêt général.
 - Elle signale les abus.

CHARTRE REDACTIONNELLE

REDAKTIONSCHARTA

Date dernière mise à jour: 28/04/2021

D-PROG-01-20

4. Radio Fribourg/Freiburg est attachée à la formation des professionnels du journalisme.
 - Elle forme des journalistes pigistes et de journalistes stagiaires.
 - Elle met en place une formation interne régulière à destination des membres de la rédaction.
 - Elle offre aux membres de la rédaction l'opportunité de suivre les formations dispensées par la branche (Centre de formation au journalisme et aux médias à Lausanne et Medienausbildungszentrum à Luzern).
 - Elle encourage les membres de la rédaction à suivre des cours de formation continue (technique radio, thèmes d'actualité), dans la mesure du possible.

Exercice de la fonction

1. Les membres de la rédaction résistent aux pressions qui pourraient être exercées par des groupes économiques ou idéologiques, des annonceurs ou des auditeurs, étant admis que les nécessités de l'information l'emportent sur les considérations commerciales ou idéales.
2. Les membres de la rédaction sont tenus de refuser tout cadeau dont la valeur est disproportionnée, du point de vue du bon sens. Les voyages de presse qui font l'objet d'un traitement (émission, reportage) doivent être identifiés comme tels pour les auditeurs.
3. A l'exception des cas de faute professionnelle, définis notamment par la Déclaration des droits et devoirs du journaliste, dont le garant est le Conseil suisse de la presse, la rédactrice ou le rédacteur en chef soutient les membres de sa rédaction.
4. Les membres de la rédaction sont tenus au secret professionnel. Ils s'interdisent à ce titre de révéler à des tiers, et tout particulièrement aux autorités politiques, judiciaires ou de police, la source d'une information, surtout si cette dernière peut subir un préjudice à être identifiée.
5. Les membres de la rédaction s'efforcent d'analyser les faits avec rigueur et honnêteté intellectuelle.
 - Ils veillent à ne pas pécher par omission, ni par une mise en valeur exagérée des faits.
 - Ils rassemblent, pour traiter un sujet, le plus grand nombre possible d'éléments d'appréciation avant de conclure et éventuellement de prendre position.
 - Ils s'efforcent de séparer le commentaire de l'énoncé des faits.
 - Ils ont le droit, s'ils estiment ne pas avoir eu suffisamment de temps pour vérifier leurs informations, de reporter la diffusion de leur sujet, de leur émission.
6. Les membres de la rédaction, dans leur comportement public, respectent le caractère indépendant de leur média. Ils veillent à ce que leurs mandats et engagements n'entraient pas ce principe. Si les membres de la rédaction exercent des mandats ou prennent des engagements (par exemple associatifs, politiques, économiques ou citoyens), ils doivent être discutés avec la rédaction en chef qui donnera ou non son approbation. La compatibilité des mandats et des engagements avec le métier de journaliste peut être réévaluée en tout temps.
7. Les membres de la rédaction sont conscients que leurs opinions personnelles, leurs engagements et leurs mandats sont souvent, aux yeux du public, associés au média pour lequel ils travaillent. Dès lors, les membres de la rédaction, dans leur comportement public ainsi que sur les réseaux sociaux, appliquent un devoir de réserve lié à leur fonction.

Bilinguisme

La rédaction de Radio Fribourg/Freiburg SA est bilingue. Chaque programme garde toutefois son appartenance linguistique et culturelle.

Par bilinguisme, on entend que chaque collaborateur s'exprime dans sa langue maternelle, en allemand ou français.

CHARTRE REDACTIONNELLE

REDAKTIONSCHARTA

Date dernière mise à jour: 28/04/2021

D-PROG-01-20

Le diffuseur et les membres de la rédaction s'engagent activement à renforcer au sein de la rédaction le bilinguisme propre au canton de Fribourg, dont Radio Fribourg/Freiburg SA est le média radiophonique.

- Les séances de rédaction sont en principe ouvertes par le rédacteur en chef ou par le(s) rédacteur(s) en chef adjoint(s), puis menées en français et en allemand en alternance.
- Les membres de la rédaction s'engagent à fournir des interviews dans la langue partenaire, dans la mesure du possible.
- Les membres de la rédaction s'engagent à laisser une place importante à la critique, pour améliorer la qualité des interviews réalisées dans la langue partenaire. Ils favorisent l'aide mutuelle s'agissant des questions linguistiques.
- Les membres de la rédaction s'engagent à rendre compte de la communauté partenaire de manière suivie.
- Le diffuseur et les membres de la rédaction s'engagent à mettre en place toute mesure concrète favorisant l'apprentissage ou l'approfondissement de la langue partenaire, dans la mesure du possible.

Dispositions d'application et de révision

1. Chaque rédacteur est en possession de la présente charte. Tout candidat à un poste rédactionnel doit en avoir pris connaissance avant son engagement. Elle fait partie intégrante de son contrat.
2. Le diffuseur et la rédactrice ou le rédacteur en chef sont les garants de l'application de la charte. Avec les rédactrices et rédacteurs, ils sont solidairement tenus de la respecter et de la faire respecter sur le plan interne et externe.
3. La présente charte est approuvée par le diffuseur et les membres de la rédaction. Toute révision ultérieure sera soumise à une procédure de consultation entre le diffuseur et la rédaction.

Etablie à Villars-sur-Glâne, le 30 novembre 2020 /modifiée le 28.4.21

Thierry Savary

Directeur général



Markus Baumer

Directeur financier
et administratif



Pierre Meyer

Rédacteur en chef



CHARTRE REDACTIONNELLE

REDAKTIONSCHARTA

Date dernière mise à jour: 28/04/2021

D-PROG-01-20

REDAKTIONSCHARTA (DEUTSCH)

Einleitung

Die vorliegende Charta stützt sich auf die „Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten“. Sie bezieht sich weiter auf den Gesamtarbeitsvertrag (GAV) vom 12. August 2008 zwischen „impresum“ und dem Verband der Radios Régionales Romandes (RRR), dessen Mitglied die Radio Fribourg/Freiburg AG ist. Sie entspricht auch dem Leistungsauftrag des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM).

Für deutschsprachige Schweizer Privatradios ist kein GAV in Kraft, dieser Text ist eine Anlehnung an das oben erwähnte Dokument. Diese Charta versteht sich als integraler Bestandteil des Vertrags zwischen dem Medienunternehmen Radio Freiburg-Fribourg AG und den Redaktionsmitgliedern.

Sie ist auch für PraktikantInnen und freie Mitarbeitende verbindlich. Zu Informationszwecken kann sie an externe MitarbeiterInnen verteilt werden. Die Charta wurde in Übereinstimmung der beteiligten Parteien verfasst. Sie definiert die redaktionelle Linie und die Ziele der Redaktion von Radio Freiburg-Fribourg sowie die Mittel zum Erreichen dieser Ziele.

Die Charta bestimmt ausserdem die Rechte und Pflichten des Medienunternehmens, der Kader- sowie Redaktionsmitglieder. Der Einfachheit halber wird in der Charta von „Redaktionsmitgliedern“ gesprochen; dies umfasst die Chefredaktion, JournalistInnen, PraktikantInnen, freie Mitarbeitende sowie alle Mitglieder der Sportredaktion.

Allgemeine Bestimmungen

1. Radio Freiburg-Fribourg vermittelt als Lokalradio Informationen von allgemeinem Interesse.
 - Es ist unabhängig von jeglichen Instanzen, Institutionen und Interessengruppen – sei es im politischen, wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen oder religiösen Bereich.
 - Es versteht unter Medienfreiheit das Recht, Informationen von allgemeinem Interesse zu verbreiten und zu kommentieren, unter Vorbehalt der Respektierung der Privatsphäre von Einzelpersonen.
 - Es legt Wert auf die Qualität der verbreiteten Informationen und produzierten Sendungen sowie den Wahrheitsgehalt der Informationen.
 - Es versteht sich als dynamischer Bestandteil des lokalen, regionalen und nationalen Lebens.
 - Es achtet darauf, die verschiedenen Standpunkte und Sichtweisen einzubeziehen und kann zu grundlegenden Fragen Stellung beziehen.

2. Im politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Bereich gibt Radio Freiburg-Fribourg die Meinungsvielfalt wieder.
 - Es vertritt einen Föderalismus und eine Demokratie, in welcher Widersprüche und gegensätzliche Meinungen ausgedrückt werden dürfen.
 - Es fördert die Einzelverantwortung von BürgerInnen und von sozialen Gruppen und unterstützt deren Aktivitäten, sofern sie dem allgemeinen Interesse dienen.
 - Es ist verpflichtet sich, die soziale Gerechtigkeit zu fördern, jeglicher Gewalt vorzubeugen und politische, wirtschaftliche und kulturelle Debatten in aller Sachlichkeit zu führen.

3. Radio Freiburg-Fribourg dokumentiert das öffentliche und private Wirtschaftsleben.

CHARTRE REDACTIONNELLE

REDAKTIONSCHARTA

Date dernière mise à jour: 28/04/2021

D-PROG-01-20

- Es berücksichtigt die legitimen Interessen von KonsumentInnen, Angestellten und Unternehmen.
 - Es behandelt Initiativen von staatlichen und wirtschaftlichen Akteuren unter dem Standpunkt des allgemeinen Interesses.
 - Es macht auf Missbräuche aufmerksam.
4. Radio Freiburg-Fribourg gewährleistet die Ausbildung von JournalistInnen.
- Es bildet PraktikantInnen und freie Mitarbeitende aus.
 - Es organisiert die interne Ausbildung der Redaktionsmitglieder.
 - Es bietet den Redaktionsmitgliedern die Gelegenheit, das Ausbildungsangebot der Branche zu beanspruchen (CRFJ in Lausanne und MAZ in Luzern).
 - Es ermutigt die Redaktionsmitglieder, im Rahmen der Möglichkeiten, zusätzliche Weiterbildungen (Radiotechnik, aktuelle Themen) zu besuchen.

Ausübung des Berufs

1. Die Redaktionsmitglieder lassen sich nicht von wirtschaftlichen oder ideologischen Gruppierungen, Werbekunden oder der Hörerschaft unter Druck setzen. Die seriöse Informationsvermittlung steht über allen kommerziellen oder ideellen Interessen.
2. Die Redaktionsmitglieder sind angehalten, Geschenke von unverhältnismässigem Wert abzulehnen. Massstab ist der gesunde Menschenverstand. Reisen für Presse Zwecke (Spezialsendung, Reportage) müssen für die Hörerschaft als solche gekennzeichnet sein.
3. Ausser bei beruflichen Verstössen gemäss der „Erklärung der Rechte und Pflichten von Journalistinnen und Journalisten“, über welche der Schweizer Presserat wacht, unterstützt die Chefredaktion ihre Redaktionsmitglieder.
4. Die Redaktionsmitglieder unterstehen dem Berufsgeheimnis und dem Quellenschutz. Sie geben ihre Informationsquellen an keine Dritten weiter – insbesondere politische, gerichtliche oder polizeiliche Instanzen – und vor allem dann nicht, wenn die InformantInnen durch ihre Identifikation das Opfer von Benachteiligungen werden könnten.
5. Die Redaktionsmitglieder analysieren die Fakten streng und redlich.
 - Sie achten darauf, die Fakten weder durch Unterlassungen noch Übertreibungen zu verzerren.
 - Sie sammeln jeweils die grösstmögliche Menge an Informationen, bevor sie ein Thema behandeln oder dazu Stellung beziehen.
 - Sie achten auf die ausdrückliche Trennung von Informationen und Kommentaren.
 - Sie behalten sich vor, bei fehlender Zeit für die Informationsüberprüfung die Ausstrahlung eines Themas oder einer Sendung zu verschieben.
6. Die Redaktionsmitglieder respektieren mit ihrem Verhalten in der Öffentlichkeit den unabhängigen Charakter ihres Mediums. Sie achten darauf, dass ihre Mandate und Engagements dieses Prinzip nicht verletzen. Übt ein Redaktionsmitglied ein Mandat aus oder geht ein Engagement ein (z.B. Vereinsarbeit, politische/wirtschaftliche Tätigkeit, Bürgerbewegungen), bildet dies Gegenstand einer Diskussion mit der Chefredaktion, die ihr Einverständnis geben muss. Die Vereinbarkeit von Mandaten und Engagements mit dem Journalistenberuf kann jederzeit neu evaluiert werden.

CHARTE REDACTIONNELLE

REDAKTIONSCHARTA

Date dernière mise à jour: 28/04/2021

D-PROG-01-20

7. Die Redaktionsmitglieder sind sich darüber bewusst, dass ihre persönlichen Meinungen, ihre Engagements und Mandate von der Bevölkerung oft mit dem Medium verknüpft werden, für das sie arbeiten. Aus diesem Grund gilt für die Redaktionsmitglieder eine gewisse Zurückhaltung im Umgang mit sozialen Medien und in ihrem Verhalten in der Öffentlichkeit.

Zweisprachigkeit

Die Redaktion der Radio Freiburg-Fribourg AG ist zweisprachig. Dabei behält jedes Programm seine kulturellen und linguistischen Eigenheiten, fördert aber gleichzeitig den Austausch zwischen den Sprachgruppen und das Verständnis für die jeweiligen Partikularitäten. Die Redaktionsmitglieder entwickeln, pflegen und leben eine gemeinsame Unternehmenskultur und nutzen aktiv Synergien zwischen beiden Sprachgruppen, mit dem Ziel, die Zweisprachigkeit zu stärken und umzusetzen.

Alle MitarbeiterInnen können sich in ihrer Muttersprache ausdrücken, sei dies auf Deutsch oder auf Französisch.

- Die Redaktionssitzungen werden prinzipiell von der Chefredaktion eröffnet und danach abwechselnd auf Deutsch und Französisch geleitet.
- Die Redaktionsmitglieder machen, im Rahmen ihrer Möglichkeiten, Interviews in der Partnersprache. Dabei üben und akzeptieren sie Kritik, um die Interviews in der Partnersprache zu verbessern. Sie helfen einander gegenseitig bei sprachlichen Fragen.
- Die Redaktionsmitglieder verlieren die Bedürfnisse und Angebote der anderen Sprachgruppe nie aus den Augen.
- Das Medienunternehmen und die Redaktionsmitglieder unterstützen im Rahmen der Möglichkeiten jede Massnahme, die das Erlernen und das Vertiefen der Partnersprache fördert.

Bestimmungen zur Anwendung und Anpassung der Charta

1. Alle Redaktionsmitglieder sind im Besitz der vorliegenden Charta. Alle KandidatInnen für redaktionelle Arbeit nehmen sie vor ihrem Arbeitsantritt zur Kenntnis. Sie ist integraler Bestandteil des Arbeitsvertrags.
2. Das Medienunternehmen und die Chefredaktion garantieren die Einhaltung dieser Charta. Gemeinsam mit den Redaktionsmitgliedern sind sie verpflichtet, sich an sie zu halten.
3. Die vorliegende Charta ist vom Medienunternehmen und von den Redaktionsmitgliedern genehmigt. Jede zukünftige Änderung des Dokuments bedingt die Absprache und die Zustimmung des Medienunternehmens und der Redaktion.

Überarbeitet und abgesegnet am 30. November 2020 / geändert am 28.4.21 / Villars-sur-Glâne

Thierry Savary

Generaldirektor

Markus Baumer

Verwaltungs- und
Finanzdirektor

Mario Corpataux

Chefredaktor

CAHIER DES CHARGES**ANIMATION**

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01**1. PRÉSENTATION**

Radio Fribourg est la radio référence du canton de Fribourg. Elle a une vocation de service public local. Elle se doit d'informer et de divertir. Elle se fait l'écho de tout ce qui intéresse les fribourgeois parce qu'ici c'est Fribourg ! Elle touche tous les domaines du canton, que ce soit l'information, la culture, le sport ou la musique.

2. FORMAT MUSICAL

Radio Fribourg est la radio de tous les fribourgeois. Elle est multigénérationnelle et tient compte des formats des autres radios diffusées dans sa zone, en cherchant une complémentarité. La programmation musicale est étudiée pour ne pas déplaire à une majorité au profit d'une minorité. La musique de Radio Fribourg est donc généraliste et grand public avec des nouveautés mais aussi des souvenirs. Dans le même temps, RadioFr. Fribourg encourage les découvertes musicales notamment lorsqu'il s'agit de talents de la scène locale.

2.1 Programmation musicale

Dans le détail, RadioFr. Fribourg a une programmation musicale « adulte contemporain » qui fluctue au fil de la journée avec une tendance plus jeune l'après-midi et en soirée. La programmation est composée de 30% à 40% de titres francophones selon les moments de la journée.

La mission essentielle du programmeur musical est d'étudier la playlist afin qu'elle ne déplaise pas à une majorité au profit d'une minorité. Elle doit plaire à tous les fribourgeois.

Des émissions thématiques musicales sont aussi proposées afin de faire découvrir aux auditeurs des titres plus pointus, principalement en soirée.

2.2 Artistes suisses

Radio Fribourg est une radio qui laisse une porte ouverte aux artistes suisses, pour autant que leur produit soit de qualité, et corresponde au format de la radio. Il est inutile d'inonder l'antenne de groupes inconnus, sous prétexte qu'ils soient suisses. Il faut sélectionner le meilleur et le mettre en évidence à l'antenne pour que le public sache qu'il s'agit d'artistes locaux, et soit surpris par la qualité du produit.

3. ANIMATION**3.1 VOTRE MISSION****Séduire l'auditeur !**

- Observez les points forts de votre séduction ! L'imagination, le glamour, l'humour ou votre crédibilité. Séduisez l'auditeur sans l'effrayer.
- Gardez votre propre personnalité à l'antenne, soyez vous-même ! C'est ce qui va vous rapprocher de l'auditeur. Utilisez vos points forts !
- Soyez inventifs, mettez en valeur tous les éléments du programme et donnez envie à l'auditeur de rester sur RadioFr. Fribourg

CAHIER DES CHARGES**ANIMATION**

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01**3.2 REALISATION TECHNIQUE**

La technique est l'une des composantes de la réussite du produit antenne. Une technique maîtrisée permet l'inventivité de vos interventions. Soyez attentifs à votre réalisation :

- Gérez les niveaux sonores des différents éléments. Si vous parlez sur un tapis ou sur l'intro d'un titre, contrôlez que le volume ne soit pas trop faible ou trop fort.
- Anticipez les éléments de votre log, l'emplacement des interventions, chroniques etc... Soyez prêts sur tout ce qui est prévu dans votre émission.
- Vérifiez que les enchaînements musicaux soient réalisés proprement. Deux titres s'enchaînent impérativement à l'aide d'un jingle. Il est possible d'enchaîner deux titres directement. Il faut néanmoins placer un liner sur l'intro du 2^{ème} titre. Identifiez proprement l'antenne.
- Ne parlez pas avant ou après un jingle station. Si vous prévoyez une intervention, enlevez impérativement le jingle station.
- Ne quittez pas le studio sauf en cas de nécessité. Dans ce cas vérifiez que le RCS soit en automation.

3.3 PRISE DE PAROLE

Pour bien réussir une intervention, il faut de la préparation et de l'entraînement. Vous devez clairement maîtriser votre sujet et l'intention que vous voulez amener à l'antenne. Pour cela :

- Il est conseillé de s'entraîner à blanc (dans les situations les plus extrêmes pour trouver « sa voix », la tonalité, le débit, l'articulation, etc...). Votre voix reste posée et naturelle.
- Si vous n'êtes pas encore totalement à l'aise, écrivez chacune de vos interventions. Il est conseillé d'écrire en langage parlé. Avec l'expérience, des mots clés seront suffisants.
- Soyez naturels à l'antenne en ponctuant vos phrases et en variant la dynamique. On ne doit pas sentir que vous lisez votre texte. Evitez de chercher vos mots, privilégiez un langage fluide, dynamique, souriant sans faute de français.
- Une intervention doit aller à l'essentiel. Elle est donc courte et préparée afin d'intéresser l'auditeur. L'intervention varie entre 15 et 30 secondes.
- Pensez à l'auditeur qui vous écoute. Pensez que vous vous adressez à des personnes aux sensibilités très diverses. Le public de RadioFr. Fribourg est large. Faites donc attention à votre langage et à l'impact que vous pouvez avoir.
- Ne parlez pas avant ou après un jingle station. Si vous prévoyez une intervention, enlevez impérativement le jingle station.

CAHIER DES CHARGES**ANIMATION**

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01**4. FONCTIONNEMENT DES TÂCHES DE L'ANIMATION****4.1 DIRECTS COMMERCIAUX EVENTS ET JEUX****EVENTS****Concerne :** *RPE, RDPT/Animation, Animateurs*

Le **RPE** tient à jour le planning Events Fri-Frei avec tous les événements et directs couverts par la radio. En cas d'ajout d'un Events ou sortie de la radio sur un événement, le **RPE** l'ajoute sur le planning et le confirme avec le **RDPT/Animation**. Ce dernier se charge ensuite d'organiser le planning et la présence des animateurs sur l'évènement selon les disponibilités de l'équipe d'animation. Il valide les horaires et insère le direct avec les informations nécessaires aux animateurs sur le planning antenne dans OUTLOOK. Le déroulement de la sortie sur place est discuté conjointement avec le **RDPT/Animation** et le **RPE**. Les besoins et forces requises sont gérés par chaque département (animateurs, marketing, technique etc...) et synthétisés sur le formulaire **D-PROG-01-12**

JEUX**Concerne :** *RPE, RDPT/Animation, Secrétariat, Animateurs, Producteur/Anim, Coordinateur Antenne*

En cas de demande de jeu – par Mediapub (clients) ou marketing dans le cadre d'un partenariat - la demande est adressée à l'antenne au travers du formulaire de commande **D-PROG-01-12**. Le RDPT/Animation supervise les demandes et la répartition des cadeaux selon leur importance. L'objectif est d'éviter la saturation de cadeaux et un nombre trop important de jeux antenne.

I. Distribution de billets/bons simple sans jeu

Le formulaire D-PROG-01-12 est adressé au RDPT/Animation en copie au secrétariat avec l'ensemble des informations concernant les billets/bons. Après validation du RDPT/Animation, le secrétariat planifie la distribution des cadeaux sur la période souhaitée de manière aléatoire dans la journée. Cette planification est réalisée dans l'INFO SEMAINE sous le calendrier Outlook/Planning antenne.

Les animateurs consultent l'INFO SEMAINE avec les cadeaux pour leur distribution dans leurs émissions. Ces cadeaux peuvent être offerts par téléphone, whatsapp etc... selon la préférence de l'animateur. Les gagnants sont inscrits dans la SAISIE DES GAGNANTS D-PROG-01-17 partagée avec le secrétariat pour envoi et suivi.

II. Création de jeu avec concept

Le formulaire D-PROG-01-12 est adressé au RDPT/Animation avec une demande pour la création d'un jeu avec concept sur une période définie en lien avec un client. La demande comprend la forme et le type de cadeau, l'horaire, la période ainsi que diverses informations utiles sur l'univers du client, ses désirs etc... Le RDPT/Animation valide la demande et sollicite l'animateur de l'émission concernée pour la création d'un concept.

Le concept est ensuite validé avec le RDPT/Animation puis transmis à Mediapub pour validation avec le client via le formulaire D-PROG-01-12 complété.

Une fois le jeu validé, le RDPT/Animation commande auprès du Producteur/Anim l'habillage complet du jeu. Le coordinateur antenne insère dans le log les éléments du jeu sur la période définie selon le formulaire. Les gagnants sont inscrits dans la SAISIE DES GAGNANTS D-PROG-01-17 partagée avec le secrétariat pour envoi et suivi.

CAHIER DES CHARGES

ANIMATION

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01

III. Création de jeu avec concept par l'antenne

Les animateurs sont libres de créer un concept de jeu qui leur est propre selon l'évolution des émissions et de la grille antenne. Pour cela, ils peuvent réfléchir à un concept de jeu et transmettent ce dernier au RDPT/Animation qui le valide au travers du formulaire D-PROG-01-12. En cas de nouveau jeu, le formulaire est transmis à Mediapub qui proposera le concept à un client afin d'obtenir des prix. En cas de renouvellement d'un concept de jeu existant, la demande est soumise de la même manière au RDPT/Animation qui valide le changement. Une fois validé, le concept est proposé à Mediapub qui le soumet au client existant pour accord. Le concept peut être adapté selon les impératifs et demandes de chacun avec modification du formulaire D-PROG-01-12 qui revient à l'antenne etc... jusqu'à validation finale.

4.2 PRODUCTION PROMOS & JINGLES

PROMO ANTENNE & JINGLES

Concerne : *RPE, RDPT/Animation, Animateurs, Producteur/Anim, Coordinateur Antenne*

La production de promos antenne et de jingles est gérée par le **Producteur/Anim**. Les promos qui peuvent être commandées au Producteur/Anim ne sont pas commerciales. Il s'agit de promos liées à une émission, un évènement de la radio, un concours, un débat etc... Les jingles commandés au Producteur/Anim concernent uniquement l'antenne de Radio Fribourg. Il s'agit de jingles d'émissions, jingles pour des concours et jeux ou opérations spéciales. Le producteur/Anim gère aussi le renouvellement de l'habillage antenne ainsi que l'adaptation de cet habillage aux saisons (jingles de Noël, Nouvel an ou d'été).

Toutes les demandes concernant les promos & jingles doivent être soumises au RDPT/Animation à l'aide du formulaire D-PROG-01-12 pour validation qui transmet ensuite la commande au Producteur/Anim. Ces demandes peuvent être formulées par **les animateurs mais aussi par la rédaction ou le RPE & Mediapub** dans le cadre de la création d'une opération spéciale ou jeu.

Les tâches du Producteur/Anim :

- Enregistre les voix, commande les voix
- Réalise la production des promos ou jingles
- Réalise le montage et production de l'habillage antenne
- Gère les contacts avec les voix antenne
- Gère les contacts avec le studio de production de l'habillage
- Insère les éléments dans RCS Zetta
- Transmet la commande au coordinateur antenne pour planification et au RDPT/Animation pour validation finale.

PROMO ANTENNE SALLES DE SPECTACLE & AVANT-PREMIERE CINEMA

Concerne : *Responsable culturel, Secrétariat*

Un partenariat annuel est signé avec les salles de spectacles fribourgeoises pour la diffusion de promos durant la saison en lien avec leurs spectacles. Des billets d'entrée sont par ailleurs distribués dans ces promos pour les auditeurs via le numéro SMS de Radio Fribourg au 939.

Le responsable culturel reçoit les infos des salles de spectacle. Il gère la planification des promos ainsi que leur production. Il crée le texte, enregistre la voix et produit la promo. Il est aussi responsable de la planification de la promo en question dans le log de la semaine concernée dans RCS Zetta avant les blocs publicitaires. Enfin, il planifie la distribution des entrées dans l'INFO SEMAINE sous Outlook à destination du **Secrétariat** qui gère ensuite les messages au 939 et le

CAHIER DES CHARGES**ANIMATION**

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01

contact avec les gagnants. Une guest-list est créé et envoyée avec le nom des gagnants aux salles de spectacle.

4.3 PROGRAMMATION MUSICALE**PROGRAMMATION MUSICALE DE RADIO FRIBOURG****Concerne :** *Programmateurs musicaux, Animateurs*

Le programmeur musical écoute chaque semaine les nouveautés qui arrivent sur les différentes plateformes des labels. Il consulte les différents classements et rapports de diffusion disponibles afin de rester au courant des nouveautés musicales et de la tendance des titres qui fonctionnent en ce moment. C'est grâce à ces informations qu'il sélectionne les nouveautés qui entreront en programmation sur Radio Fribourg.

Le programmeur musical télécharge les nouveautés à insérer via le logiciel MPN mis à disposition par les labels. Il insère ensuite ces titres dans RCS Zetta en renseignant le maximum d'informations dont l'année, le numéro ISRC, l'ensemble des artistes participants au titre, le mood, energy et style musical du titre. Il prend soin de taguer début et fin du titre ainsi que l'intro et le hook du titre.

En plus de l'ajout de nouveautés dans RCS Zetta, le programmeur musical est en charge de faire vivre cette programmation en suivant l'évolution des titres grâce à l'historique du nombre de diffusion et la tendance observée sur les classements et rapports de diffusion externe qu'il obtient. A cet effet, il change de catégorie les titres dans RCS Zetta pour varier les rotations. Il s'attache à ajuster constamment les stratégies de programmation en lien avec les audiences et feedback externes.

Une fois la programmation musicale prête, il génère la musique sur les journées à venir dans RCS Zetta grâce à GSelector.

Le programmeur musical est en charge de l'envoi des rapports à la SUISA qui concernent les droits musicaux. Il réalise les CD's de musique pour les cinémas de Fribourg et prépare la programmation thématique des émissions musicales du Choc Poprock, Clubbin' Charts, le classement du Compte à Rebours ou encore Chantons Français.

4.4 EMISSIONS CULTURELLES & INTERVIEWS**GESTION CULTURELLE****Concerne :** *Responsable culture, Animateurs*

Le/la Responsable culture gère tout ce qui est lié au contenu culturel de l'antenne de Radio Fribourg ainsi que toutes les demandes liées à la culture. A cet effet, le/la Responsable culture centralise les communiqués, les demandes courriel/téléphone et contrôle le calendrier des événements culturels du canton. Cette centralisation permet d'éviter les doublons avec la rédaction, les autres animateurs et les médias présents à MEDIAparc. A cet effet, le/la Responsable culture coordonne le traitement des sujets culture.

Il/elle participe à la séance de rédaction hebdomadaire du vendredi mais aussi à la séance intermédia du vendredi afin de tenir au courant l'ensemble des acteurs de MEDIAparc des sujets traités par l'antenne de Radio Fribourg. Il/elle complète aussi le calendrier OUTLOOK avec les sujets traités au quotidien. Ce calendrier est accessible en tout temps par les autres départements pour éviter les doublons sur un sujet.

Le/la Responsable culture a la responsabilité et la charge éditoriale de l'ensemble des sujets culture et de répartir le traitement de chaque sujet dans l'émission ou chronique appropriée. Cette répartition est visible dans le calendrier OUTLOOK.

CAHIER DES CHARGES

ANIMATION

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01

Il/elle répond ensuite aux demandes reçues et les informe du traitement de leur sujet et de la marche à suivre (horaire d'interview, lieu etc...). Une réponse est aussi donnée aux sujets qui ne seront pas traités.

INTERVIEWS ARTISTES HORS FRIBOURG & STARS

Concerne : *Responsable culture, Animateurs*

Le/la Responsable culture centralise les demandes et propositions d'interview d'artistes en promo dans la région en lien avec les labels. Il/elle est informée des demandes adressées directement aux animateurs par les labels afin de tenir à jour le planning antenne et informer les autres secteurs et médias du traitement réalisé par l'animation sur ces demandes.

L'animateur.trice intéressé par l'interview est chargé par le/la responsable culture de réaliser l'interview. A cet effet, l'animateur.trice prend contact avec le label et planifie l'interview dans une émission. Il/elle réalise l'interview et insère l'audio dans RCS Zetta pour diffusion selon le Planning antenne sous Outlook.

4.5 FORMATION

FORMATION ANTENNE

Concerne : *RDPT/Animation, Coordinateur antenne, Animateurs*

Afin de renouveler l'antenne de Radio Fribourg et d'assurer le bon fonctionnement des weekends, il est nécessaire de recruter de nouveaux animateurs. Pour cela, le RDPT/Animation collecte les différentes candidatures qui lui sont envoyées et procède à l'entretien d'évaluation en lien avec les RH. L'engagement peut concerner un.e animateur/trice confirmé mais aussi des personnes dont le potentiel est vérifié mais qui doivent être formés de manière plus poussée. Néanmoins dans les deux cas, une formation technique de base doit être dispensée afin que les nouveaux-venus soient à l'aise avec les outils spécifiques de Radio Fribourg. L'acquisition de ces compétences est vérifiée grâce au formulaire D-PROG-05-10.

Une formation plus poussée est dispensée aux personnes qui ne possèdent pas d'expérience radio. Pour ces dernières, une formation théorique est dispensée sur l'écriture radio, la pose de voix, l'interview ainsi que la technique radio (Annexe à D-PROG-05-10). La partie pratique est divisée en deux et concerne dans un premier temps la réalisation technique d'une émission. Dans un deuxième temps, des exercices d'écriture sont dispensés suivis par des exercices de pose de voix. Une fois ces bases acquises, chacun s'entraîne en studio de production (Studio 3) à blanc dans les conditions du direct jusqu'à ce que les réflexes antenne soient acquis. Ce n'est qu'ensuite qu'une première émission en direct est envisagée. Cette première émission est accompagnée par un animateur confirmé qui pourra évaluer quels point doivent encore être travaillés. Une évaluation constante de la formation et des progrès est indispensable. Ce suivi est effectué grâce au formulaire D-PROG-05-10.

Le RDPT/Animation se charge aussi de la formation continue des animateurs pigistes. Il écoute les piges antenne de chacun et donne des feed-back pour permettre l'évolution des animateurs. Des feed-back peuvent aussi être donnés aux animateurs titulaires d'émissions en semaine.

Le coordinateur antenne s'occupe de son côté de la partie administrative des nouveaux-venus en lien avec les Ressources Humaine grâce notamment au formulaire de renseignements des collaborateurs libre.

CAHIER DES CHARGES

ANIMATION

Date dernière mise à jour: 27/03/2020

D-PROG-05-01

STAGES

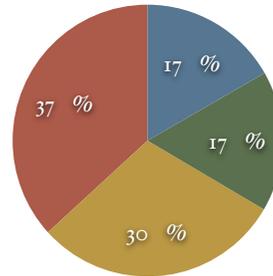
Concerne : *RDPT/Animation, Coordinateur antenne, Animateurs*

Chaque année, de nombreuses demandes de stages sont envoyées à Radio Fribourg. Dans la mesure du possible, ces stages sont regroupés quand ils touchent l'animation. Le RDPT/Animation établit un programme de stage avec les horaires qu'il fait parvenir aux différents stagiaires. Ce programme comprend une visite de MEDIAParc ainsi qu'une première approche du métier d'animateur au travers d'exercices d'écriture et de pose de voix. Une initiation à la technique radio est aussi programmée. Un rapport de stage est ensuite établi en fin de session. Dans la mesure du possible et selon leur âge, les personnes intéressées par un stage sont aussi redirigées sur la journée de découverte proposée une fois par année de manière bilingue au printemps.

RADIO FR. FRIBOURG - P-PROG-03 (VERSION 2020)

CATEGORIES

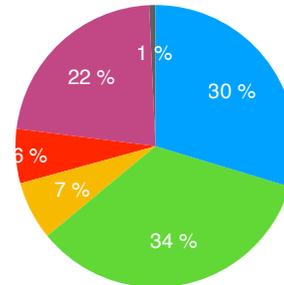
Catégories	Nombres de titres	Plays/heure	Total
A Actifs - Top 15	15,00	1,81	15,50 %
B Brulant - Top 30	30,00	1,81	15,50 %
GR Golds récurrents (1 à 5 ans) - Top 150	150,00	3,21	27,60 %
GA Golds anciens (+5 ans)	500,00	3,97	34,10 %



- A Actifs - Top 15
- B Brulant - Top 30
- GR Golds récurrents (1 à 5 ans) - Top 150
- GA Golds anciens (+5 ans)

STYLES MUSICAUX

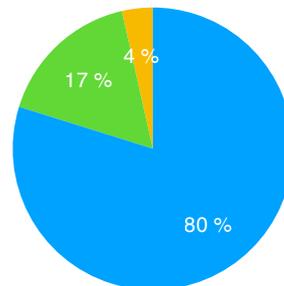
Catégories	Nombres de titres	Proportion	Poids
Pop	534,00	30,00 %	50,20 %
Variété	620,00	34,00 %	25,10 %
Dance	121,00	7,00 %	8,40 %
Urban	112,00	6,10 %	6,10 %
Rock	402,00	22,00 %	6,10 %
Latino	13,00	1,00 %	1,70 %



- Pop
- Variété
- Dance
- Urban
- Rock
- Latino

LANGUE

Catégories	Nombres de titres	Proportion	Poids
Langue étrangère	2 961,00	80,00 %	65,20 %
Langue française	618,00	17,00 %	23,89 %
Autres	132,00	4,00 %	10,91 %



- Langue étrangère
- Langue française
- Autres

Pflichten und Rechte

Erklärung der Pflichten und Rechte
der Journalistinnen und Journalisten

www.impressum.ch



Präambel

Das Recht auf Information, auf freie Meinungsäusserung und auf Kritik ist ein grundlegendes Menschenrecht.

Journalistinnen und Journalisten sichern den gesellschaftlich notwendigen Diskurs. Aus dieser Verpflichtung leiten sich ihre Pflichten und Rechte ab.

Die Verantwortlichkeit der Journalistinnen und Journalisten gegenüber der Öffentlichkeit hat den Vorrang vor jeder anderen, insbesondere vor ihrer Verantwortlichkeit gegenüber ihren Arbeitgebern und gegenüber staatlichen Organen.

Die Journalistinnen und Journalisten auferlegen sich freiwillig die bei der Erfüllung ihrer Informationsaufgabe einzuhaltenden Regeln; diese sind in der nachstehenden Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten festgelegt.

Um die journalistischen Pflichten in Unabhängigkeit und in der erforderlichen Qualität erfüllen zu können, braucht es entsprechende berufliche Rahmenbedingungen; diese sind Gegenstand der anschliessenden Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten.



Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Die Journalistinnen und Journalisten lassen sich bei der Beschaffung, der Auswahl, der Redaktion, der Interpretation und der Kommentierung von Informationen, in Bezug auf die Quellen, gegenüber den von der Berichterstattung betroffenen Personen und der Öffentlichkeit vom Prinzip der Fairness leiten. Sie sehen dabei folgende Pflichten als wesentlich an:

1. Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.
2. Sie verteidigen die Freiheit der Information, die sich daraus ergebenden Rechte, die Freiheit des Kommentars und der Kritik sowie die Unabhängigkeit und das Ansehen ihres Berufes.
3. Sie veröffentlichen nur Informationen, Dokumente, Bilder, und Töne deren Quellen ihnen bekannt sind. Sie unterschlagen keine wichtigen Elemente von Informationen und entstellen weder Tatsachen, Dokumente, Bilder und Töne noch von anderen geäusserte Meinungen. Sie bezeichnen unbestätigte Meldungen, Bild- und Tonmontagen ausdrücklich als solche.
4. Sie bedienen sich bei der Beschaffung von Informationen, Tönen, Bildern und Dokumenten keiner unlauteren Methoden. Sie bearbeiten nicht oder lassen nicht Bilder bearbeiten zum Zweck der irreführenden Verfälschung des Originals. Sie begehen kein Plagiat.
5. Sie berichtigen jede von ihnen veröffentlichte Meldung, deren materieller Inhalt sich ganz oder teilweise als falsch erweist.
6. Sie wahren das Redaktionsgeheimnis und geben die Quellen vertraulicher Informationen nicht preis.
7. Sie respektieren die Privatsphäre der einzelnen Personen, sofern das öffentliche Interesse nicht das Gegenteil verlangt. Sie unterlassen anonyme und sachlich nicht gerechtfertigte Anschuldigungen.
8. Sie respektieren die Menschenwürde und verzichten in ihrer Berichterstattung in Text, Bild und Ton auf diskriminierende Anspielungen, welche die ethnische oder nationale Zugehörigkeit, die Religion, das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Krankheiten sowie körperliche oder geistige Behinderung zum Gegenstand haben. Die Grenzen der Berichterstattung in Text, Bild und Ton über Kriege, terroristische Akte, Unglücksfälle und Katastrophen liegen dort, wo das Leid der Betroffenen und die Gefühle ihrer Angehörigen nicht respektiert werden.
9. Sie nehmen weder Vorteile noch Versprechungen an, die geeignet sind, ihre berufliche Unabhängigkeit und die Äusserung ihrer persönlichen Meinung einzuschränken.

10. Sie vermeiden in ihrer beruflichen Tätigkeit als Journalistinnen und Journalisten jede Form von kommerzieller Werbung und akzeptieren keinerlei Bedingungen von Seiten der Inserentinnen und Inserenten.

11. Sie nehmen journalistische Weisungen nur von den hierfür als verantwortlich bezeichneten Mitgliedern ihrer Redaktion entgegen, und akzeptieren sie nur dann, wenn diese zur Erklärung der Pflichten der Journalistinnen und Journalisten nicht im Gegensatz stehen.

12. Journalistinnen und Journalisten, welche dieser Bezeichnung würdig sind, halten es für ihre Pflicht, die Grundsätze dieser Erklärung getreulich zu befolgen. In Anerkennung der bestehenden Gesetze jedes Landes nehmen sie in Berufsfragen nur das Urteil ihrer Berufskolleginnen und -kollegen, des Presserates oder ähnlich legitimierter berufs-ethischer Organe an. Sie weisen dabei insbesondere jede Einmischung einer staatlichen oder irgendeiner anderen Stelle zurück.



Erklärung der Rechte der Journalistinnen und Journalisten

Damit die Journalistinnen und Journalisten die von ihnen übernommenen Pflichten erfüllen können, müssen sie zum mindesten folgende Rechte beanspruchen können:

- a. Sie haben freien Zugang zu allen Informationsquellen und die Freiheit zur unbehinderten Ermittlung aller Tatsachen, die von öffentlichem Interesse sind; die Geheimhaltung öffentlicher oder privater Angelegenheiten kann dabei den Journalistinnen und Journalisten gegenüber nur in Ausnahmefällen und nur mit klarer Darlegung der Gründe geltend gemacht werden.
- b. Sie dürfen nicht veranlasst werden, beruflich etwas zu tun oder zu äussern, was den Berufsgrundsätzen oder ihrem Gewissen widerspricht. Aus dieser Haltung dürfen ihnen keinerlei Nachteile erwachsen.
- c. Sie dürfen jede Weisung und jede Einmischung zurückweisen, die gegen die allgemeine Linie ihres Publikationsorgans verstossen. Diese allgemeine Linie muss ihnen vor ihrer Anstellung schriftlich mitgeteilt werden; ihre einseitige Änderung oder Widerrufung ist unstatthaft und stellt einen Vertragsbruch dar.
- d. Sie haben Anspruch auf Transparenz über die Besitzverhältnisse ihres Arbeitgebers. Sie müssen als Mitglied einer Redaktion vor jeder wichtigen Entscheidung die Einfluss auf den Gang des Unternehmens hat, rechtzeitig informiert und angehört werden. Die Redaktionsmitglieder sind insbesondere vor dem definitiven Entscheid über Massnahmen zu konsultieren, welche eine grundlegende Änderung in der Zusammensetzung der Redaktion oder ihrer Organisation zur Folge haben.
- e. Sie haben Anspruch auf eine angemessene berufliche Aus- und Weiterbildung.
- f. Sie haben Anspruch auf eine klare Regelung der Arbeitsbedingungen durch einen Kollektivvertrag. Darin ist festzuhalten, dass ihnen durch ihre Tätigkeit in den Berufsorganisationen keine persönlichen Nachteile entstehen dürfen.
- g. Sie haben das Recht auf einen persönlichen Anstellungsvertrag, der ihnen ihre materielle und moralische Sicherheit gewährleisten muss. Vor allem soll durch eine angemessene Entschädigung ihrer Arbeit, die ihrer Funktion, ihrer Verantwortung und ihrer sozialen Stellung Rechnung trägt, ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit als Journalistinnen und Journalisten sichergestellt werden.

Diese "Erklärung" wurde an der konstituierenden Sitzung des Stiftungsrats der Stiftung Schweizer Presserat vom 21. Dezember 1999 verabschiedet.

Presserat – www.presserat.ch

Die Stiftung Schweizer Presserat wurde von mehreren Verbänden von Medienschaffenden gegründet. Der Presserat steht dem Publikum und den Medienschaffenden als Beschwerdeinstanz für medienethische Fragen zur Verfügung und soll zur Reflexion über grundsätzliche medienethische Probleme beitragen, und damit medienethische Diskussionen in den Redaktionen anregen. Der Schweizer Presserat nimmt auf Beschwerde hin oder von sich aus Stellung zu Fragen der Berufsethik der Journalistinnen und Journalisten. Beschwerdeberechtigt ist jedermann. Der Schweizer Presserat verteidigt die Presse- und Meinungsäusserungsfreiheit.

Die Schweizer Journalistinnen | giornalisti svizzeri
impressum Les journalistes suisses

Zentralsekretariat
Grand-Places 14A
Postfach
1701 Freiburg
Tel. ++41 +26 347 15 00, Fax 09
Postkonto 17-6996-5
www.impressum.ch

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

Pflichtenhefte

Programmleitung / Moderationsleitung

Allgemeine Aufgaben

- Gestaltung, Kontrolle und Anpassung eines qualitativ hochstehenden Programms. Dieses ist der Marktsituation und dem Publikum von Radio Freiburg angepasst.
- In Zusammenarbeit mit der Chefredaktion, Gestaltung eines qualitativ hochstehenden Nachrichtenkonzeptes. Dieses ist der Marktsituation und dem Publikum von Radio Freiburg angepasst.
- Sportkonzept in Zusammenarbeit mit Sportchef festlegen, überprüfen und anpassen
- Mitspracherecht bei Neuanstellungen
- Repräsentation des Radios in der Öffentlichkeit

Leitungsaufgaben

- Planung/Koordination des Senders
- Koordination der Departemente, Leitung der Departementssitzungen
- Sicherstellen gut funktionierender Departemente
- Unterstützung der Departementsverantwortlichen
- Aufsicht über das Sendelayout
- Produktionsanfragen von anderen Departementen entgegennehmen und verteilen
- Aufsicht über die Musikredaktion
- Gemeinsam mit Musikredaktion, digitale Sendeplanung, Instandhaltung der Datenbank
- Planung und Koordination von Aktionen auf dem Sender und Aktionen für die Imagepflege des Senders
- Umsetzung und Kontrolle von verkauften Produkten
- Zusammenarbeit mit Radio Fribourg fördern
- Sicherstellung der Integration von Werbespots im Sendeplan
- Gemeinsam mit dem Verkauf, Umsetzung von Directs (kommerzielle verkaufte Live-Inhalte)
- Umsetzungsplanung von verkauften Programminhalten, Spiele, Verlosungen etc.
- Alle Informationen, die die Sendungen betreffen zur Verfügung stellen – Unterhaltung des Outlook-Kalenders
- Laufende Kontrolle des Moderations- und Sportbudgets
- Aus- und Weiterbildung der Moderationsmitglieder, Airchecks leiten
- Mitarbeitergespräche führen

Weitere Aufgaben

- Sendungen moderieren
- Produktion von Inhalten für das Tagesprogramm
- Produktion von neuem Sendelayout (Schweizer Musik, Spiele, Rubriken) verteilen

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

Stv. Programmleitung / Stv. Moderationsleitung

Allgemeine Aufgaben:

- Abwesenheitsvertretung der Programmleitung
- In Zusammenarbeit mit der Programmleitung, Sicherstellung einer gut funktionierenden Moderation
- Mitgestaltung eines qualitativ hochstehenden Programms. Dieses ist der Marktsituation und dem Publikum von Radio Freiburg angepasst.
-

Leitungsaufgaben:

- Koordination garantieren im Tagesgeschäft
- Budget der Moderation planen
- Arbeitsplanung und Honorarauszahlungen der Moderation garantieren
- Zusammenarbeit mit Radio Fribourg fördern

Weitere Aufgaben:

- Sendungen moderieren
- Produktion von Inhalten für das Tagesprogramm
- Produktion von neuem Sendelayout (Schweizer Musik, Spiele, Rubriken) verteilen

Musikredaktion

- Instandhaltung der RCS-Datenbank, Musikplanung RCS
- Gemeinsam mit Programmleitung und Moderationsleitung: Auswahl der Songs, die ins Programm aufgenommen werden
- Musiktitel ins RCS-System einspeisen
- Musikarchiv führen
- Kontrolle des Musikprogrammes auf dem RCS
- Buchführung über die Aufnahme oder Ablehnung von Musiktiteln, die dem Radio vorgeschlagen werden
- Kontakt und Kommunikation mit Plattenlabels
- Koordination von Promoanfragen von Künstlern
- Umsetzung des Musikkonzeptes

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

Musikredaktion Stv.

- Organisation der Musikinhalte auf dem Sender:
 - o Interviewplanung mit den Labels
 - o Verschiedene Musikinhalte planen (Album der Woche, Jahrestage, Albenpräsentation)
- Ferienabwesenheit der Musikredaktion gewährleisten. Insbesondere
 - o Die Musikplanung gewährleisten und neue Songs ins Programm aufnehmen.
 - o Das Musikarchiv führen

Moderation

- Umsetzung der Sendefläche, akkurate und sachgemässe Vorbereitung
- Interview-, Sendetermine einhalten und die Zeitvorgaben auf dem Sender berücksichtigen
- Präsentation der Programminhalte
- Buchführung über eigene Sendungen
- Nachtragen von Gewinnerlisten und Inhaltslisten
- Einhaltung des Musikkonzeptes
- Bedienung des Studios
- Technische Störungen und Mängel sofort an die verantwortlichen Personen weiterleiten
- Persönliches Postfach regelmässig leeren
- Persönlicher Maileingang und Maileingang auf Moderation kontrollieren und lesen, wenn nötig auf Emails antworten oder die Moderationsleitung benachrichtigen
- Verteilung der verlostten Preise sicherstellen (Sekretariat/Post) - RadioFr. an Aussenauftritten mit der eigenen Person vertreten
- Über das regionale, kulturelle, sportliche und politische Leben im Kanton informiert sein
- Layoutproduktion auf Anfrage

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

Schichtenbeschriebe Moderation

Auf den nachfolgenden Zeilen wird beschrieben, was die verschiedenen Kürzel auf dienstplan-live.de bedeuten und was während dieser Arbeitszeit getan werden muss.

Allgemein:

Die Moderation ist dafür verantwortlich, Inhalte auf dem linearen Radioprogramm auszustrahlen. Sie begleiten dabei die Hörerschaft so persönlich wie möglich – mit guter Laune und einer professionellen Sprechweise. Wochentags sind jeweils vier Personen in der Moderation eingeteilt. Zwei am Morgen, jemand tagsüber und jemand für die Feierabendsendung.

Am Wochenende braucht die Moderation jeweils drei Schichten: Zwei am Samstag und eine am Sonntag.

Spezifische Moderationsinhalte werden ebenfalls auf weiteren Kanälen ihre Plätze finden und durch die entsprechenden Personen verschrieben oder verarbeitet.

M1 – Morgenmoderation

Arbeitsbeginn: 04:45 Uhr

Arbeitsende: 13:30 Uhr

Pause: 00:30 Stunden ab 09:00 Uhr

Die Morgenmoderation ist der Dreh- und Angelpunkt der Morgensendung (Im Studio ab 06:00 Uhr bis ca. 08:35 Uhr). Ihm zur Seite stehen ein:e Morgenproduzent:in sowie ein:e Redaktor:in.

Tagesablauf:

- **Ankunft um 04:45 Uhr**
- Start des Computers, der Mails und des Radioplans
- Kontrolle des Zetta (Timing, Elemente etc.)
- **Sitzungsleitung um 05:00 Uhr**
- Letzte Vorbereitungen für die Live-Sendung
- **Im Studio von 05:55 bis ca. 08:35 Uhr**
- Nach der Sendung: Admin nachtragen (Gewinner, Radioplan)
- Planung und Vorbereitung Folgetage
- **Um 09:30 Uhr: Feedbacksitzung mit M1P**
- Danach: Planung und Vorbereitung Folgetage
- Montags, 10:00 Uhr: Grosse Morgensitzung
- Mittwochs, 13:00 Uhr: Moderationssitzung
- Arbeitsende um 13:30 Uhr

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

M1P – Morgenproduzent:in

Arbeitsbeginn: 04:45 Uhr

Arbeitsende: 13:30 Uhr

Pause: 00:30 Stunden ab 09:00 Uhr

Der M1P produziert Inhalte und bringt diese zusammen mit dem M1 auf den Sender.

Tagesablauf:

- **Ankunft um 04:45 Uhr**
- Start des Computers, der Mails und des Radioplans, Kontrolle der VT-Inhalte
- **Sitzungsteilnahme um 05:00 Uhr**
- Letzte Vorbereitungen für die Live-Sendung
- **Im Studio von 05:55 bis ca. 08:00 Uhr**
- Planung und Vorbereitung Folgetage
- **Um 09:30 Uhr: Feedbacksitzung mit M1**
- Danach: Planung und Vorbereitung Folgetage, Produktion des Frontsellers für den Abend
- Montags, 10:00 Uhr: Grosse Morgensitzung
- Mittwochs, 13:00 Uhr: Moderationssitzung
- Arbeitsende um 13:30 Uhr

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

M2 – Daytime-Moderation

- Arbeitsbeginn:** 07:30 Uhr
Arbeitsende: 16:30 Uhr
Pause: 00:30 Stunden frei wählbar, aber
nicht zwischen 11:30 Uhr und
13:15 Uhr

Der M2 ist verantwortlich für die Inhalte zwischen 09:00 und 16:00 Uhr auf dem Sender. Wobei ausserhalb der Hauptsendezeiten viel Voicetracking möglich ist.

Tagesablauf:

- **Ankunft um 07:30**
- Start des Computers, der Mails und des Radioplans und von Zetta
- Vorbereitung der Inhalte auf dem Sender, Kontrolle des Zetta ab 09:00 Uhr
- **Sitzungsteilnahme um 08:10 Uhr**
- Letzte Vorbereitungen für die Sendung
- Voicetracking der Inhalte, die nicht live gefahren werden.
- **Live im Studio zwischen 11:30 Uhr und ca. 13:05 Uhr**
- Ab 13:05 Uhr: Planung und Vorbereitung Folgetage, sowie Feedback zu mindestens einem der Mittagsinhalte an ND machen
- Mittwochs, 13:00 Uhr: Moderationssitzung
- Arbeitsende: ca. 16:30 Uhr

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

M3 – Feierabend-Moderation

Arbeitsbeginn: 09:30 Uhr

Arbeitsende: 18:30 Uhr

Pause: 00:30 Stunden frei wählbar, aber
nicht ab 16:00 Uhr

Der M3 begleitet die Hörerschaft in den Feierabend. Die Sendung dauert von 16:00 Uhr bis 19:05, wobei die letzte halbe Stunde im Voicetrack-Modus und vorgefertigten Inhalte gefahren wird.

Tagesablauf:

- **Ankunft um 09:30**
- Start des Computers, der Mails und des Radioplans
- Feedback zu einem Abendinhalt vom Vortag machen.
- Vorbereitung der Inhalte auf dem Sender
- **Sitzungsteilnahme um 13:30 Uhr**
- Letzte Vorbereitungen für die Sendung
- **Live im Studio zwischen 16:00 Uhr und ca. 18:30 Uhr**
- Während oder vor der Livesendung: Voicetracking der Inhalte zwischen 18:30 Uhr und 19:10 Uhr.
- Mittwochs, 13:00 Uhr: Moderationssitzung

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

M1 – Samstagmorgen Moderation

Arbeitsbeginn: 06:00 Uhr

Arbeitsende: 12:00 Uhr

Pause: 00:15 Stunden zwischen 09:30 Uhr
und 09:50 Uhr

Der Samstag-Morgen Mod wiederholt einerseits viele Inhalte von unter der Woche, andererseits muss er die Hörerschaft auf dem Laufenden halten, was Tagesaktualitäten angeht, da relativ viele Leute am Samstag auch arbeiten.

Tagesablauf:

- **Ankunft um 06:00 Uhr**
- Start des Computers, der Mails und des Radioplans
- Kontrolle des Zetta
- Vorbereitung der Inhalte auf dem Sender
- **Sendung ab 07:00 Uhr bis 12:05**
- Nach der Sendung: Admin nachtragen (Gewinner, Radioplan)

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

M1 Sonntag/M2 Samstag – Daytime Moderation Samstag und Sonntag

- Arbeitsbeginn:** 11:00 Uhr
Arbeitsende: 18:30 Uhr
Pause: 00:30 Stunden zwischen 13:00 Uhr
und 16:00 Uhr

Der Daytime-Mod am Wochenende hat eine lange Sendung mit vielen vorproduzierten Inhalten und rund 2:30 Stunden live Moderation zu erledigen.

Tagesablauf:

- **Ankunft um 11:00 Uhr**
- Start des Computers, der Mails und des Radioplans
- Kontrolle des Zetta ab 12:00 Uhr, Aufnahme des 12:00 Uhr-Wetter und in Zusammenarbeit mit Reda Planung der Nachrichten.
- Vorbereitung der Inhalte auf dem Sender
- **Live-Sendung ab 16:00 Uhr bis 18:30**
- Nach der Sendung: Admin nachtragen (Gewinner, Radioplan)

ROLLEN UND PFLICHTENHEFTE

MODERATION

Date dernière mise à jour: 19/04/2023

D-PROG-01-15

Richtlinien

Sprache

- 1) Die Moderation spricht Dialekt

- 2) Unsere Moderation spricht die Sprache der Hörer/innen (keine Germanismen, keine anglophonen oder germanisierte Ausdrücke usw.)

- 3) Unsere Moderation benutzt keine Vulgarismen oder Kraftausdrücke.

- 4) Es ist der Moderation untersagt pornographische oder rassistische Aussagen zu machen.

- 5) Floskeln und Phrasen sind durch die Moderation zu vermeiden.

- 6) Kurz aber würzig, ist auch bei RadioFr. das Rezept um die Hörschaft am Sender zu halten.

- 7) Wir sprechen jeweils mehrere Personen an. Deshalb sagen wir „ihr“ und nicht „du“ (Bsp. „Ihr könnt nun anrufen,...“)

Diese Aufzählung kann weiterhin komplettiert werden.

Devoirs et Droits

*Déclaration des devoirs et des droits
du/de la journaliste
impressum*



PREAMBULE

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

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

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

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

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



DECLARATION DES DEVOIRS

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

- 1. Rechercher la vérité, en raison du droit qu'a le public de la connaître et quelles qu'en puissent être les conséquences pour lui-même.*
- 2. Défendre la liberté d'information et les droits qu'elle implique, la liberté du commentaire et de la critique, l'indépendance et la dignité de la profession.*
- 3. Ne publier que les informations, les documents, les images et les sons dont l'origine est connue de lui/d'elle; ne pas supprimer des informations ou des éléments d'information essentiels; ne dénaturer aucun texte, document, image et son, ni l'opinion d'autrui ; donner très précisément comme telles les nouvelles non confirmées; signaler les montages photographiques et sonores.*
- 4. Ne pas user de méthodes déloyales pour obtenir des informations, des sons, des images ou des documents; ne pas manipuler ou faire manipuler des images par des tiers en vue de les falsifier; s'interdire le plagiat.*
- 5. Rectifier toute information publiée qui se révèle matériellement inexacte.*
- 6. Garder le secret rédactionnel; ne pas révéler les sources des informations obtenues confidentiellement.*
- 7. Respecter la vie privée des personnes, pour autant que l'intérêt public n'exige pas le contraire; s'interdire les accusations anonymes ou gratuites.*
- 8. Respecter la dignité humaine ; le/la journaliste doit éviter toute allusion, par le texte, l'image et le son, à l'appartenance ethnique ou nationale d'une personne, à sa religion, à son sexe ou à l'orientation de ses mœurs sexuelles, ainsi qu'à toute maladie ou handicap d'ordre physique ou mental, qui aurait un caractère discriminatoire ; le compte rendu, par le texte, l'image et le son, de la guerre, d'actes terroristes, d'accidents et de catastrophes trouve ses limites dans le respect devant la souffrance des victimes et les sentiments de leurs proches.*
- 9. N'accepter aucun avantage, ni aucune promesse qui pourraient limiter son indépendance professionnelle ou l'expression de sa propre opinion.*
- 10. S'interdire de confondre le métier de journaliste avec celui de publicitaire; n'accepter aucune con-signé, directe ou indirecte, des annonceurs publicitaires.*
- 11. N'accepter de directives journalistiques que des seuls responsables désignés de sa rédaction, et pour autant que ces directives ne soient pas contraires à la présente déclaration.*

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



DECLARATION DES DROITS

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

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

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

Die Schweizer Journalistinnen | giornalisti svizzeri
impresum Les journalistes suisses

Secrétariat central
Case postale
1701 Fribourg
Tel. ++41 +26 347 15 00
www.impresum.ch
info@impresum.ch

MUSIKKONZEPT

RADIOFR. FREIBURG

Date dernière mise à jour: 14/04/2023

D-PROG-03-02

Allgemein

Die RadioFr.-Zielperson ist 38-jährig und deutsch sozialisiert. (Details: siehe [Persona](#)) Um dem Hörbedürfnis von unserer Persona gerecht zu werden, wurden einige Überlegungen angestellt, die die zu spielende Musik betreffen.

Die Musik wird von der Musikredaktion unter der Obhut der Programmleitung geplant. Songs dürfen im Prinzip weder ersetzt noch gelöscht werden.

RadioFr. versteht sich nicht als Radio, das einen Trend setzt. Wir setzen auf Songs, die sich schon anderswo bewiesen haben und ziehen dementsprechend nach.

Stefanies Musiksozialisierung begann in den 90er Jahre und Anfang der 2000er Jahre. Darum wird bei den älteren Songs auf diese Zeiten gesetzt.

Wir versuchen bei allen Songs, Berührungspunkte mit unserem Publikum herzustellen. Das bedeutet, dass Abwechslung weniger mit der Anzahl Songs, aber der zu spielenden Kategorien und deren Abwechslung zu tun hat.

Kategorien

Wir arbeiten mit Kategorien, die die Songs in Jahrzehnte unterteilen.

Name	Abkürzung	Bedeutung	Anzahl Songs	WHRate ca.
Oldies	OL	Alle Songs, die in den 80er Jahren oder eher released wurden	Ca. 180 Songs	5 Tage
90er Jahre	90	Songs aus den 90er Jahren	Ca. 150 – 160 Songs	3-4 Tage
2000er Jahre	00	Songs aus den Jahren 2000-2009	Ca. 220 Songs	3-4 Tage
2010er Jahre	10	Songs aus den Jahren 2010 bis 2019	Ca. 220 – 270 Songs	3-4 Tage
Recurrents	Rec	Songs aus den Jahren 2020 bis 2022	Ca. 120 Songs	1 Tag
Aktuell	A	Aktuelle Songs	12 Songs	12 Stunden

Alle rund sechs Monate werden die Kategorien aufgeräumt und falls nötig angepasst. Alle zwei Wochen entscheidet die Musikredaktion, welche Songs neu ins Programm aufgenommen werden.

MUSIKKONZEPT

RADIOFR. FREIBURG

Date dernière mise à jour: 14/04/2023

D-PROG-03-02

Allgemein

Die RadioFr.-Zielperson ist 38-jährig und deutsch sozialisiert. (Details: siehe [Persona](#)) Um dem Hörbedürfnis von unserer Persona gerecht zu werden, wurden einige Überlegungen angestellt, die die zu spielende Musik betreffen.

Die Musik wird von der Musikredaktion unter der Obhut der Programmleitung geplant. Songs dürfen im Prinzip weder ersetzt noch gelöscht werden.

RadioFr. versteht sich nicht als Radio, das einen Trend setzt. Wir setzen auf Songs, die sich schon anderswo bewiesen haben und ziehen dementsprechend nach.

Stefanies Musiksozialisierung begann in den 90er Jahre und Anfang der 2000er Jahre. Darum wird bei den älteren Songs auf diese Zeiten gesetzt.

Wir versuchen bei allen Songs, Berührungspunkte mit unserem Publikum herzustellen. Das bedeutet, dass Abwechslung weniger mit der Anzahl Songs, aber der zu spielenden Kategorien und deren Abwechslung zu tun hat.

Kategorien

Wir arbeiten mit Kategorien, die die Songs in Jahrzehnte unterteilen.

Name	Abkürzung	Bedeutung	Anzahl Songs	WHRate ca.
Oldies	OL	Alle Songs, die in den 80er Jahren oder eher released wurden	Ca. 180 Songs	5 Tage
90er Jahre	90	Songs aus den 90er Jahren	Ca. 150 – 160 Songs	3-4 Tage
2000er Jahre	00	Songs aus den Jahren 2000-2009	Ca. 220 Songs	3-4 Tage
2010er Jahre	10	Songs aus den Jahren 2010 bis 2019	Ca. 220 – 270 Songs	3-4 Tage
Recurrents	Rec	Songs aus den Jahren 2020 bis 2022	Ca. 120 Songs	1 Tag
Aktuell	A	Aktuelle Songs	12 Songs	12 Stunden

Alle rund sechs Monate werden die Kategorien aufgeräumt und falls nötig angepasst. Alle zwei Wochen entscheidet die Musikredaktion, welche Songs neu ins Programm aufgenommen werden.

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

VADEMECUM REDACTION

1. Grille de rédaction semaine	2
2. Grille de rédaction week-end.....	3
3. Formats des plages d'information.....	4
4. Résumé des postes de travail.....	5
5. Poste du matinalier.....	6
a. Priorités du poste.....	6
b. Entre 4h15 et 6h	6
1 ^{ère} étape : les nouvelles informations régionales.....	6
2 ^e étape : contrôler la matinale préparée par l'équipe de la veille	6
3 ^{ème} étape : compléter la matinale.....	6
c. Entre 6h et 9h	7
Les passages à l'antenne	7
Parallèlement aux passages à l'antenne	7
d. Entre 9h et 12h30	7
6. Poste revue de presse et midi	8
a. La Revue de presse	8
b. L'info qui nous touche	8
c. La tranche de midi	8
Préparation du journal de 12h	8
A l'antenne	8
Après 13h	9
7. Poste du soiriste	10
a. Préparation	10
b. A l'antenne.....	10
c. Après 19h.....	10
d. Clôture du poste	10
8. Poste de joker.....	12
9. Poste de jour.....	12
10. Poste RT1.....	12
11. Postes du week-end.....	12
a. Priorités du poste.....	12
b. Préparation avant l'antenne	12
1 ^{ère} étape : les nouvelles informations régionales.....	12
2 ^e étape : prendre connaissance de travail réalisé par l'équipe de la veille	13
3 ^{ème} étape : écrire son journal	13
c. Les passages à l'antenne.....	13
d. Réalisation de sujets	13
e. Administration de la journée	14
f. Préparation pour le lendemain	14

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

1. Grille de rédaction semaine

HORAIRE	CONTENU	DUREE	REMARQUE
6h	Journal	5'	Avec titres et relances de l'animateur
6h09	Bonjour	2'	L'animateur, le matinalier, le poste RP et le journaliste sportif se disent bonjour.
6h28	Teasing l'info qui nous touche	1'	Le journaliste tease brièvement ce dont il parlera dans l'info qui nous touche.
6h30	FEX	1'30''	
6h43	L'info qui nous touche	2'	Une seule info, éventuellement deux, développées en deux minutes
6h57	Teasing CAP	1'	Le journaliste tease brièvement l'éclairage de 7h30
7h	Journal	5'	Avec titres et relances de l'animateur
7h28	Teasing de la revue de presse	1'	Le journaliste tease brièvement ce dont il parlera dans la revue de presse.
7h30	FEX	1'30''	
7h32	Capsule rédaction	5'	Nouvelle diffusion de CAP, parfois rediffusion, parfois direct.
7h50	Revue de presse	3'	Tout le plus exhaustif possible de l'actualité du matin. Etre attentif au fait d'intégrer un maximum d'interactions et de relances avec Mike
8h	Journal	5'	Avec titres et relances de l'animateur
8h30	FEX	1'30''	
9h	Flash-son	3'	Sans titre ni relance. Un son (notamment sport) en cas de besoin
10h	Flash	3'	
11h	Flash	3'	
12h	Journal	7'	Avec titres et relances de l'animateur
12h30	FEX	1'30''	
12h32	Capsule rédaction (LU-ME-JE)	5'	Nouvelle diffusion de CAP, parfois rediffusion, parfois direct.
12h32 1x par semaine	Mardi : Le Tag de l'info	15'	Se réalise entre sports et actu. → répartition selon un planning en amont.
12h32 1x par semaine	En sortant de l'école le vendredi à 12h30		Un PAD fourni par Tanya
13h	Flash	3'	
14h	Flash	3'	
16h	Flash	3'	En self
17h	Journal	5'	Avec titres et relances de l'animateur
18h	Journal	5'	Avec titres et relances de l'animateur
19h	Flash	3'	En self
19h05	Le jeudi, émission de Radio-TV	25'	Emission co-réalisée et co-présentée avec La Télé VD-FR

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

2. Grille de rédaction week-end

Samedi

HORAIRE	CONTENU	DUREE	REMARQUE
7h	Journal du week-end	5'	Avec sons, sans relance.
7h32	Capsule rédaction	5'	Nouvelle diffusion de CAP, parfois rediffusion, parfois direct.
8h	Journal du week-end	5'	Avec sons, sans relance.
9h	Flash-son	3'	Sans titre ni relances. Un son (notamment sport) en cas de besoin
11h	Flash	3'	
12h	Journal du week-end	5'	Avec sons, sans relance.
12h32	TAG	5'	Rediffusion du TAG du mardi précédent (s'il est « périmé », pas de diffusion)
13h	Flash	3'	
17h	Flash	3'	Sans titre ni relances. Ce flash débute concrètement à 17h03-04, juste après le journal des sports.
18h	Flash-son	3'	Sans titre ni relance. Un son (notamment sport) en cas de besoin

Dimanche

HORAIRE	CONTENU	DUREE	REMARQUE
10h	Flash-son	3'	Sans titre ni relance. Un son (notamment sport) en cas de besoin
12h	Journal du week-end	5'	Avec sons, sans relance.
13h	Flash	3'	
17h	Flash-son	3'	Sans titre ni relance. Un son (notamment sport) en cas de besoin
18h	Flash-son	3'	Sans titre ni relance. Un son (notamment sport) en cas de besoin

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22**3. Formats des plages d'information**

Journal : Il doit avoir une durée maximale de 5 minutes (sans la météo) et, sauf journal exceptionnel, un maximum de trois sons de 30" maximum (au total entre 8 et 10 infos). Le journal se fait avec des titres courts et des relances de l'animateur. Le journal de 12h dure 7 minutes et peut contenir jusqu'à 5 sons.

FEX : Fribourg-Express doit durer 1 minute 30" (sans la météo). Il est composé de 4 à 7 courtes brèves. Le FEX se fait sans titre et sans relance.

Flash : Il doit durer au maximum 3' et est composé de 6 à 8 brèves. Le flash se fait sans titre et sans relance.

Flash-son : Il doit durer au maximum 3' et est composé de 6 à 8 brèves. Un son, notamment sur un résultat sportif, peut être intégré en cas de besoin. Le flash-son se fait sans titre et sans relance.

Journal week-end : Il doit avoir une durée maximale de 5 minutes (sans la météo) et, sauf journal exceptionnel, un maximum de trois sons de 30" maximum (au total entre 8 et 10 infos). Le journal se fait sans titre ni relance.

Capsule rédaction : Elle peut prendre toutes les formes journalistiques compatibles avec la radio (interview, commentaire, compte-rendu, reportage, etc.) Elle peut aussi consister en une interview en direct. Au total (avec le lancement), cela doit prendre 5 minutes maximum. Lorsqu'une capsule est montée à l'avance, elle ne doit donc pas excéder 4 minutes. La première phrase du lancement de la capsule est donnée par l'animateur.

Le Tag de l'info : Les émissions doivent faire 15 minutes maximum. Elles peuvent prendre des formes très diverses : invité, débat, reportage ou enquête. Le journaliste désigné est responsable de livrer le sujet pour le mardi à 12h30.

Débat – table ronde : Soit ils sont réalisés à 12h30 le mardi dans le Tag de l'info (et durent 15 minutes), soit ils sont réalisés le soir entre 18h-30 et 19h. Dans des cas exceptionnels et d'entente avec la rédaction en chef, un débat peut durer 45 minutes, voire 1h.

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

4. Résumé des postes de travail

POSTE	HORAIRE	RESUME ANTENNE	CONTENU	PRIORITES
Matinale	4h15-12h45 (TT 8h30)	Infos: 6h, 7h, 8h, 9h FEX : 6h30-7h30-8h30 CAP : 7h32	Journaux, présentation de capsules, sujets	Matinale + appui de Midi
RP + midi	5h – 13h30h (TT 8h30)	Info qui nous touche à 6h43 Revue de presse à 7h50 Infos: 10h, 11h, 13h FEX : 12h30 CAP : 12h32 (le mardi, long format jusqu'à 12h45)	Revue de presse, journaux, présentation de capsules	RP, Midi
Soir	13h30 – 22h (TT variable 8h30)	Infos : 14h, 16h, 17h, 18h, 19h	Journaux, sujets, sorties du soir, préparation des éditions du matin	Journal du soir et préparation des matinales.
Joker	8h30 – 18h30 (avec pause TT 8h30) voire plus tard en soirée.	Eventuellement papier ou remplacement d'antenne	Réceptionne et trie l'actualité communiquée (mails avant tout), sujets, éventuellement CAP et terrain	Tout sur l'actualité régionale. A disposition pour couvrir un sujet l'après-midi ou le soir.
Jour	8h30 – 18h30 (avec pause TT 8h30)	Eventuellement papier ou remplacement d'antenne	Sujets, capsules, couverture CP, terrain	Tout sur l'actualité régionale. Le poste RT1 assure le long format du mardi à 12h32
Samedi matin	6h – 13h30 (TT 7h30) possibilité de prolonger, reportage en après- midi	Infos: 7h, 8h, 9h, 11h, 12h 13h CAP: possibles à 7h30 et 12h30	Capsules, sujets, CP, terrain	Tout sur l'actualité régionale. Antenne week-end, préparation samedi soir, matinales dimanche et lundi
Samedi soir	15h30h-18h30 (TT 3h) possibilité d'anticiper ou de prolonger, reportage, réactivité	Infos: 17h, 18h	Journal et éventuellement capsules, sujets, CP, terrain	Tout sur l'actualité régionale. Antenne week-end, préparation matinales dimanche et lundi
Dimanche	9h – 19h (TT avec pause 8h30)	Infos : 10h, 12h, 13h, 17h, 18h.	Journal et éventuellement capsules, sujets, CP, terrain	Tout sur l'actualité régionale. Antenne week-end et préparation matinale lundi

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22**5. Poste du matinalier****a. Priorités du poste**

La priorité absolue est d'assurer des rendez-vous actu de qualité. Le matinalier a pour tâche de vendre au mieux à l'antenne tout le travail de la rédaction. Le matinalier doit impérativement comprendre tout ce qu'il dit à l'antenne et il est le dernier responsable du contenu diffusé. Si une information n'est pas claire ou qu'elle comporte une coquille, il la retravaille, la clarifie et la donne pour qu'elle soit compréhensible. Globalement, il s'agit de mettre un accent particulier sur l'écriture et la réécriture de l'information au fur et à mesure de la matinale pour éviter l'effet de redite. Une information peut arriver à plusieurs reprises, mais dans la mesure du possible, il faut la réécrire. Il s'agit aussi d'être en forme pour représenter au mieux ce qu'est RadioFr.

b. Entre 4h15 et 6h

Le matinalier doit impérativement réaliser trois étapes. Celles-ci ne sont pas forcément chronologiques et peuvent s'enchevêtrer dans l'organisation du travail du matinalier. Au final, l'essentiel est d'avoir réalisé ces trois étapes avant le premier passage à l'antenne.

1^{ère} étape : les nouvelles informations régionales

- Le matinalier vérifie toutes les sources d'informations (e-mails, ATS) depuis le départ du soiriste la veille (cf. heure du mail de liaison) ;
- si une nouvelle fribourgeoise importante est tombée, le matinalier doit être réactif : écrire une brève et – au besoin – écrire un papier pour la personne en revue de presse et/ou réaliser des sons en cas de situation exceptionnelle (p. ex. grosses inondations) ;
- il prend chaque matin les Liberté et Gruyère (mardi-jeudi-samedi) dans la boîte aux lettres de l'immeuble et/ou sur internet. Il lit attentivement le cahier région de La Liberté et de La Gruyère. Il vérifie qu'il n'y a pas une information à reprendre (seulement si elle est indispensable pour nos auditeurs), de même avec les FN en collaboration avec Radio Freiburg. Si, à la lecture des journaux, nous découvrons une information qui a été relayée par un communiqué de presse, il faut – avant de citer les journaux – vérifier si nous n'avons pas reçu ladite information à une autre adresse de la radio et notamment à radiofr@radiofr.ch. Pour ce faire, vous pouvez vous rendre à l'adresse <https://webmail.radiofr.ch>. Nom d'utilisateur: radiofr. Mot de passe : kiwi

2^e étape : contrôler la matinale préparée par l'équipe de la veille

- Le matinalier vérifie que les lancements et les brèves annoncées sur la feuille de récapitulation se trouvent bien dans Rédaction Desk, y compris les brèves et sons sport ;
- il vérifie l'ordre des sons et les change de place au besoin ;
- il vérifie que les sons, ainsi que les capsules se trouvent bien dans les Rundowns et dans les stacks en studio (Voir « Guide Octopus-Studio-MAM ») ;
- en cas d'information importante tombée durant la nuit, il faut réorganiser la matinale. En ce sens, le journaliste en matinale se doit d'assumer le rôle de chef d'édition et par conséquent, changer ce qu'il y a lieu de changer (intros-extros, nouveaux sons, ordre des sons) ;
- il lit tout ce qui a été écrit la veille par l'équipe de la rédaction, il réécrit tout ce qui doit l'être pour être certain de comprendre tout ce qu'il va dire, pour avoir des mots et des tournures qui lui correspondent, pour enlever les fautes et coquilles s'il en reste.

3^{ème} étape : compléter la matinale

- Le matinalier écrit des brèves en nombre suffisant afin de pouvoir varier les bulletins. Il écrit plusieurs versions d'une même information au besoin ;
- il écrit une série de FEX (Fribourg Express) pour les rendez-vous aux demies. Le FEX doit être composé de nouvelles régionales, nationales et internationales, mais aussi sportives ;

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22**c. Entre 6h et 9h****Les passages à l'antenne**

- Donner les infos avec du sourire et de l'énergie ;
- varier les rendez-vous (ordre des informations, brèves inédites ou différentes, insolites à varier) ;
- sauf exception, les journaux débutent avec l'information régionale : la règle de la proximité doit être respectée ;
- les journaux regroupent une petite dizaine d'informations (avec, sauf journal exceptionnel, un maximum de trois sons de 30 secondes. Précisons qu'un papier du matin ne doit pas excéder 50 secondes et qu'un intégré fait au maximum 1'30" ;
- les FEX (aux demies) sont composés de 4 à 6 nouvelles, composées de deux phrases. Pour varier avec les bulletins de 5 minutes, un FEX peut débuter avec des informations nationales, internationales ou sportives, mais la région doit conserver la priorité si son actualité est d'importance ;
- respecter les horaires (sauf lors des matinées exceptionnelles en accord avec les autres départements) ;
- pour l'aspect technique, se référer au « Guide d'utilisation technique pour la rédaction ».

Parallèlement aux passages à l'antenne

- Parallèlement aux passages antenne, il faut actualiser perpétuellement les informations en fonction des dépêches de l'ATS et des infos reçues par mail ;
- Actualiser dès que possible notre site internet avec les brèves régio qui ont été écrites par le poste d'antenne ;
- Renommer (ou « post-tager ») les podcasts du matin dans l'Intranet ;
- Rester attentif aux mails et inscrire toutes les invitations reçues dans le classeur Agenda idoine, ainsi que dans l'agenda électronique de la rédaction dans Outlook sous AgendaInfo.
- Animer la séance de débriefing entre 8h33 et 8h40, commenter les sujets diffusés et transmettre les informations que l'on peut exploiter durant la journée.

d. Entre 9h et 12h30

- Transmettre une sélection de brèves matinales pour la personne qui reprend l'antenne à 10h ;
- archiver ce qui ne doit plus être diffusé (lancements de sons ou brèves) en sélectionnant « Action » puis « archive story » dans octopus ;
- faire le ménage dans les dossiers sons dans le dossier « _FRI RCS-Octopus Snychro »
- vider les stacks ;
- lire la FOSC et signaler, voire traiter les éventuelles infos ;
- le vendredi faire de même avec la feuille des avis officiels du canton de Fribourg (désigner un collègue pour la seconde lecture) ;
- apporter un appui au journaliste qui assure la tranche de midi et ce, jusque vers 12h30. Le matinalier peut être un appui au joker, en cas de besoin ;
- ensuite partir faire une sieste bien méritée.

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22**6. Poste revue de presse et midi****a. La Revue de presse**

Cet exercice a pour but de cerner les principaux événements relatés et surtout commentés dans la presse (plus qu'une simple dépêche ATS que l'on aura diffusée la veille). On peut réaliser ce tour d'horizon rapide de nos journaux au travers des titres, des commentaires, des photos, des dessins, etc. On peut également mélanger les genres. C'est souvent au travers de cette approche que l'on aboutit à une revue de presse variée et dynamique.

Dès 5h du matin, le journaliste :

- consulte les journaux en ligne et choisit quelques informations qu'il souhaite traiter dans sa revue de presse ;
- il discute avec le journaliste sportif pour élaborer une hiérarchie dans sa revue de presse ;
- il écrit les relances pour l'animateur du matin et ou l'autre journaliste, afin qu'une discussion puisse s'installer. Il faut penser et faire penser que l'animateur n'a pas lu les journaux aussi bien que le journaliste... Cela simplifie aussi l'écriture des relances et, pour l'animateur, la manière de les donner à l'antenne (il ne faut pas lui faire dire quelque chose qu'il ne comprend pas) ;
- range les éditions du jour de La Liberté et de La Gruyère sur les supports à disposition (ne pas les laisser sur l'ordi du desk ou sur la table devant le studio 2)
- range dans le support à disposition les journaux que le secrétariat dépose (vers 8h-8h30) sur la table devant le studio 2.

b. L'info qui nous touche

Ce contenu vise à mettre en avant un seul contenu, qui comme son nom le dit, « nous » touche. Cette info peut venir de la presse du jour, mais aussi d'un magazine de Suisse ou d'ailleurs, des réseaux sociaux, etc. Il s'agit d'un coup de cœur, d'un coup de sang ou encore d'une info parfaitement incontournable qui nous touche tous. Le format est très libre. Il faut avant tout prioriser l'interaction avec l'animateur et si possible – notamment en fonction de l'aisance du journaliste et de la connivence avec l'animateur – la discussion.

c. La tranche de midi

La priorité est la présentation à l'antenne du travail de la rédaction durant cette tranche. D'une manière générale, le journaliste rédige suffisamment de brèves nationales et internationales, selon l'ATS, pour pouvoir aussi varier les bulletins de 10h à 13h. Le journaliste en charge de ce poste est un responsable d'édition. Il doit s'appuyer sur le reste de l'équipe pour qu'un sujet soit réalisé dans les temps, vérifier une info, préparer les stacks, etc. Le journaliste ne doit jamais hésiter à solliciter ses collègues pour servir l'antenne.

Préparation du journal de 12h

- Le journaliste est responsable du bon traitement, dans les temps, des sujets réceptionnés de nos correspondants à Berne et des autres stations RRR ;
- il prépare une hiérarchie. La règle reste : région, national, international ; Il peut y avoir des exceptions (surtout avec l'information nationale) ;
- il rédige les titres (au nombre de trois, possibilité de titrer sur une capsule ou le journal des sports aussi) pour le journal de 12h ;
- il entre les sons dans les stacks pour le journal de midi et coordone avec l'animateur en studio (voir Guide Octopus-Studio-MAM) ;
- il faut également rappeler à l'animateur qu'il doit ouvrir son prompteur pour faire des relances dans le journal si possible avant 11h55 pour que l'animateur ait le temps d'assimiler ses relances ;
- il s'assure que les éventuels intervenants qui doivent être en direct le soient bien grâce à l'aide de l'animateur (bien le formuler avant l'antenne).

A l'antenne

- Le but est de créer une connivence avec l'animateur en n'oubliant pas notre rôle premier de journaliste. On ne peut pas dire les mêmes choses qu'un animateur à l'antenne ;
- le journal de 12h doit être propre, une belle vitrine du travail de la radio le matin ;
- la longueur maximale des sons à 12h est de 50 secondes. Pour un papier, on peut aller jusqu'à 1'30" mais il faut y inclure une relance du journaliste qui présente le journal. Pour un intégré, maximum 2' ;

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

- lorsque l'on pratique l'interview (en studio ou par téléphone, à 12h30 avant tout), il s'agit toujours de bien écouter son interlocuteur. N'oublions pas qu'il faut être deux pour faire une bonne interview, donc on est à moitié responsable du résultat ;
- une fois par semaine, un long format de la rédaction ou des sports est diffusé le mardi à 12h30. C'est au RP-midi de lire l'intro et l'extro. Le journaliste en poste d'antenne doit s'assurer que le podcast figure ensuite sur notre site (coordonner avec la personne qui a fait le sujet pour la création d'une page sur notre site Internet) ;
- aucune autre capsule ne peut donc être diffusée les mardis en question à 12h30 ;
- idem pour les vendredis à 12h30, aucune capsule n'est diffusée puisque la place est laissée à l'émission « En sortant de l'école ». (Pas de lancement du journaliste pour ce contenu qui est en PAD)

Après 13h

- renommer (ou « post-tager ») les podcasts de 12h30 ;
- s'assurer de la mise en ligne du long format de la rédaction une fois par semaine ;
- Actualiser le planning antenne (dans Outlook);
- faire le ménage dans le dossier sons 12h et le dossier CAP dans « _FRI RCS-Octopus Snychro » ;
- laisser à la personne en poste du soir une sélection de brèves pour 14h ;
- Faire du nettoyage dans Octopus en archivant ce qui ne doit plus être diffusé (des lancements de sons/de capsules ou des brèves) ;
- Vider les stacks de 12h et 12h30
- vérifier que la feuille de récapitulation a été complétée avec les éléments nouveaux
- partir profiter du reste de sa journée.

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

7. Poste du soiriste

a. Préparation

- Comme le matin et à midi, le journaliste en charge de ce poste est un responsable d'édition ;
- Dès le mail de liaison du joker (mi-journée), il est chargé de suivre les mails de manière assidue et réactive. En fonction de la nature des informations reçues, il les classe (invitations par exemple) ou alors il les traite et les décline en sons ;
- il rédige suffisamment de brèves nationales et internationales, selon l'ats, pour pouvoir aussi varier les bulletins de 14h à 19h ;
- le journaliste est également responsable du bon traitement, dans les temps, des sujets réceptionnés de nos correspondants à Berne et des autres stations RRR ;
- pour le 17h et le 18h, il prépare une hiérarchie, entre les sons dans les stacks et coordonne avec l'animateur pour qu'il les insère dans Zetta (voir Guide Octopus-Studio-MAM) ;
- il vérifie la hiérarchie du journal selon la règle : région, national, international. Il peut y avoir des exceptions (surtout avec l'information nationale) ;
- il rédige les titres (au nombre de trois) pour les journaux de 17h et de 18h ;
- il rappelle à l'animateur d'ouvrir son prompteur pour qu'il puisse faire des relances dans les journaux de 17h et de 18h ;
- il s'assure que les éventuels intervenants qui doivent être en direct le soient bien grâce à l'aide de l'animateur (bien coordonner en amont) ;

b. A l'antenne

- assurer la bonne présentation à l'antenne du travail de rédaction durant la journée écoulée ;
- les journaux de 17h et de 18h sont la vitrine du travail de la rédaction. Il s'agit donc d'être particulièrement concentré et très propre (comme tout ce que l'on fait à l'antenne) ;
- les journaux regroupent une petite dizaine d'informations (avec des sons de 30 secondes au maximum). Précisons qu'un papier à 17h ou 18h ne doit pas excéder 50 secondes et qu'un intégré fait au maximum 1'30".

c. Après 19h

- couvrir une assemblée ou un événement avec la réalisation (ou non) d'un sujet pour le lendemain en fonction de l'actualité ;
- finaliser les sujets de Berne ou des RRR pour les éditions du lendemain ;
- préparer méticuleusement les éditions du matin en entrant les sons dans les Rundowns et dans les stack (voir Guide Octopus) ;
- pour les éditions du matin, il faut prévoir des sons de 30 " max à 7h et à 8h. Si l'un des sons est un papier (max 50") ou un intégré (1'30"), alors il n'y aura la place plus que pour un autre son, voir aucun autre son, à l'édition où le papier/l'intégré est prévu, sauf matinale/actu exceptionnelle ;
- archiver les brèves nationales et internationales dans Octopus en faisant « Action », puis « Archive story » ;
- vérifier que la feuille de récapitulation a été complétée avec les éléments nouveaux et s'assurer que toutes les brèves et intros se trouvent dans Redaction Desk et dans les Rundowns correspondants.

d. Clôture du poste

- Depuis le départ du joker et jusqu'à son propre départ de la rédaction, il est chargé d'agender tous les rendez-vous parvenus à la rédaction dans le classeur Agenda idoine, ainsi que dans l'agenda électronique de la rédaction AgendaInfo ;
- il ouvre et trie le courrier qui se trouverait encore dans le bac rédaction, dans la bibliothèque qui sépare la rédaction de la newsroom ;
- il vide le dossier sons 17h et 18h dans « _FRI RCS-Octopus Snychro » et dans les stacks ;
- il actualise le planning antenne dans Outlook ;
- avant de partir, il jette un dernier coup d'œil à l'ATS, aux mails ainsi que sur les pages des médias fribourgeois, histoire de ne pas louper une information de dernière minute ;
- il rédige un mail de liaison pour le matinalier et le joker du lendemain avec copie à info@radiofr.ch;

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

- il éteint son ordinateur, son téléphone et s'assure que toute la rédaction soit déloguée de son téléphone. C'est important de le faire pour que le répondeur soit activé.

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

8. Poste de joker

Le joker est un poste de jour.

Le joker a plusieurs rôles importants :

- Il est au courant de qui fait quoi au cours de la journée et de ce qui sera probablement diffusé, en termes d'actualités et d'éclairages pour le jour-même et le lendemain (décisions prises lors de la séance de rédaction du matin);
- au cours de la matinée (jusqu'au mail de liaison de la mi-journée), il est chargé de suivre les mails de manière assidue et réactive. En fonction de la nature des informations reçues, il les classe (invitations par exemple) ou alors il les traite et les décline en sons (communiqués intéressants, autres sujets), soit immédiatement, soit en fixant un rendez-vous en cours d'après-midi.
- si trop d'informations arrivent à la rédaction, le joker peut alors demander à un journaliste en poste de jour de se mettre sur un dossier. Cette décision est en principe prise d'entente avec le rédacteur en chef ;
- il peut être amené à sortir en fin de journée ou à remplacer le poste du soir pour assurer une sortie ;
- à la mi-journée, il envoie un mail de liaison au soiriste avec une copie à @info, avec l'information « qui fait quoi », l'actu à attendre et les capsules qui sont prévues pour le lendemain.

9. Poste de jour

Les journalistes en poste de jour réalisent des sujets, des capsules et apportent leur soutien aux postes d'antenne. Ils assurent la mise en ligne de leurs sujets, d'une part sur le site internet de la radio, mais également sur Facebook (d'entente avec la cellule numérique).

En cas de débat ou du Tag de l'info, c'est à la personne qui l'a réalisé de le mettre sur notre site internet.

S'ils réalisent des capsules diffusées le lendemain, il faut les enregistrer dans _FRI RCS-Octopus Snychro et créer une story dans Octopus avec le lancement, qui doit également être glissé dans le Rundown correspondant. S'ils réalisent des capsules pour diffusion ultérieure, il faut les enregistrer sous « sujets PAD ». C'est ensuite à la personne à l'antenne de déplacer la capsule et le lancement pour les glisser dans _FRI RCS-Octopus Snychro et dans Octopus.

10. Poste RT1

Ce poste est un poste de jour. Le RT1 a la mission d'assurer le Tag de l'info le mardi entre 12h30 et 12h45. Ce contenu, qui se produit d'entente et conjointement avec les sports, vise à mettre un point fort sur une actualité, sans forcément qu'elle soit brûlante. Il peut prendre la forme d'un invité en direct ou enregistré, d'un débat, de deux capsules liées, d'un reportage ou d'une enquête.

11. Postes du week-end

a. Priorités du poste

La priorité absolue est la présentation des bulletins d'infos aux heures précitées. En aucun cas, il ne faut mettre en péril ces rendez-vous antenne qui doivent être propres, conduits avec de l'énergie. Le journaliste en poste est donc chef d'édition et responsable de ses choix. Il peut toujours se faire aider en cas de doute, notamment en appelant la rédaction en chef. Il peut également demander de l'aide si une actualité particulière venait à se passer (faits divers).

b. Préparation avant l'antenne

1^{ère} étape : les nouvelles informations régionales

- Le journaliste, à son arrivée, vérifie toutes les sources d'informations (e-mails, ATS) depuis le départ du précédent journaliste. (cf. heure du mail de liaison) ;

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

- si une nouvelle fribourgeoise importante est tombée, il doit être réactif : écrire une brève et au besoin réaliser des sons;
- le samedi matin, le journaliste va chercher la presse régionale dans la boîte à lait de la radio, juste devant l'entrée principale. Il lit attentivement le cahier région de La Liberté et de La Gruyère. Il vérifie qu'il n'y a pas une information à reprendre (seulement si elle est indispensable pour nos auditeurs), de même avec les FN en collaboration avec Radio Freiburg. Si, à la lecture des journaux, nous découvrons une information qui a été relayée par un communiqué de presse, il faut – avant de citer les journaux – vérifier si nous n'avons pas reçu ladite information à une autre adresse de la radio et notamment à radiofr@radiofr.ch. Pour ce faire, vous pouvez vous rendre à l'adresse <https://webmail.radiofr.ch>. Nom d'utilisateur: radiofr. Mot de passe : kiwi ;

2^e étape : prendre connaissance de travail réalisé par l'équipe de la veille

- Il vérifie que les lancements et les brèves annoncées sur la feuille de récapitulation se trouvent bien dans Rédaction Desk, y compris les brèves et sons sport;
- il vérifie l'ordre des sons et les change de place au besoin ;
- il vérifie que les sons, ainsi que les capsules se trouvent bien dans les Rundowns et dans les stacks en studio (Voir « Guide Octopus-Studio-MAM ») ;
- en cas d'information importante qui arrive, il faut réorganiser le journal. En ce sens, le journaliste en matinale se doit d'assumer le rôle de chef d'édition et par conséquent, changer ce qu'il y a lieu de changer (intros-extros, nouveaux sons, ordre des sons) ;
- il lit tout ce qui a été écrit la veille par des collègues, il réécrit tout ce qui doit l'être pour être certain de comprendre tout ce qu'il va dire, pour avoir des mots et des tournures qui lui correspondent, pour enlever les fautes et coquilles s'il en reste;
- Etre très attentif (surtout le dimanche matin 10h) à l'actualité sportive qui doit être transmise par le département des sports avec des sons (sauf en été et à Noël) ;

3^{ème} étape : écrire son journal

- Il écrit des brèves en nombre suffisant afin de pouvoir varier les bulletins. Il écrit plusieurs versions d'une même information au besoin ;
- il compose des flashes de 6 à 8 brèves ;
- il compose des journaux d'une dizaine d'infos (avec des sons de 30" au maximum). Ces journaux peuvent aussi devenir des flashes lorsque l'actu est maigre ;
- en général, les bulletins sont ouverts avec des infos régionales ou sportives, mais aussi nationales.

c. Les passages à l'antenne

- Donner les infos avec du sourire (pas quand on parle de morts...) et de l'énergie ;
- varier les rendez-vous (ordre des informations, brèves inédites ou différentes, insolites à varier) ;
- respecter les horaires (sauf lors des matinées exceptionnelles en accord avec les autres départements) ;
- être particulièrement attentif le soir à 17h et 18h lorsqu'on doit réaliser son bulletin en « self ». Etre peu avant dans les studios, histoire de bien avoir en tête la démarche technique (voir « Guide d'utilisation technique pour la rédaction ») et penser à préparer une météo en amont;

d. Réalisation de sujets

Chaque week-end, il y a des sujets d'actu à réaliser pour le lundi ou pour diffusion immédiate. Dans la mesure du possible, c'est un autre journaliste que celui en charge de l'antenne qui réalise des reportages ou des sujets qui demandent de sortir de la radio. Mais si ce n'est pas possible, la sortie du journaliste doit être coordonnée avec les bulletins d'informations. Les meilleurs moments pour sortir le week-end sont le samedi et le dimanche dès 13h30. Cela est généralement organisé par le rédacteur en chef ou son adjoint (ou un autre journaliste RP).

VADEMECUM REDACTION

Date dernière mise à jour: 15.10.2021

D-PROG-01-22

e. Administration de la journée

- Le journaliste, durant le temps de sa présence à la radio, se doit d'imprimer et d'agender toutes les invitations (par tous les canaux : mails, courrier, etc.) dans les classeurs Agenda idoine, ainsi que dans l'agenda électronique de la rédaction : AgendaInfo dans Outlook ;
- il insère les brèves régio qui ont été écrites par le poste d'antenne sur notre site Internet ;
- il actualise le planning antenne dans Outlook ;
- Il publie 1-2 news régionales sur Facebook (voir document « bonnes pratiques réseaux sociaux »)

f. Préparation pour le lendemain

- Il prépare les éditions du lendemain en complétant les Rundowns et les stories dans Octopus, ainsi qu'en remplissant les Stacks dans le studio ;
- il complète la feuille de récapitulation;
- il enregistre les brèves nationales et internationales en les archivant dans octopus, avec la manipulation « action », puis « Archive story » ;
- il vide le dossier des sons qui ont été diffusés dans « _FRI RCS-Octopus Snychro » et dans les stacks ;
- avant de partir, il jette un dernier coup d'œil à l'ATS, aux mails ainsi que sur les pages des médias fribourgeois, histoire de ne pas louper une information de dernière minute ;
- il rédige un mail de liaison pour le matinalier avec copie à info@radiofr.ch;
- il éteint son ordinateur, son téléphone et s'assure que toute la rédaction soit déloguée de son téléphone. C'est important de le faire pour que le répondeur soit activé.

CAHIER DES CHARGES REDACTION

Date dernière mise à jour: 02.03.21

D-PROG-05-03

Cahier des charges du directeur des programmes

1. Mission générale

Le directeur des programmes assure une antenne de qualité et un excellent équilibre entre les plages d'information, de sport, d'animation, de publicité et de musique afin d'avoir une couleur antenne la plus cohérente possible et adaptée au marché et au public de Radio Fribourg.

Le directeur des programmes doit assurer une excellente coordination entre la rédaction, la rédaction sportive, l'animation, la cellule numérique, la régie publicitaire, le département event et marketing afin d'améliorer la qualité antenne.

2. Mission de direction

- Participer à la stratégie de la radio et la décliner en stratégie d'antenne
- Elaborer et adapter la grille des programmes
- Analyser les audiences et prendre des mesures en conséquence
- Représenter la radio vis-à-vis du public
- Garantir la coordination entre les différents secteurs amenés à œuvrer avec l'antenne, principalement la rédaction, l'animation, les sports et le marketing.
- Diriger les responsables de départements (rédaction, animation, cellule numérique)
- Poursuivre la collaboration avec Radio Freiburg et Frapp

3. Devoirs principaux

- Organiser le concept général de l'antenne
- S'assurer que la coordination antenne suive le concept général
- Assurer la qualité du contenu à l'antenne
- Planifier l'organisation de grands événements
- Gérer le comité des programmes
- Mener les entretiens annuels avec les responsables de l'animation, de la rédaction, de la cellule numérique.

CAHIER DES CHARGES REDACTION

Date dernière mise à jour: 02.03.21

D-PROG-05-03

Cahier des charges du rédacteur en chef

1. Mission générale

Le rédacteur en chef assure l'organisation d'un programme d'information élaboré et de bonne qualité. Cette information s'adapte au marché et au public de Radio Fribourg. Le rédacteur en chef doit garantir le bon fonctionnement de la rédaction.

2. Mission de direction

- Elaborer la ligne rédactionnelle et contrôler son application
- Représenter la rédaction vis-à-vis du public
- Assurer la formation et la formation continue des membres de la rédaction
- Garantir la coordination à l'intérieur du département
- Diriger les membres de la rédaction
- S'assurer de la relève au sein de la rédaction
- Participer à la stratégie de la radio
- Poursuivre la collaboration avec Radio Freiburg et Frapp

3. Devoirs principaux

- Organiser le concept général de l'information
- Définir les points forts de l'actualité et planifier leur traitement
- Assurer la qualité du contenu rédactionnel
- Apporter une contribution rédactionnelle sous toutes ses formes
- Assurer un suivi de qualité du travail de la rédaction (débriefing, réécoute)
- Assurer la formation de pigistes et stagiaires, mais également des journalistes RP
- Elaborer le budget de la rédaction
- Assurer la politique du personnel de la rédaction
- Définir le concept des sports en collaboration avec le chef des sports
- Assurer l'organisation générale de la rédaction (séances, plan de travail, click'n'manage, note de frais et honoraires, etc.)
- Mener les entretiens annuels avec les membres de la rédaction et le responsable de la rédaction sportive.

CAHIER DES CHARGES REDACTION

Date dernière mise à jour: 02.03.21

D-PROG-05-03

Cahier des charges du rédacteur en chef adjoint

1. Mission générale

Le rédacteur en chef adjoint est journaliste pour son antenne et accomplit les tâches d'un rédacteur RP suivant son poste de travail.

Il est également responsable de la rédaction en l'absence du rédacteur en chef. Il est son suppléant. En conséquence, il a pleine autorité pour prendre les décisions opérationnelles impliquant la rédaction.

2. Tâches principales

- Avoir une oreille particulièrement attentive sur le traitement de l'actualité par la rédaction et sur les pistes d'amélioration du travail de la rédaction
- Gérer les vacances des membres de la rédaction
- Gérer les plans de travail des membres de la rédaction
- Gérer les notes de frais des membres de la rédaction et honoraires des pigistes
- Gérer la mise à jour du Vademecum et autres procédures de la rédaction
- Assurer un suivi de qualité du travail de la rédaction (débriefing, réécoute)
- Assurer la formation des stagiaires et des pigistes, mais aussi des journalistes RP
- Les rédacteurs en chef adjoints et le rédacteur en chef se partagent les tâches administratives suivantes : élaboration de l'agenda hebdomadaire, animation de la séance matinale, animation des séances d'équipe et rédaction d'un PV à adresser à tout le monde par e-mail
- Collaborer avec Radio Freiburg et Frapp.

CAHIER DES CHARGES REDACTION

Date dernière mise à jour: 02.03.21

D-PROG-05-03

Cahier des charges du journaliste

1. Mission générale

Le journaliste recherche, rédige et diffuse des sujets journalistiques, qui correspondent à la ligne et à la charte rédactionnelle, sous la responsabilité de la rédaction en chef.

2. Devoirs principaux

- Rechercher l'information, principalement sur des thèmes régionaux
- Couvrir les conférences de presse agendées, selon la planification quotidienne
- Traiter journalistiquement les communiqués de presse et autres communications
- Appliquer toutes les formes de journalisme radio
- Mener et alimenter les discussions
- Présenter les émissions d'informations à l'antenne
- Prendre part aux séances du Grand Conseil et des différents tribunaux
- Prendre part aux séances de rédaction et aux séances stratégiques
- Participer à la mise en œuvre de gros événements
- Participer à la formation des stagiaires, des pigistes et des journalistes RP
- Mener ponctuellement des séances rédaction du matin ou des tâches de coordination de la rédaction, sur demande de la rédaction chef
- Collaborer avec Radio Freiburg et Frapp.

CAHIER DES CHARGES REDACTION

Date dernière mise à jour: 02.03.21

D-PROG-05-03

Cahier des charges du journaliste stagiaire

1. Mission générale

Le journaliste stagiaire apprend le métier de journaliste. Il recherche, rédige et diffuse des sujets journalistiques, qui correspondent à la ligne et à la charte rédactionnelle, sous la responsabilité de son maître de stage, et plus largement des journalistes RP et de la rédaction en chef.

2. Devoirs principaux

- Rechercher l'information
- Couvrir les conférences de presse agendées, selon la planification quotidienne
- Traiter journalistiquement les communiqués de presse et autres communications
- Appliquer toutes les formes de journalisme radio
- Présenter toutes les émissions d'informations à l'antenne
- Développer et encourager les compétences journalistiques personnelles
- Participer aux cours de formation
- Prendre part aux séances du Grand Conseil et des différents tribunaux
- Prendre part aux séances de rédaction et aux séances stratégiques
- Participer à la mise en œuvre de gros événements
- Collaborer avec Radio Freiburg et Frapp.

CAHIER DES CHARGES REDACTION

Date dernière mise à jour: 02.03.21

D-PROG-05-03

Cahier des charges du journaliste pigiste

1. Mission générale

Le journaliste pigiste apprend les notions de base du métier de journaliste. Il travaille essentiellement le week-end et recherche, rédige et diffuse des sujets journalistiques, qui correspondent à la ligne et à la charte rédactionnelle. Sa formation est de la responsabilité de la rédaction en chef et plus largement des journalistes RP.

3. Devoirs principaux

- Rechercher l'information
- Présenter les bulletins d'informations à l'antenne
- Traiter journalistiquement les communiqués de presse et autres communications
- Réaliser des reportages et autres sujets d'actualité
- Couvrir les conférences de presse agendées, selon la planification quotidienne
- Collaborer avec Radio Freiburg et Frapp.

DESCRIPTION DE POSTE DU RSM (RESPONSABLE SYSTEME DE MANAGEMENT)

Date dernière mise à jour: 15/02/2011

1. PREAMBULE

La définition de la notion de gestion de la qualité est souvent celle-ci :

« L'ensemble des techniques d'organisation qui concourent à l'obtention d'une conformité à un standard dans le pilotage de la production de biens ou de services. »

Dans le cas de RadioFr., il s'agit de la production et de la diffusion d'émission radiophoniques. Le management de la qualité est donc l'activité qui permet de suivre l'évolution du travail et surtout de faire évoluer nos productions au plus proche des standards des métiers de radio et des obligations de RadioFr. envers l'OFCOM et ses autres partenaires, le plus proche de la stratégie de l'entreprise.

Le responsable qualité (RSM) de RadioFr. est donc la cheville ouvrière de ce processus. Il en est aussi le garant, mais ce n'est qu'en faisant appliquer les systèmes définis par le management de qualité à l'ensemble des collaborateurs et à l'ensemble des produits que ce contrôle de qualité devient effectif.

Le RSM a donc des droits et des devoirs.

2. DROITS ET DEVOIRS DU RSM

Le RSM fait partie ou dépend directement de la Direction. Il lui rend ses rapports, lui fait ses observations et la rend attentive à la bonne marche des processus mis en place pour le contrôle de qualité. Même s'il occupe d'autres fonctions dans la chaîne, il doit se sentir libre de pouvoir exprimer ses opinions et ses remarques. Il ne doit, dans ce cadre, subir aucune pression des responsables de programme ou de la hiérarchie de l'entreprise, y compris le conseil d'administration. Il est par ailleurs tenu par un devoir de réserve par rapport aux autres collaborateurs sur les rapports qui lui sont rendu par les auditeurs internes ou les RDPT (responsables départements). Il est constamment sensibilisé à la stratégie de l'entreprise et à l'écoute des demandes de la direction et des collaborateurs.

Le RSM n'a pas de fonction de contrôles directs sur les produits. Il met en place le cadre général et les processus précis qui permettent aux différents responsables des émissions d'assurer ces contrôles de qualité. Le RSM s'assure enfin que ces contrôles sont effectués selon les règles définies et rapporte à la direction.

Ses mission tendent toutes à :

1. Veiller au respect des processus.
2. Garantir la qualité des produits
3. Accroître la satisfaction des auditeurs et clients

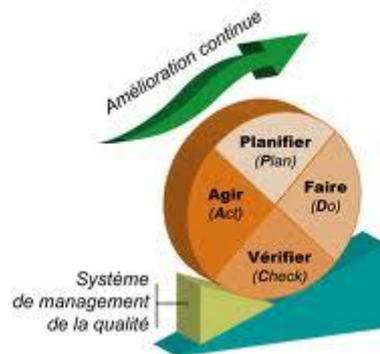
DESCRIPTION DE POSTE DU RSM (RESPONSABLE SYSTEME DE MANAGEMENT)

Date dernière mise à jour: 15/02/2011

Le management de qualité va au-delà du simple contrôle de conformité, a posteriori, puisqu'il s'agit aussi de :

1. Planifier : établir les processus nécessaires pour obtenir la qualité désirée.
2. Faire : Mettre en œuvre tout ce qui doit être fait pour garantir, a priori, la satisfaction des exigences des auditeurs et la satisfaction des besoins de l'entreprise.
3. Vérifier : surveiller et évaluer le contrôle de qualité ainsi que proposer des actions à entreprendre pour résorber les éventuels écarts constatés.
4. Corriger : aider à la mise en place des actions pour corriger les écarts ainsi qu'améliorer, de manière continue, les processus établis.

Ces quatre points se retrouvent dans la roue de Deming qui est une illustration de la méthode de gestion de la qualité PDCA (Plan-Do-Check-Act). Une méthode en quatre étapes, chacune entraînant l'autre, pour créer un cercle vertueux. **Planifier** : préparer, planifier. **Développer** : réaliser, mettre en œuvre. **Contrôler** : vérifier. **Agir** : ajouter, réagir.



Pour mener à bien sa tâche, le RSM doit donc avoir accès à tous les RDPT. Il fixe, en accord avec la direction et le comité qualité les objectifs qualité et les processus de contrôle. Il rend des rapports réguliers et propose le cas échéant des améliorations.

Enfin, le RSMe est également à l'écoute des observations des auditeurs (feedbacks externes) qu'il rapporte régulièrement à la direction et au comité qualité.

3. CONCLUSION

Le RSM doit travailler en étroite collaboration avec la direction tout en ayant une distance critique et une liberté d'expression. Il travaille de concert avec, le comité qualité, les RDPT et entretient un lien de confiance avec l'ensemble des collaborateurs. Il est attentif et rigoureux dans son travail, régulier dans ses rapports, il est le garant de l'application des processus. Il est à l'écoute des auditeurs et des clients et il a un devoir de réserve et de confidentialité sur son travail.

Etabli à Fribourg, le 15 février 2011

Markus Baumer

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

PROCES-VERBAL DE LA REVUE DE DIRECTION DU 10 MAI 2022

0. Table des matières

1. Introduction Enregistrement des présents (quorum de 50% requis),	page 2
2. Bilan qualité de l'année écoulée	page 2
2.1. Comparaison objectifs qualité / résultats	
2.2. Commentaires sur les principaux indicateurs et données relatifs à :	
2.2.1. Ressources humaines (y compris évaluation annuelle et satisfaction)	
2.2.2. Processus (y compris non conformités, innovation et création contenus)	
2.2.3. Audience (données qualitatives, quantitatives, réclamations)	
2.2.4. Parties prenantes (fournisseurs, OFCOM, partenaires, société civile, médiateur)	
2.2.5. Résultats financiers	
2.3. Résultats des audits internes et externes	page 9
2.3.1. Conformité aux normes et à la régulation	
2.3.2. Conformité aux règles internes	
2.3.3. Efficience des processus	
2.3.4. Efficience du système qualité	
2.4. Commentaires sur les projets d'amélioration et leur suivi	page 10
2.4.1. Provenant des revues de direction précédentes	
2.4.2. Provenant des ACP décidées depuis la dernière revue de direction	
2.5. Bilan sur la communication interne et externe des actions qualité réalisées	
2.6. Bilan/ commentaires sur les changements organisationnels éventuels	page 12
3. Planification de la qualité pour l'année à venir	page 13
3.1. Nouveaux objectifs qualité et projets d'amélioration	
3.1.1. Objectifs de performance chiffrés	
3.1.2. Mise à jour éventuelle de la politique qualité	
3.2. Projets d'amélioration (quoi, qui, quand, budget, etc.)	
3.2.1. Ressources humaines (y compris formation)	
3.2.2. Processus	
3.2.3. Innovation au niveau des programmes	
3.2.4. Audience	
3.2.5. Annonceurs	
3.2.6. Autres parties prenantes (fournisseurs, OFCOM, partenaires, médiateur)	
3.2.7. Investissements sociaux	
3.3. Planning annuel des audits internes et information sur les audits externes	page 16
3.4. Mise à jour de la matrice des risques	
3.5. Planification de la communication interne et externe des actions qualité à venir	
3.6. Changements organisationnels prévus	page 17

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

1. Introduction

Présents : MB, TS, PM, MDH, THB, JM, SN

Excusés : JPG

Rapporteur : MB/sn (RSM)

Le rapport de qualité No12 du RSM est passé sous revue, point par point, commenté et approuvé avec quelques modifications. Il se base sur l'ensemble des documents (liste exhaustive D-DIR-01-01), enregistrements et événements de la période écoulée. Il s'agit d'une synthèse, qui met l'accent sur l'essentiel et propose les objectifs à atteindre et les améliorations à apporter en termes de qualité pour l'année à venir. Les données détaillées sont disponibles sur demande auprès du responsable qualité (RSM).

2. Bilan de l'année écoulée

Le système qualité a été introduit en janvier 2011. Ce rapport évalue pour la onzième fois une période annuelle complète.

2.1. Comparaison objectifs qualité / résultats

RadioFr. a été certifiée ISAS BCP 9001 : 2010 pour l'ensemble de ses activités en 2011. Sa certification a été renouvelée une première fois en juin 2014, avec une validité jusqu'au 31 mai 2017.

RadioFr. a obtenu un troisième renouvellement de certification en mai 2020. L'audit externe a confirmé que le système de management est conforme aux exigences du référentiel, qu'il est documenté et effectivement mis en œuvre. Cette certification est valable du 1^{er} juillet 2020 au 31 mai 2023, conformément à la nouvelle norme **ISAS MEDIA 9001 : 2016**. Le premier audit de surveillance de ce 3^e renouvellement a été réalisé le 2 juin 2021 et n'a laissé apparaître aucune déviation majeure ou mineure au système de management.

RadioFr. subira un nouvel audit de surveillance le 22 juin 2022.

2.2. Commentaires sur les principaux indicateurs et données relatifs à :

2.2.1. Ressources humaines (y compris évaluation annuelle et satisfaction)

Les entretiens annuels 2021 ont été effectués avec l'ensemble des 53 (58) collaborateurs fixes (41.6 EPT), le délai de remise des documents ayant été fixé au 20 octobre 2021. Par rapport aux cinq critères « poste occupé », « ambiance », « relation avec son supérieur », « informations reçues » et « formation » figurant dans la partie « Appréciation Générale », le taux des collaborateurs enthousiastes est de **72 %**, soit le même taux qu'en 2020. 24% ont coché la case « moyen » et 4% sont indifférents. Les critères jugés plus faibles sont en premier « la formation dans l'entreprise », puis « la communication interne ». Les points forts restent comme en 2020 d'abord « les relations avec le responsable » puis « l'ambiance de travail » et enfin « le poste occupé ». Le formulaire pour les entretiens annuels (D-HR-02-03) permet aussi de juger la satisfaction des collaborateurs selon 13 critères plus précis. Par exemple, concernant le critère « encadrement et organisation du travail », **9.25%** (17.85%) des collaboratrices et collaborateurs sont « vraiment très satisfaits », **33.3 %** (39.30%) sont « très satisfaits », **40.85%** (30.35%) sont « satisfaits », **12.9%** (12.5%) ne sont « pas satisfaits » et **3.7%** (0%) ne sont « pas du tout satisfaits ».

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

*Par rapport à l'année 2020, on note une légère baisse de la **satisfaction globale** (ensemble des 13 critères) des collaborateurs. Le taux des personnes « très satisfaites » et « vraiment très satisfaites » est de 50%, (-2%), tandis que le groupe des employés satisfaits se situe à 36% (-1%). Avec un taux de 14%, les collaborateurs « pas du tout satisfaits » ou pas « pas satisfaits » en 2021 sont plus nombreux qu'en 2020 (+2.6%). Nous pensons que le stress lié à la pandémie est un facteur déterminant de la baisse de satisfaction de nos collaboratrices et collaborateurs. L'insatisfaction liée à « la charge et au volume de travail » est à mettre en rapport avec l'absentéisme dû à la maladie, mais aussi à un problème structurel de l'antenne alémanique. La surcharge de travail induite auprès du département technique par le développement de Frapp a également ralenti la prise en charge des problèmes rencontrés par les collaborateurs au niveau des logiciels et autres outils de travail.*

*En 2021, le turnover a diminué à **9.82%** contre 12.90% en 2020. Il y a eu **6 arrivées** (Technique : 1 ; Moderation : 2 ; Redaktion : 3) et **5 départs** (Moderation : 2 ; Redaktion : 3). Nous retrouvons avec satisfaction un turn-over situé en dessous de notre cible de 10% malgré une deuxième année bousculée par une crise sanitaire et économique sans précédent.*

2.2.2. Processus (y compris non conformités, innovation et création contenus)

Dans le cadre des audits internes N° 1 à 8 réalisés après le troisième renouvellement de certification, aucune non-conformité majeure ou mineure n'a été décelée.

Durant l'année 2021, les adaptations/améliorations suivantes ont été apportées au logiciel intranet Click-n-Manage, version 1.9.1. Cette nouvelle version intègre les correctifs suivants :

- Amélioration des procédures dupliquées (liens parent/enfant)
- Amélioration du module Click-N-Train (liens aux qualifications)
- Amélioration du moteur de recherche dans le site publié
- Ajout de traductions, diverses corrections mineures.

2.2.3. Audience (données quantitatives, qualitatives et réclamations)

Nous présentons ci-dessous un comparatif entre le 2e semestre 2020 et son équivalent de l'année précédente.

RadioFr.-Fribourg :

CH, lu-ve : 80'900 auditeurs / moyenne quotidienne à la fin décembre 2021 contre **82'700** auditeurs / moyenne quotidienne à la fin décembre 2020, pour une durée moyenne d'écoute de **60** minutes par jour fin 2021 dans sa zone de concession, comme en 2020.

RadioFr.-Freiburg :

CH, Mo-Fr: 17'300 auditeurs / moyenne quotidienne à la fin décembre 2021 contre **21'100** auditeurs / moyenne quotidienne à la fin décembre 2020 (soit une baisse de 18%), pour une durée moyenne d'écoute de près de **45** minutes par jours à fin décembre 2021 contre **52** minutes à fin juin, dans sa zone de concession.

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

Au regard des chiffres ci-dessus, il s'avère que l'antenne francophone est stable, avec une légère baisse de 2% de son audience en une année, semblable à l'ensemble du média radio en général. Par contre, elle augmente sa part de marché dans sa zone de concession en 2021 (16.5% contre 15.6% en 2020), ce qui est réjouissant.

De son côté, l'antenne germanophone accuse une baisse de 18% qui n'est pas uniquement due à la pandémie et/ou à la baisse globale de l'écoute du média radio traditionnel. Comme il s'agit d'une tendance négative observée au programme alémanique sur plusieurs semestres, un expert externe a été mandaté pour apporter des améliorations dans le cadre d'un Relaunch complet du programme.

*Conformément à la procédure P-PROG-06, **le comité des programmes francophones** s'est réuni une première fois en octobre 2021 pour comparer l'évolution des taux d'audience fournis par Mediapulse au cours des deux semestres 2020 et du 1^{er} semestre 2021. Il a tenu une deuxième séance le 2 mars 2022 pour comparer le 2^e semestre 2021 au 2^e semestre 2020. Les observations suivantes ont été faites lors du dernier comité : Radio Fribourg a gagné des auditeurs dans sa zone de concession et a augmenté ses parts de marché en Suisse et à Fribourg. A surveiller : la baisse répétée du nombre d'auditeurs et des parts de marché entre 17h et 18h. Au vu de ces résultats, il n'y a pas d'urgence ni de nécessité de procéder à un changement de grille. Quelques modifications seront réalisées pour la rentrée de septembre 2022, en fonction des retours de l'auditeur-mystère mandaté pour écouter et analyser le contenu de l'antenne francophone.*

***Le comité des programmes alémaniques** s'est réuni le 9 février 2022, suite à la parution des chiffres du deuxième trimestre 2021 par Mediapulse et a pris acte de la baisse d'audience de l'antenne Freiburg. Au vu de la tendance négative observée, le Directeur des programmes et la Direction générale, ont pris les mesures nécessaires pour comprendre les raisons de ces baisses successives. Un expert externe a été mandaté pour évaluer la qualité du programme et son organisation. En janvier 2022, il a rendu son rapport avec des pistes d'amélioration qui seront suivies au printemps par des ateliers participatifs. L'objectif est d'aboutir à un nouveau programme (Relaunch) pour la rentrée de septembre 2022.*

*Parallèlement aux mesures radio de **Mediapulse**, il convient de tenir compte des résultats de la radio sur **le web et les réseaux sociaux**. Selon le département marketing, la tendance est en légère hausse par rapport à 2020 pour la présence de RadioFr.-Fribourg sur Facebook : +2 %, avec 26'829 abonnés au 31 décembre 2021. Même constat pour Instagram, avec 5.6 % d'augmentation pour atteindre 11'863 abonnés. Stabilité pour la page Facebook de RadioFr.-Freiburg qui totalise 7'812 abonnés au 31 décembre 2021, soit 1 % d'augmentation par rapport à 2020 et 7.3 % d'augmentation sur Instagram en 2021, avec 3'984 abonnés.*

En ce qui concerne le site internet de RadioFr. il totalisait, en 2020, 4'000 visiteurs uniques par jour. Depuis le lancement de Frapp.ch, nous accueillons en moyenne 16'000 visiteurs uniques par jours sur nos médias numériques (15'000 pour Frapp et 1'000 pour RadioFr.). RadioFr. a donc quadruplé son audience numérique en deux ans puisque tout le contenu radio se trouve désormais sur Frapp.ch.

Données qualitatives :

*Sur **99** (102) feedbacks externes enregistrés durant la période sous revue (2^e trimestre 2020 – 1^{er} trimestre 2021), **59.6%** (66.7%) concernent RadioFr.-Fribourg et **40.4%** (33.3%) RadioFr.-Freiburg. Le RSM a*

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

demandé aux responsables de la Cellule web de lui transmettre tous les feedbacks qualitatifs envoyés sur les réseaux sociaux de la marque RadioFr. (17 au total). Pour l'instant, ces feed-backs ne sont pas comptabilisés dans les données utilisées dans ce rapport.

Pour l'antenne francophone **62.7%** (63.2%) sont positifs, dont **45%** concernent l'animation (51.2%), **20%** l'info/sport (9.3%), **15.5%** (16.3%) la radio en général, **10.5%** (16.3%), la musique, et **9%** (2.2%) les jeux. Les points négatifs concernent d'abord l'info/sport **50%** (16%), le web/net **15%** (8%), la musique **20.25%** (40%) et l'animation **10.5%** (24%), et enfin la radio en général **4.25%** (4.5%).

Pour l'antenne germanophone, les remarques sont à **60%** (55.9%) positives, dont **37.25%** (26.3%) concernent la musique et **35.25%** (42.1%) les infos/sports, **15.5%** (21%) la radio en générale, **10.25%** l'animation (5.3%) et **1.75%** le web/net (5.3%). Les points négatifs concernent d'abord les infos/sport à **49.75%** (20%), puis le web/net à **27.5%** (13.5%), la musique **14.5%** (26.7%), puis la radio en général **8.25%** (6.7%).

Sur la base de ces feedbacks externes, nous notons une inadéquation entre la baisse des taux d'audience (donnée quantitative) des programmes de Radio Fribourg et Freiburg et la diminution des retours négatifs des auditeurs (donnée qualitative).

Au niveau des études qualitatives, **Publicom SA** a publié en novembre 2021 son étude Intermédia sur l'usage et le positionnement qualitatif des médiamarques en Suisse, menée de fin avril à début juin 2021 sur un échantillon représentatif de 4'700 personnes, âgées de 15 à 79 ans. Effectuée chaque année depuis 2013, cette étude analyse la manière dont les Suisses évaluent leurs marques médiatiques selon les critères suivants : la sympathie, l'image de marque et la fidélité. En 2021, RadioFr. s'est placée dans le top 10 de tous les critères qualitatifs analysés lors de l'enquête 2021. RadioFr. s'est même placée dans le top 3 des médias qui dégagent des valeurs de sympathie élevées, devant toutes les autres radios. Selon les résultats de cette étude, le taux de satisfaction des utilisateurs de la marque RadioFr. s'élève à 78,3% pour l'antenne francophone et 71,7% pour l'antenne alémanique.

2.2.4. Autres parties prenantes (fournisseurs, OFCOM, partenaires, société civile, médiateur)

En automne 2020, RadioFr. a entamé une mise en valeur de ses archives sonores, avec le soutien financier de l'Office fédéral de la communication, de la Loterie Romande et de la Bibliothèque universitaire de Fribourg. La première phase, consistant à sauvegarder toutes les émissions enregistrées sur CD-R, DAT, bandes magnétiques et cartouches Sonifex, se terminera fin juin 2022 car elle a été prolongée de 9 mois grâce à une aide supplémentaire de la LoRo et de l'OFCOM.

Une nouvelle demande de soutien a été déposée le 31 janvier 2022 pour la phase 2 du programme d'archivage de RadioFr., soit la sauvegarde des émissions enregistrées sur des fichiers numériques depuis 2008 jusqu'à fin 2020. Cette deuxième phase devrait durer 4,5 ans et sera menée par deux archivistes se partageant un poste à 50%.

Concernant les liens avec **la Confédération**, RadioFr. a reçu une concession pour l'exploitation de ses antennes jusqu'au 31 décembre 2024, date à laquelle la FM devrait définitivement s'arrêter. Courant 2021, la branche radio a fait part avec l'ensemble des cantons de son désaccord lors d'une mise en consultation

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

par l'OFCOM de nouvelles zones de desserte des concessions pour la période dès 2025. Depuis lors, l'OFCOM a fait marche arrière.

Par ailleurs, le DETEC impose depuis 2 ans l'obligation de diffuser une information locale au moins pendant 30 minutes pendant les prime-times (entre 6h et 9h15 / entre 11h30 et 13h30 / entre 16 et 19h15). Selon une analyse spécifique menée en 2021 par Publicom SA, Radio Fribourg a atteint une moyenne de 53 minutes d'informations régionales pertinentes pendant les prime-times. Pour sa part, Radio Freiburg a atteint 36 minutes d'informations locales pertinentes. Les informations sur le coronavirus ont été collectées à l'aide d'une variable séparée et sont toujours considérées comme pertinentes lorsqu'elles respectent les exigences d'information régionale précisées par le DETEC.

Au niveau du management de la qualité, les rapports de certification SGS correspondent aux attentes de l'OFCOM. La direction de RadioFr. a d'ailleurs présenté, en novembre 2020, devant le Réseau francophone des régulateurs des médias (REFRAM), son expérience en tant que première radio locale à mettre en place une procédure de certification ISAS MEDIA 9001. Les motifs qui ont conduit RadioFr. à entreprendre le processus de certification sont liés au mandat de prestation conclu avec l'OFCOM qui l'oblige à mettre en œuvre un système de gestion de la qualité.

*Enfin, les liens avec la société **Mediapub SA** sont très étroits depuis la signature du contrat d'affermage le 21 octobre 2010. Sur recommandation de l'OFCOM, un contrat de prestations et de services a été signé le 28 novembre 2013 entre nos deux entreprises et a été actualisé par un avenant le 23 avril 2020, en tenant compte de la nouvelle situation à MEDIAparc. La direction générale de RadioFr. a décidé en janvier 2022 d'inclure les procédures de vente et de production de Mediapub SA dans l'outil du système de gestion de la qualité Click'n'Manage. Ceci sera fait lorsque la restructuration, dont fait actuellement l'objet Mediapub SA, sera terminée.*

*Depuis le déménagement à Villars-sur-Glâne, une synergie entre les différentes sociétés installées sous le même toit s'est mise en place. Elle s'est concrétisée par la création en mai 2020 de la société MEDIAparc SA. Un contrat de prestation et de collaboration a été établi le 8 janvier 2021 entre RadioFr. et la nouvelle société pour régler la mise en valeur numérique des contenus des antennes francophone et alémanique sur les réseaux sociaux et sur le nouveau média numérique **Frapp**, produit par MEDIAparc SA. Plusieurs procédures P-PROG sont en train d'être revues, afin de tenir compte des nouvelles pratiques liées à Frapp.*

Un contrat d'affermage a aussi été signé entre MEDIAparc SA et Mediapub SA le 19 novembre 2020 pour régler les questions de publicités sur le média Frapp qui relaye et met en valeur les contenus de RadioFr. et de La Télé.

Les partenaires-locataires de RadioFr. à MEDIAparc ont été intégrés en mai 2019 dans la grille d'évaluation des risques du logiciel Click'n'Manage. Les risques liés à leur présence sous le même toit que RadioFr. ont été évalués pour la troisième fois le 12 avril 2022 par le comité qualité.

*L'évaluation des **fournisseurs importants** a été effectuée par le comité qualité le 12 avril 2022. Le logiciel de gestion (comptabilité) Winbiz a été évalué pour la première fois à cette occasion. En 2021 et 2022, RadioFr. – en collaboration avec l'ensemble de la branche média - a entamé une démarche auprès de*

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

Romandie Média SA, responsable de la diffusion des programmes de Radio Fribourg sur DAB+, pour mettre en place un système d'alerte en cas de panne ou de coupure. Pour l'instant, il n'est pas encore possible de renseigner les indisponibilités de Radio Fribourg sur DAB+, dans l'indicateur ad-hoc sur le logiciel Click-n-Manage. Pour l'antenne germanophone, les indisponibilités antenne sont fournies par Swiss Media Cast, qui dispose d'un système d'alerte efficace.

Life Channel a rompu son contrat avec RadioFr. avec effet au 31 décembre 2021, pour des raisons économiques. L'autre client de RadioFr., Radio Munot, a décidé de doubler son prix pour nos prestations afin de pouvoir bénéficier de nos informations nationales. Le départ de Life Channel n'a donc que partiellement pesé sur nos recettes et sur le pourcentage EPT de la rédaction de Radio Freiburg, la différence ayant pu être compensée par des départs naturels.

En 2021, **aucune plainte** n'a dû être transmise à l'ombudsman selon P-QUA-01.

2.2.5. Résultats financiers / besoins en ressources

Les comptes 2021 de RadioFr. ont été fortement impactés par la pandémie de COVID-19. Il est réjouissant de constater que le résultat financier n'est que légèrement déficitaire malgré une diminution du chiffre d'affaires publicitaires de plus d'un million de francs par rapport à 2019. Cela s'explique par l'obtention d'aides d'urgence de la Confédération et du canton et d'une bonne gestion des charges. Les résultats sont évidemment moins bons qu'en 2019 (comparables à 2020) mais satisfaisants si l'on considère la situation, par moment chaotique, due à la crise sanitaire. Les mesures décidées par le gouvernement depuis le début de la crise ont très négativement impacté le chiffre d'affaires publicitaires local.

La régie publicitaire Mediapub SA n'a pas réussi à significativement augmenter le chiffre d'affaires radio par rapport à la première année de crise et boucle les comptes 2021 sur une nouvelle perte, après celle enregistrée en 2020. Contrairement à la radio, la régie ne pouvait bénéficier d'aucune aide d'urgence, hormis les RHT. Heureusement, le lancement de Frapp et sa commercialisation au-delà des attentes a permis de partiellement compenser la perte du chiffre radio.

Les besoins en ressources de l'entreprise sont systématiquement abordés dans le cadre de la procédure budgétaire (P-ADM-03 : Gestion des finances), notamment dans sa phase 8 qui permet l'adaptation des budgets annuels en fonction des résultats intermédiaires et du système de contrôle interne (SCI) mis en place et attesté par l'organe de révision depuis 2020.

2.3. Résultats des audits internes et externes

La radio est certifiée ISAS MEDIAS 9001 jusqu'au 31 mai 2023. Un audit de re-certification a été réalisé en juin 2021 par un expert externe de la société SGS et n'a révélé aucune déviation majeure, ni mineure, mais quelques observations et remarques qui ont été intégrées dans le système.

Depuis la dernière Revue de Direction, **2 audits internes** (N° 7 et 8) ont été réalisés et 8 (**N°9 à 16**) ont été planifiés, selon le nouveau référentiel ISAS MEDIA 9001 :2016. Les recommandations des audits internes sont intégrées dans le système sous forme d'actions et réalisées par les responsables des secteurs concernés.

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

*En date du 5 avril 2022, le comité qualité a validé le programme d'audits internes pour l'année **2022** dans les domaines du Secrétariat (ADM), des Programmes, des Finances, des Ressources humaines et de la Qualité (cf. D-QUA-03-02). Ce programme est susceptible d'être modifié en tout temps.*

2.3.1. Conformité aux normes et à la régulation

L'audit externe de la SGS du 2 juin 2021 a vérifié les domaines de la conception, de la programmation, de la réalisation, de la production et de la diffusion de programmes radiophoniques, ainsi que les activités techniques, administratives et financières y relatives. La certification a été maintenue sans condition. Les audits internes n'ont pas non plus fait apparaître des non-conformités majeures ou mineures.

Les procédures sont régulièrement révisées et mises à jour par les responsables de département.

RadioFr. a mis en place un système de contrôle interne (SCI) pour le reporting financier afin de répondre aux exigences légales prévues dans le Code des obligations. Ce SCI fait désormais partie de la procédure P-ADM-03, phase 10. Il a été vérifié pour la deuxième fois par le réviseur des comptes au moment du bouclage, en avril 2022.

L'audit externe de surveillance, planifié le 22 juin 2022, devrait confirmer la bonne pratique du SQM.

2.3.2. Conformité aux règles internes

*Les audits internes effectués à ce jour n'ont pas fait apparaître de non-conformités majeures aux règles internes. Les audits réguliers permettent toutefois de rester connectés à l'évolution du travail sur le terrain (cf. point 2.2.2). En 2021, le comité qualité a ajouté trois indicateurs de performance supplémentaires (9-10-11), suite à la création du média frapp.ch pour améliorer la visibilité des contenus de RadioFr. sur internet et les réseaux sociaux. Le suivi des indicateurs de performance (D-QUA-01), définis par le comité qualité, donne un taux de succès de l'ensemble des indicateurs de **64.3%** (62%). Ce score moyen s'explique une nouvelle fois par la pandémie de COVID-19 qui a fortement impacté les différents indicateurs économiques. Les chiffres d'audience de nos deux antennes ont été affaiblis par le lock-down du printemps 2020 et la perte des auditeurs en voiture et dans les magasins. Cette perte n'a pas pu être compensée durant l'année sous revue, au contraire. Elle a toutefois été relativisée par le succès de notre nouveau média Frapp qui met en valeur les contenus de la radio sur le numérique. Par ailleurs, nous constatons avec satisfaction que les indicateurs liés aux RH n'ont que légèrement diminué, malgré le stress généré par une situation hors norme. Ces résultats nous permettent de croire que l'entreprise a correctement su gérer la crise jusqu'à présent. Nous espérons toutefois une embellie économique pour ces prochains mois.*

2.3.3. Efficience des processus

Les audits internes, réalisés par roulement dans les différents départements, permettent d'observer, discuter et/ou modifier l'efficience des processus, sous contrôle du RSM et/ou du comité qualité.

2.3.4. Efficience du système qualité

En fonction depuis 12 ans, le système a atteint sa pleine maturité et son potentiel auprès des différents prescripteurs. En juin 2021, l'auditeur externe de SGS a souligné que le SMQ est bien entretenu et qu'il a pris en compte les changements relatifs au regroupement au sein de MEDIAparc. Par ailleurs, il indique que

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

l'inclusion du SCI a été effectuée avec succès. Les trois piliers du système (feedbacks, audits internes, indicateurs de performance) déploient leurs effets à notre satisfaction.

2.4. Commentaires sur les projets d'amélioration et leur suivi

2.4.1. Provenant des revues de direction précédentes

*Sur les **23** (20) projets décidés lors de la dernière Revue de Direction, **15** (14) ont été atteints ou réglés, **3** (1) sont en cours et **5** (5) n'ont pas été atteints ou déclenchés.*

2.4.2. Provenant des actions préventives et correctives décidées depuis la dernière revue de direction

*A ce jour, **38** (36) FAA, feedbacks internes, idées d'améliorations ou correctives ont été enregistrés. **25** ont été réglés, **6** sont en cours, **4** n'ont pas encore été déclenchés. Le solde concerne des remarques qui n'attendent pas de solution. La plupart proviennent des audits internes effectués et des séances interdépartementales mensuelles.*

2.5. Bilan sur la communication interne et externe des actions qualité réalisées

Communication interne :

La Direction a communiqué officiellement par les canaux suivants :

Le comité qualité (QKOM)

En matière de management de la qualité, 3 (3) séances du comité qualité et 1 (1) Revue de direction ont eu lieu entre mai 2021 et mai 2022.

Les chefs de secteurs (RDTP)

8 (8) séances interdépartementales ont été convoquées durant lesquelles le management de la qualité est systématiquement abordé.

Tous les collaborateurs (ALL)

Trois Newsletters internes (No 18 à 20) ont été envoyées pendant la période sous revue.

***40** (27) mails d'informations ou directives écrites ont été envoyées à tous les collaborateurs-trices de la part de la Direction, dont 4 (10%) concernent la pandémie de COVID-19 et ses conséquences sanitaires et économiques, 5 (12.5%) concernent le règlement des parkings et la bonne gestion du bâtiment MEDIAparc (portes, vaisselle, frigos), et 8 (20%) concernent des changements RH. Le solde concernait la reprise des abonnements préférentiels à Publibike, des informations d'ordre technique, l'organisation d'événements de teambuilding (pétanque, St-Nicolas, Afterwork, Noël) ainsi que la réussite de notre certification SGS.*

Communication externe :

Les événements suivants ont été relatés selon P-COM-01 par communiqué de presse (cf.

<https://www.radiofr.ch/fribourg/la-radio/communiqués.html>):

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

- *RadioFr. met en valeur ses archives sonores (04.01.2021)*
- *Des chiffres d'audience en hausse pour RadioFr. (12.01.2021)*
- *Comptes 2020 équilibrés pour RadioFr. (27.04.2021)*
- *WOP BOP A LOO BOP feiert den 30. Geburtstag auf RadioFr (01.06.2021)*
- *L'audience reste stable sur l'ensemble des chaînes de RadioFr. (13.07.2021)*
- *RadioFr. ouvre les portes de ses archives sonores le 27 octobre (12.10.2021)*
- *RadioFr. en tête des radios régionales romandes (22.11.2021)*
- *Prix Sonart décerné à Radio Freiburg (24.09.2021)*
- *Frapp.ch fête sa première année d'existence (6.12.2021)*

Pour la deuxième année consécutive, le COVID-19 a chamboulé nos grilles d'événements (festivals, comptoirs, etc) et d'émissions spéciales. RadioFr. a toutefois pu maintenir sa mission d'information, de divertissement et de proximité, grâce – notamment - à une actualité politique chargée tout au long de l'année. Pour l'aspect de proximité et divertissement, citons par exemple, les émissions bilingues « Zäme c'est mieux ! » réalisées en live depuis Fribourg et Morat pendant l'été ou « Les Baladeurs », organisées du mois de mai au mois d'août et qui emmenaient les auditeurs et auditrices en randonnée dans le canton, avec une animatrice ou un animateur. Notons encore l'opération de solidarité « Tout est Possible », qui a été organisée conjointement avec la RTS et la Chaîne du Bonheur en décembre 2021. Nous avons appelé la population fribourgeoise à participer à cette action destinée à valoriser les infrastructures et/ou les activités d'associations à but non lucratif.

Les points forts de l'actualité ont été les suivants pour les antennes de Fribourg et Freiburg:

Actualités tout au long de l'année :

- *Couverture de la crise économique et sanitaire liée au COVID*
- *Berichterstattung Covid*
- *Suivi du dossier du HFR et de sa stratégie 2030 – HFR und die Strategie 2030*
- *Suivi du dossier de l'énergie / des éoliennes dans le canton de Fribourg*
- *Grossfusion Stadt Freiburg*
- *Fusionen rund um Murten, speziell Clavaleyres (Kantonswechsel)*
- *Dossier Blue Factory*
- *Dossier Wolf im Kanton*

- *Mars 2021 : élections communales dans toutes les communes fribourgeoises*
Débats pour toutes les communes chefs-lieux.
Journaux de campagne chaque semaine durant la campagne.
Debatten zu Verhüllungsverbot, E-ID, Freihandel Indonesien
- *Juin 2021 :*
Loi CO2 et implications pour les Fribourgeois
Debatten zu Covid-Gesetz, CO2-Gesetz, sauberes Trinkwasser/Pestizide, Bekämpfung
Terrorismus, Aktienkapitalerhöhung Blue Factory (kantonal)
- *Septembre 2021 :*
Votation Mariage pour tous
Debatte Ersatzwahlen Ständerat, Kampfjets
- *Novembre 2021:*
Initiative sur les soins infirmiers
- *Novembre 2021 : élections cantonales, avec*

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

Des matinales électorales dès le 4 octobre, où chaque candidat-e au Conseil d'Etat est en direct dans nos studios et jongle entre le français et le Deutsch (ou le Schwitzerdütsch), donc entre les studios de Fribourg et Freiburg.
Des apéros politiques dans tous les districts, les mercredis entre 17h et 19h, avec des débats entre candidats au Grand Conseil et aux Préfectures.
Des débats, pour la plupart organisés, animés et diffusés conjointement avec La Télé depuis la Newsroom de MEDIAparc.
Kantonale Wahlen – Staatsrat, Grossrat, Oberamt 1. Wahlgang / 2. Wahlgang: Staatsrat, Oberamt
Debatte zum Covid-Gesetz, Justizinitiative, kontroverse Beiträge zu den anderen Abstimmungsvorlagen

Sports :

- *Suivi de tous les matches de Fribourg Gottéron (domicile et extérieur, playoffs compris)*
- *Live-Kommentare aller Spiele von Freiburg Gottéron, auch das Auslandspiel in München*
- *Live-Kommentare ausgewählter Spiele der Volleyball Power Cats Düdingen, Floorball Aegergera,*
- *Suivi de tous les matches de Fribourg Olympic*
- *Durant la saison de football: 2 matches en moyenne en direct chaque weekend / Fussballspiele 2.und 3. Liga*
- *Couverture du Morat-Fribourg en direct, avec plateau dans l'aire d'arrivée / Murtenlauf direkt*
- *Emission spéciale lors du passage du Tour de Romandie à Fribourg (cyclisme)*

2.6. Bilan/ commentaires sur les changements organisationnels éventuels

RadioFr. poursuit sa mutation, dictée par la grande révolution numérique qui frappe la branche médiatique. La période sous revue était la deuxième année de crise, marquée par la pandémie COVID-19 qui a eu un impact sur beaucoup de procédures, souvent adaptées de manière urgente et pragmatique. De ce fait, la communication interne a pris une place prépondérante dans les préoccupations de la Direction (cf. point 2.5). Malgré ces difficultés, RadioFr. a réussi à finaliser des projets déterminants pour l'avenir de la société.

*Pour rappel, la société **MEDIAparc SA** (dont RadioFr. détient 58% des actions) a été créée en mai 2020 par les entreprises travaillant dans le bâtiment du même nom dans le but de « promouvoir le développement des médias dans le canton de Fribourg, notamment en matière numérique ». MEDIAparc SA s'occupe aujourd'hui de la mise en valeur numérique des contenus des antennes francophone et alémanique de RadioFr., mais aussi des contenus fribourgeois de La Télé. Elle produit également des contenus supplémentaires dans le domaine du « Lifestyle/Divertissement ». Le nouveau média digital bilingue **Frapp**, créé de toutes pièces à cet égard par des développeurs internes, a été mis en ligne le 7 décembre 2020 et connaît depuis un succès important (près de 50'000 téléchargements à ce jour). Avec effet au 1er janvier 2021, les contrats de 5 collaborateurs de RadioFr. en lien avec les réseaux sociaux (cellule web) ont été repris par MEDIAparc SA et un contrat de prestation et de collaboration a été signé entre les deux sociétés à cette occasion. A ce jour, MEDIAparc SA emploie de manière fixe 15 personnes.*

Frapp est commercialisée par la régie publicitaire Mediapub et a désormais une grande influence sur les collaborations éditoriales entre les différentes équipes. Depuis 1^{er} janvier 2021, MEDIAparc SA a acquis toutes les parts sociales de la société Skippr GmbH, dont la plateforme digitale germanophone a depuis été intégrée dans Frapp.

Frapp fonctionne avec un business-plan qui prévoit l'équilibre financier après trois années d'exploitation. Les objectifs pour la première année ont été atteints tant du point de vue des données utilisateurs que

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

financières. Un crédit bancaire a pu être contracté afin de satisfaire les besoins de liquidités de la société jusqu'en 2023.

Le programme germanophone de RadioFr. s'est lancé dans une procédure de refonte totale de son programme ce qui aura un impact important sur les flux de travail et l'audience à partir de septembre 2022.

3. Propositions

3.1. Nouveaux objectifs qualité et projets d'amélioration

3.1.1. Objectifs de performance chiffrés

Proposition du RSM : confirmer les indicateurs de performance (points 17 et 21 de la revue de direction) selon D-QUA-01-03, resp. Click'n'Manage « Indicateurs » (mis à jour en cours d'année selon procès-verbaux du comité qualité). L'objectif pour la prochaine période résidera dans l'augmentation du taux de succès de l'ensemble des indicateurs de performance (cf. 2.3.2 ; actuellement 64,3%).

La crise perdurant, le budget financier pour 2022 a été établi en plusieurs variantes, tablant sur un recul du chiffre d'affaires significatif. Il est déficitaire car nous ne pouvons plus compter sur un renouvellement des aides fédérales et cantonales. (Point 12 de la revue de direction)

3.1.2. Mise à jour éventuelle de la politique qualité

Proposition du RSM : Confirmer la politique définie selon D-DIR-01-07. (Points 22 et 23_revue)

3.2. Projets d'amélioration (quoi, qui, quand, budget, etc.)

Finalisation de la mise à jour du SMQ à la nouvelle configuration de RadioFr. dans MEDIAparc. (Point 20_revue)

But du projet : efficacité, efficience, simplification, adéquation avec le nouvel outil de diffusion.

Suite au déménagement dans MEDIAparc, toutes les procédures ont été contrôlées pour les adapter à la nouvelle réalité du terrain. A ce jour, 100% des procédures et documents y relatifs ont été toilettés. Les grands principes n'ont toutefois pas été touchés, mais c'est un chantier en évolution permanente.

Notamment le lancement de Frapp ainsi que le Relaunch du programme germanophone ont et auront un impact important sur les procédures PROG qu'il s'agira de mettre à jour dès la rentrée 2022.

Nous visons aussi le bon déroulement de l'audit externe de surveillance en juin 2022.

3.2.1. Ressources humaines (y compris formation) (Points 3, 4 et 5_revue)

Quoi : Consolider le taux de satisfaction des collaborateurs malgré les profonds changements advenus, en lien avec MEDIAparc et la crise sanitaire. Maintenir le turnover en dessous de 10%. Augmenter les moyens et les recettes dévolus à la formation continue en développant un projet de formation propre à MEDIAparc. Faire attention à la surcharge des collaborateurs (cf. risque R-16 : Epuisement du personnel).

Qui : ALL, DIR / Quand : continuellement

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

3.2.2. Processus

- *Toilettage des procédures selon feedbacks et audits internes (continuellement). (Point 20_revue)*
- *Finalisation d'un intranet qui permette un travail simultané dans plusieurs domaines (gestion des fournisseurs, des immobilisations, centralisation de toutes les demandes techniques/informatiques, KPI) (Point 11_revue)*
- *Concrétiser la mise en place du MAM au niveau technique et des workflows antenne. (Point 16_revue)*
- *Adaptation et commercialisation de l'offre de formation continue **externe** (Mediatraining, en profitant de la salle de formation MEDIAparc), éventuellement avec l'action du groupe GBS (projet des radios au bénéfice d'une quote-part de la redevance) (ACP 13). (Point 6_revue)*
- *Continuer à œuvrer dans le sens d'une éco-responsabilité concernant la politique énergétique de l'entreprise (priorité sur l'économie en électricité et en papier, cf. ACP 19), dans le cadre de MEDIAparc (ex. prompteur, papier 100% éco, partenariat publilike, etc.). (Point 9_revue)*
- *Ne pas oublier l'éventualité d'obtenir le Label du bilinguisme/für die Zweisprachigkeit, car les critères sont déjà pratiquement atteints (pas prioritaire, selon forces et moyens disponibles). (Point 7_revue)*

3.2.3. Innovation au niveau des programmes

Cf. PV Comité des programmes (selon P-PROG-06)

3.2.4. Audience

Atteindre le nouveau taux d'écoute cible (indicateurs de performance N°9 et 10) pour les deux programmes. (Point 1_revue)

Continuer à développer l'application Frapp pour répondre aux nouvelles habitudes de consommation médias (à travers le mandat signé avec MEDIAparc SA). (Point 2_revue)

3.2.5. Annonceurs

Réaliser une nouvelle enquête qualitative, en lien avec le nouveau média Frapp. (Point 14_revue)

3.2.6. Autres parties prenantes (fournisseurs, OFCOM, partenaires, médiateur)

Recevoir, en 2022, le solde minimal attendu de l'aide d'urgence de l'OFCOM et du canton pour équilibrer le budget malgré la crise COVID-19. (Point 10_revue)

Obtenir, dans le cadre de la révision de la LRTV, une augmentation de la quote-part redevance d'au moins 8% (aujourd'hui : 6%) pour les radios/TV privés (malgré la votation populaire négative le 13 février 2022).

Veiller à respecter les exigences du mandat de prestation avec l'OFCOM, notamment en matière de quantité de news régionales dans la journée. Poursuivre le projet d'archivage sonore de RadioFr. entamé avec l'engagement d'une archiviste en octobre 2020. Une demande de soutien complémentaire pour la Phase 2 a été envoyée le 29 janvier 2022 à l'OFCOM (avec réponse positive obtenue le 17 mars 2022) et à la Loterie Romande (en cours). (Point 15_revue)

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

Maintenir et développer les synergies avec nos partenaires La Télé, Mediapub et Skippr grâce à la création de la société MEDIAparc SA et son nouveau produit Frapp. (Point 8_revue)

3.2.7. Investissements sociaux

RadioFr. comprend son engagement sociétal comme une activité globale et le pratique au quotidien dans ses différents secteurs. A l'antenne par exemple, la programmation veille à donner une voix aux acteurs (petits ou grands) qui œuvrent d'une manière ou d'une autre pour un monde écoresponsable. Elle propose ainsi une variété de sujets qui reflètent la diversité des points de vue, des privilégiés comme des minorités.

Les partenariats avec une multitude d'acteurs et d'organismes culturels et sociaux permettent des rabais jusqu'à 50% sur nos tarifs publicitaires pour ces derniers. Les manifestations caritatives ou à but humanitaire peuvent obtenir la gratuité au sein de l'Agenda.

RadioFr. a engagé en 2013 un collaborateur malvoyant au sein de la Redaktion/Moderation. Grâce au soutien financier de l'AI, nous avons pu mettre en place des moyens techniques pour renforcer l'autonomie de ce collaborateur. Une attention particulière a été portée pour rendre ce collaborateur totalement autonome à MEDIAparc, ce qui lui a permis de nous quitter en avril 2022 pour aller travailler à la SRF.

RadioFr. entend poursuivre, dans la mesure du possible, des partenariats avec des acteurs culturels pour la production de pièces radiophoniques en collaboration avec Mediapub SA. Il existe un tableau, mis à jour régulièrement et listant les actions principales réalisées. Ce tableau « Actions sociétales » est à disposition auprès du RMQ.

3.3. Planning annuel des audits internes et information sur les audits externes

Cf. point 2.3, respectivement D-QUA-03-02.

D'autres audits peuvent être décidés en cours d'année par le comité qualité, en fonction des besoins.

L'audit de surveillance 2022, effectué par la société SGS (externe) est prévu le 22 juin 2022.

3.4. Mise à jour de la matrice des risques

La matrice des risques a été passée en revue et adaptée en fonction de la nouvelle configuration à MEDIAparc, selon QKOM du 18 mars 2022.

3.5. Planification de la communication interne et externe des actions qualité à venir

Communication interne :

Newsletters.

Annonces RH diverses.

Annonces des différents audits internes dans les secteurs concernés.

Annonce de l'adoption des différentes directives internes prévues.

Annonces des diverses visites de MEDIAparc prévues.

PROCES-VERBAL REVUE DE DIRECTION

Date dernière mise à jour: 10/05/2022

D-DIR-01-04

Communication externe :

Communication des chiffres d'audience semestriels selon MediaPulse.

Communication sur l'Assemblée générale des actionnaires.

Communication concernant la nouvelle grille de Radio Freiburg en septembre 2022.

Tout autre événement digne d'intérêt.

3.6. Changements organisationnels prévus

Au moment où nous écrivons ces lignes, toutes les mesures liées à la pandémie du COVID-19 ont été levées, mais les effets économiques et sociaux de la crise ne sont de loin pas derrière nous. Ils continuent de plonger notre entreprise dans de sérieuses difficultés. En même temps, notre mission durant cette situation extraordinaire était de la plus haute importance pour la société. Nous avons pu obtenir pour 2020 et 2021, grâce au travail de la Direction des aides d'urgence au niveau fédéral, notamment à travers les associations faïtières RRR et VSP, et cantonal. En 2022, alors que nos charges sont toujours très élevées, suite au déménagement dans MEDIAparc et au lancement de Frapp, nous devons voler de nos propres ailes, ce qui explique pourquoi nous avons été contraints d'adopter pour la première fois depuis très longtemps un budget déficitaire, utilisant toutes nos réserves et provisions accumulées durant les « belles années ».

*De ce fait, **la priorité de la Direction reste, d'une part le respect du mandat de prestations avec l'OFCOM et, d'autre part, le maintien de tous les emplois.***

Les synergies au sein de MEDIAparc et la création du nouveau média numérique Frapp permettent un certain optimisme, pour autant que le marché publicitaire retrouve des couleurs, et que l'évolution de notre régie publicitaire Mediapub réponde aux attentes du marché. La situation financière reste donc tendue. Les changements technologiques sont très importants car l'investissement financier engagé à MEDIAparc nous a permis de nous placer à la pointe de l'évolution technologique. L'enjeu consiste toujours et encore à harmoniser les cultures d'entreprise, les workflows et la gouvernance des différentes entités.

Tous ces changements organisationnels se font sous la responsabilité de la Direction de RadioFr., mandatée par le Président de son Conseil d'Administration qui se trouve aussi être l'actionnaire principal de toutes les entités concernées.

L'évolution du marché publicitaire ainsi que le contexte conjoncturel définiront la marge de manœuvre future. Cela passe aussi par une stratégie marketing commune et par une redéfinition des produits publicitaires que nous proposons désormais, ensemble, à nos clients respectifs.

Villars-sur-Glâne, le 10 mai 2022/MB/sn



Glossaire :

ACP= Action corrective ou préventive ; FAA= Fiche d'action ou d'amélioration,

QKOM= Comité qualité, CA= Conseil d'administration ; RSM = Responsable système management

Manuel Qualité Qualitätsrichtlinien

selon les exigences ISAS MEDIAS 9001:2016

Ce document décrit le système de management de la qualité de Radio Fribourg | Freiburg en conformité avec les exigences ISAS MEDIAS 9001:2016. Son usage est destiné à toute personne qui souhaite mieux comprendre le fonctionnement de la radio en lien avec la gestion des tâches, des rôles, des collaborateurs, des documents, des enregistrements, des risques, des indicateurs et des remontées d'information en provenance de l'audience, des annonceurs, des collaborateurs ou de toute autre partie intéressée.

Dieses Dokument beschreibt das Qualitätsmanagement von RadioFr., gemäss ISAS MEDIAS 9001:2016. Sein Gebrauch ist für alle Personen bestimmt, welche die Funktionsweise der Firma besser verstehen möchten. Der Inhalt bezieht sich auf die Verteilung der Aufgaben und Rollen an die Belegschaft, die Produktion von Dokumenten und Aufnahmen, das Risikomanagement, die Verarbeitung von Performance-Indikatoren sowie von Feedbacks der Hörerschaft, Werbekunden, Mitarbeiter und anderen interessierten Kreisen.



Dans un monde où la circulation de l'information est soumise à des pressions multiples d'ordre politique ou économique, les entreprises de média doivent faire la preuve constante de leur crédibilité à travers une organisation sans faille.

In einer Welt in welcher der Informationsfluss zunehmenden Druckversuchen politischer oder wirtschaftlicher Art ausgesetzt ist, müssen Medienunternehmen ihre Glaubwürdigkeit durch ihre fehlerfreie Organisation immer wieder neu beweisen.

Leurs processus internes doivent non seulement être efficaces et capables d'assurer la stabilité financière attendue des actionnaires mais aussi être aptes à résister aux influences externes tout en assurant une information et un divertissement fiable, équilibré et aussi indépendant que possible.

Ihre internen Prozesse müssen nicht nur effizient sein und die von den Aktionären erwartete finanzielle Stabilität erreichen, sondern auch äusseren Einflüssen widerstehen und eine ausgewogene, unabhängige Informationsquelle und Unterhaltung für die Hörerschaft garantieren.

RadioFr. veut démontrer que son organisation interne satisfait aux exigences de gestion les plus élevées en la matière. Sa direction a ainsi librement décidé d'implanter un système de management conforme à la norme ISAS MEDIAS 9001:2016 et de faire certifier ses activités selon cette norme par des auditeurs indépendants. Ce projet s'inscrit naturellement dans sa stratégie fondée sur l'innovation, la proximité et la fidélisation de ses clients/auditeurs ainsi que l'objectif d'autonomie financière.

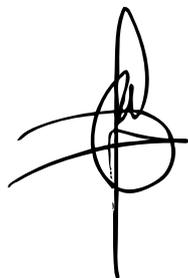
RadioFr. will zeigen, dass seine interne Organisation auch den höchsten existierenden Management-Ansprüchen genügt. Die Direktion hat deswegen aus freien Stücken entschieden, ein Qualitäts-Management gemäss ISAS MEDIAS 9001:2016 einzuführen und seine Aktivitäten aufgrund dieser Norm von unabhängigen Auditoren durchleuchten zu lassen. Dieses Projekt ist ein natürlicher Bestandteil der Strategie von RadioFr., die auf Innovation, Hörer- und Kundennähe sowie finanzieller Unabhängigkeit beruht.

La vente d'espaces publicitaires, la conception, la rédaction et la réalisation des publicités sont sous-traités et gérés au sein de la société soeur Mediapub SA.

Der Verkauf, sowie die Konzeption, Redaktion und Produktion von Werbe-Spots ist externalisiert und wird von der Scwestergesellschaft Mediapub AG realisiert.

Fribourg, Freiburg, 30.03.2017

Thierry Savary



Markus Baumer



Table des matières

Inhaltsverzeichnis

1. Présentation de la radio / Wer ist RadioFr.?	4
2. Relations de la Radio avec ses parties prenantes Beziehungen des Radios mit seinen verschiedenen Partnern	6
2.1 avec les autorités / mit den Behörden	
2.2 avec les annonceurs / mit den Werbekunden	
2.3 avec les auditeurs / mit den Hörern	
2.4 avec le personnel / mit den Mitarbeitern	
2.5 avec les fournisseurs et sous-traitants / mit den Lieferanten und Subunternehmern	
3. Champ et périmètre de certification / Anwendungsbereich der Zertifizierung	7
4. Politique Qualité & Ethique / Qualitäts - und Ethische Politik	9
5. Système de management de la qualité de RadioFr. Das Qualitätsmanagement von RadioFr.	11
5.1 La structure de prise de décision de la radio / Die Entscheidungsfindung	
5.2 Le responsable qualité / Der Leiter Qualität	
5.3 Organigramme fonctionnel / Das funktionale Organigramm	
5.4 Diagramme des processus / Das Prozessdiagramm	
5.5 Outils d'amélioration continue / Werkzeuge der kontinuierlichen Verbesserung	
5.5.1 Procédures de management de la qualité / Prozeduren des Qualitätsmanagements	
5.5.2 Formulaire de feedback WEB / Feedbackformular WEB	
5.5.3 Indicateur de performance / Performance - Indikatoren	
5.5.4 Plan de maîtrise des risques / Risikomanagement	
5.5.5 Plan de formation / Trainingsplan	
5.5.6 Registre des améliorations / Tabelle Verbesserungsprojekte	

1. Présentation de la radio

Wer ist RadioFr.?

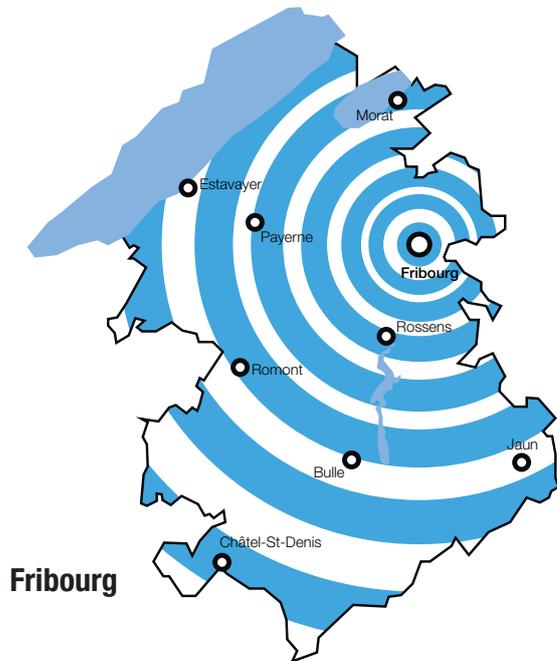
RadioFr. est une radio généraliste et bilingue (« la seule radio fribourgeoise ») qui s'adresse à l'ensemble de la population de son territoire, tel que défini dans la concession de l'OFCOM. De ce fait, l'information et l'animation de RadioFr. recherchent constamment l'équilibre entre la satisfaction des besoins identitaires et culturels du plus grand dénominateur commun et l'exigence d'une qualité des programmes irréprochable. L'évolution semestrielle du taux d'audience est certainement le meilleur indicateur de la satisfaction des auditeurs, mais RadioFr. enregistre également tous les feedbacks externes et s'adresse aux auditeurs par le biais d'enquêtes de satisfaction ponctuelles.

RadioFr. ist ein zweisprachiges Unternehmen, das sich an die gesamte Bevölkerung seines Sendegebietes gemäss BAKOM-Konzession richtet („Das einzige Freiburger Radio“). Redaktion und Moderation streben kontinuierlich nach einem Gleichgewicht zwischen der Zufriedenstellung der kulturellen und identitären Bedürfnisse der Hörer (grösster gemeinsamer Nenner) und dem Anspruch an ein qualitativ hochstehendes Programm. Die Entwicklung der Hörerzahlen ist sicher der beste Hinweis auf die Zufriedenheit der Hörerschaft, aber RadioFr. registriert auch die externen Feedbacks und informiert sich punktuell mit Umfragen über die Hörerzufriedenheit.

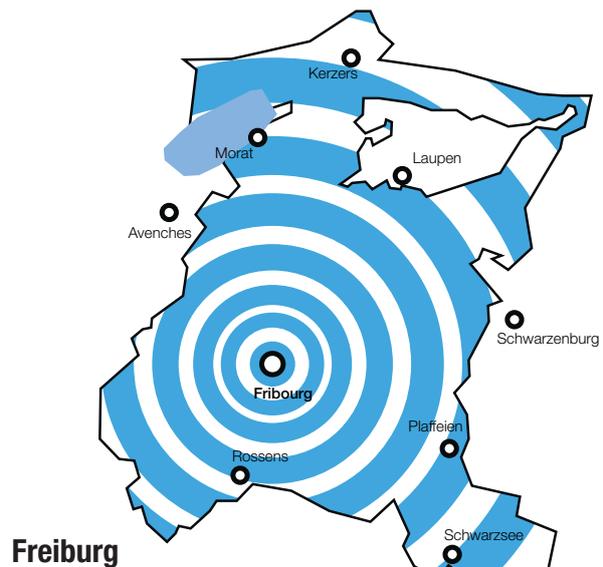
RadioFr. s'assure de la satisfaction des annonceurs par le biais de la société Mediapub qui lui fournit régulièrement les indicateurs de performance y relatifs.

Die Zufriedenheit der Werbekunden wird über die Firma Mediapub ermittelt, welche RadioFr. regelmässig die entsprechenden Performance-Indikatoren zustellt

Couverture de la zone de diffusion OUC selon OFCOM



UKW - Konzessionsgebiet gemäss BAKOM



Avec l'introduction du DAB+ en 2014 la zone de diffusion s'étend à toute la Suisse Romande

Seit der Einführung von DAB+ im 2014 erstreckt sich das Verbreitungsgebiet über die Region Freiburg-Bern - Solothurn

Petit résumé historique

Kleiner historischer Abriss

- 1988 :** Début des émissions de Radio Fribourg | Freiburg le 1er mai avec un programme français et allemand. L'entreprise emploie six collaborateurs fixes.
Sendestart von Radio Freiburg | Fribourg am 1. Mai mit einem französischen und einem deutschen Programm (6 Festangestellte).
- 1994 :** Introduction du programme 24/24 chez Radio Fribourg.
- 1997 :** *Einführung 24 Stunden-Programm bei Radio Freiburg.*
- 2002 :** Gros soucis financiers; une action de soutien auprès des auditeurs permet, parmi d'autres mesures, de sauver l'entreprise.
Grosse finanzielle Schwierigkeiten; eine Spenden-Aktion bei der Hörerschaft hilft mit, das Unternehmen zu retten.
- 2008 :** Pour son 20ème anniversaire, Radio Fribourg | Freiburg se donne un nouveau Logo et devient RadioFr.
Zum 20. Geburtstag gibt sich Radio Freiburg | Fribourg ein neues Logo und wird zu RadioFr.

RadioFr. obtient une nouvelle concession OUC de l'OFCOM (Office fédéral des communications), valable jusqu'en 2018.
RadioFr. erhält vom BAKOM (Bundesamt für Kommunikation) eine neue UKW-Sendekonzession, welche bis 2018 gültig ist.
- 2010 :** La vente d'espaces publicitaires est externalisée et réorganisée à travers la société Mediapub SA qui jusqu'alors gérait la production des publicités.
Der Verkauf und die Produktion von Werbespots auf den beiden Sendern von RadioFr. wird über Mediapub AG externalisiert und neu organisiert.
- 2011 :** En date du 1er juin, RadioFr. obtient la certification de son système de management de la qualité selon ISAS 9001:2010
Am 1. Juni erhält RadioFr. die Zertifizierung ISAS 9001:2010 seines Qualitäts-Managements
- 2014 :** RadioFr. (Fribourg et Freiburg) compte 44 collaborateurs fixes (Journalistes, animateurs, Administration, Informatique, Technique etc.) pour un total de 36,8 EPT.
RadioFr. (Fribourg und Freiburg) zählt 44 Festangestellte (Journalisten, Moderatoren, Techniker, Informatiker, Administration, etc.) für 36,8 Vollzeitstellen.
- 2014 :** La société Mediapub compte 9 collaborateurs fixes (conseillères de vente, production, administration) pour un total de 6 EPT.
Mediapub zählt 9 Mitarbeiter die sich 6 Vollzeitstellen teilen.

RadioFr. génère un chiffre d'affaires de 8,3 millions de francs (Mediapub: 4,9 millions) et son programme est suivi par 156'500 auditeurs (97'800 Fribourg et 57'400 Freiburg).
RadioFr. generiert einen Umsatz von 8,3 Mio Franken (Mediapub 4,9 Mio) und zählt 140'000 regelmässige Hörer (97'800 Fribourg, 57'400 Freiburg).

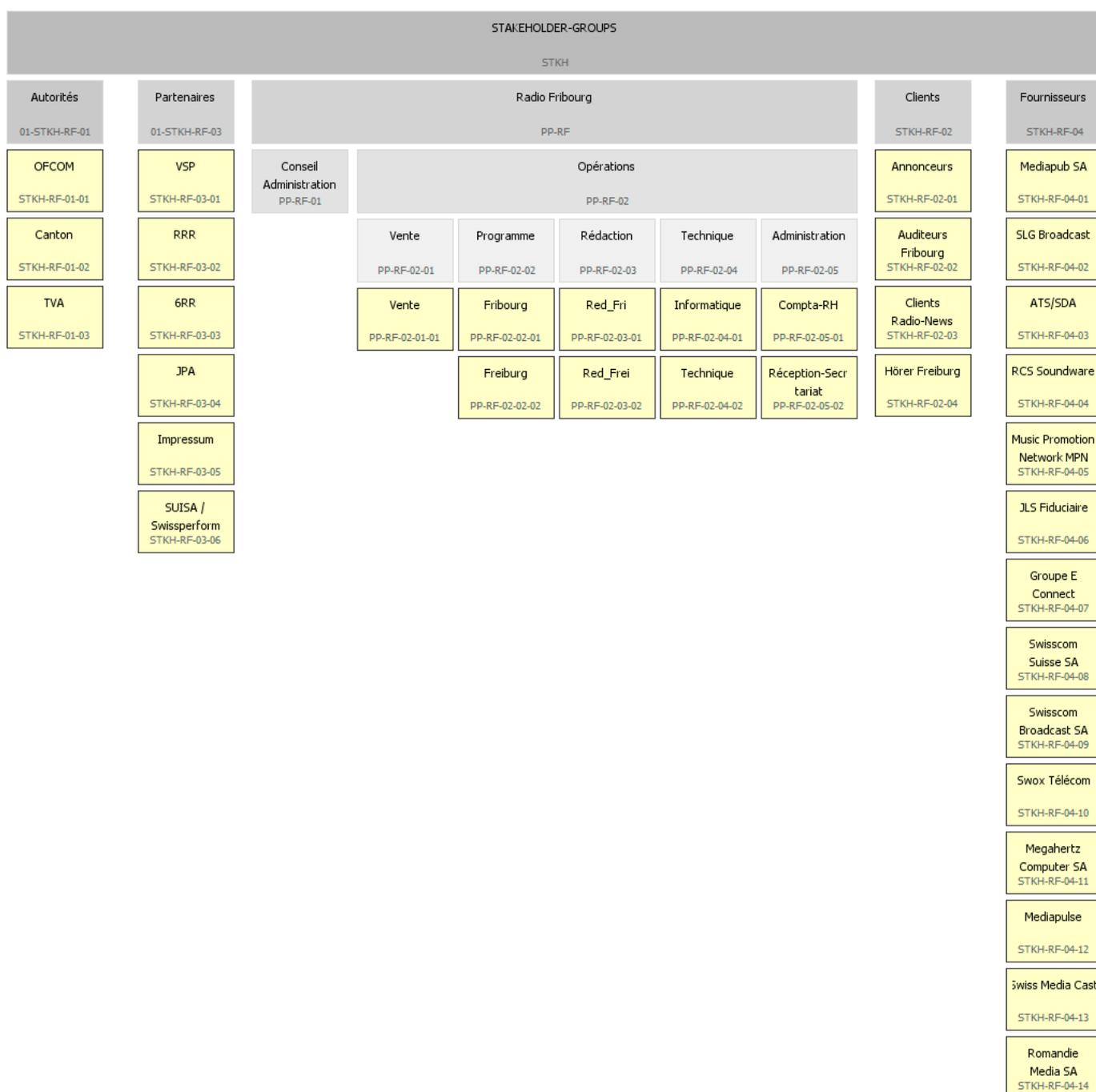
2. Relations de la Radio avec ses parties prenantes

Beziehungen des Radios mit seinen verschiedenen Partnern

RadioFr. entretient des relations avec les autorités politiques, les annonceurs, les auditeurs, le personnel, les fournisseurs et sous-traitants.

RadioFr. pflegt regelmässige Beziehungen mit den politischen Instanzen, den Werbekunden, den Hörern, den Mitarbeitern und den Lieferanten

Diagramme inter-relationnel de RadioFr.



2. Relations de la Radio avec ses parties prenantes

Beziehungen des Radios mit seinen verschiedenen Partnern

2.1 Relation avec les autorités

Mit den Behörden

Fédérales : L'office fédéral des communications (OFCOM) délivre à RadioFr. sa concession de diffusion et les conditions y relatives.

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) vergibt an RadioFr. Die Sendekonzession und die damit verbundenen Auflagen, die es zu erfüllen gilt.

Communales / cantonales: certaines communes reconnaissent la fonction de service public de RadioFr. et soutiennent son action par des subventions.

Gewisse Gemeinden anerkennen das öffentliche Interesse von RadioFr und gewähren Subventionen.

2.2 Relation avec les annonceurs

Mit den Werbekunden

Les relations avec les annonceurs sont régies par les directives de l'OFCOM sur la publicité et le parrainage pour la radio et la télévision (cf LRTV)

Die Beziehungen zu den Werbekunden werden durch die Direktive des BAKOM «Werbe- und Sponsoringrichtlinien» geregelt (siehe RTVG)

L'acquisition des annonceurs se fait par l'intermédiaire de la société MediaPub SA.

Die Werbekunden werden über die Firma MediaPub AG vermittelt.

En outre, il existe une séparation claire entre la publicité et les contenus éditoriaux dans la mesure où chacun de ces contenus est géré par une entreprise différente. En aucun cas, les annonceurs ne sont en mesure d'interférer en termes d'influence sur la prise de décision éditoriale.

Im übrigen gibt es eine klare Trennung zwischen der Werbung und redaktionellen Inhalten. Dies insofern als die jeweiligen Inhalte durch zwei verschiedene Firmen produziert werden. Die Werbekunden können keinesfalls Einfluss auf die redaktionellen Entscheide nehmen.

2.3 Relation avec les auditeurs

Mit den Hörer

Un formulaire de contact WEB permet à tout auditeur de faire part de ses observations, commentaires, réclamations ou autre.

Ein Webformular ermöglicht es allen Hörern ihre Bemerkungen, Kommentare und Beschwerden mitzuteilen.

La radio surveille régulièrement l'évolution des programmes de ses concurrents afin de suivre les tendances du marché RadioFr. überwacht regelmässig die Programmentwicklung der Konkurrenz um die Markttendenzen zu verfolgen.

Une enquête quantitative permet de mesurer une fois par semestre la part de marché de la radio

Eine quantitative Höرمessung ermöglicht es, jedes Semester die Entwicklung der Marktanteile zu verfolgen.

Les auditeurs qui contestent le contenu éditorial peuvent soumettre leur remarque au journaliste en remplissant le formulaire de contact WEB ou en utilisant l'adresse email de la rédaction qui se trouve sur le site de la radio. Un droit de réponse peut être accordé aux intervenants insatisfaits de la façon dont leur intervention a été mise à l'antenne et si l'objet de leur demande est justifié.

Hörer, die den redaktionellen Inhalt in Frage stellen, können ihre Beschwerde über das Webformular oder direkt an die Email-Adresse der Redaktion mitteilen. Im Falle einer berechtigten Reklamation kann eine Richtigstellung gewährt werden.

Au cas où aucune solution amiable ne serait possible, l'auditeur peut solliciter le médiateur mis en place par l'OFCOM pour les radios concessionnées. Le Médiateur de Radio Fribourg est M. Denis Sulliger qui peut être joint aux coordonnées suivantes : Organe de Médiation AIEP, rue du Simplon 13, 1800 Vevey 1

Falls keine einvernehmliche Lösung gefunden wird, kann der Hörer den vom BAKOM beauftragten Ombudsmann zur Vermittlung einberufen. Ombudsmann für Radio Freiburg ist Herr Guglielmo Bruni, mit folgender Adresse: Ombudsstelle UBI, Drosselstrasse 26, 4059 Basel.

2.4 Relation avec le personnel

Mit den Mitarbeitern

Formulaire d'action et d'amélioration D-QUA-01-01 sur C'n'M (see §5.5.2) / Formular Verbesserungsvorschläge D-QUA-01-01 auf Click'n'Manage
Evaluation du personnel / Mitarbeitergespräche
Formation / Aus- und Weiterbildung

2.5 Relations avec les fournisseurs et sous-traitants

Mit den Lieferanten und Subunternehmen

Les fournisseurs stratégiques sont définis par le comité qualité (P-BUY-01) et évalués, respectivement ré-évalués annuellement dans le logiciel C'n'M

Die strategisch wichtigen Lieferanten von RadioFr. Werden vom Qualitäts-Komitee (P-BUY-01) ermittelt und jährlich mit der Software C'n'M evaluiert.

3. Champ et périmètre de certification Anwendungsbereich der Zertifizierung

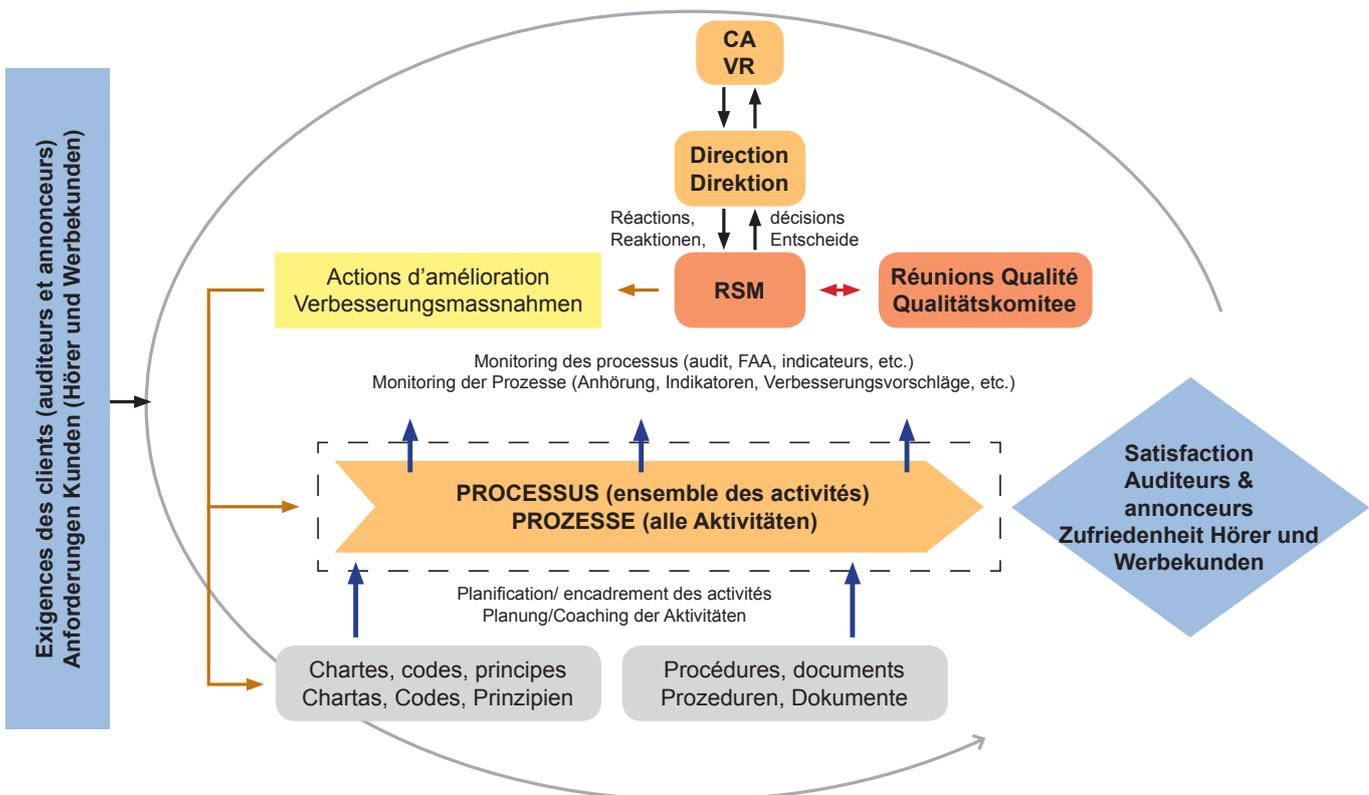
Le périmètre de certification inclut toutes les activités de la radio, assujetties à la LRTV. L'ensemble des exigences du standard ISAS MEDIAS 9001:2016 sont applicables.

Der Zertifizierungsbereich umfasst sämtliche Aktivitäten des Radios die dem RTVG unterstellt sind. Alle Anforderungen des Standards ISAS MEDIAS 9001:2016 sind anwendbar.

Les objectifs qualité sont atteints à l'aide de la boucle d'amélioration continue.

Die Ziele des Qualitätsmanagements werden mit Hilfe des Kreises der kontinuierlichen Verbesserung erreicht.

Boucle de l'amélioration continue



4. Politique Qualité & Ethique

Mission

Nous sommes une radio généraliste qui propose un service public continu d'information politique, économique, culturelle et sociale, d'éducation et de divertissement en deux langues sur toute la région fribourgeoise.

Vision

Notre volonté est de faire de RadioFr. une entreprise média de référence pour les auditeurs, les annonceurs et les autorités de l'ensemble du canton de Fribourg, en considérant notre bilinguisme comme un atout indéniable et un exemple en la matière.

Nous visons 3 objectifs principaux :

- 1) la qualité irréprochable de nos contenus éditoriaux par:
 - a. une information indépendante et vérifiée
 - b. la pluralité des opinions et la diversité des sujets abordés
 - c. la représentation des minorités, sans distinction de race ou de confession.
 - d. la surveillance continue de leur conformité à notre charte rédactionnelle, à notre charte d'entreprise, aux directives sur la publicité et le parrainage pour la radio et la télévision de l'OFCOM et à la déclaration des droits et devoirs des journalistes.

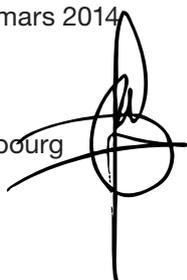
- 2) l'excellence de nos activités à travers :
 - a. l'innovation pour renforcer notre offre de contenus et optimiser nos activités
 - b. l'actualisation continue des compétences internes et la formation de nos collaborateurs afin d'être à la pointe dans notre secteur d'activité
 - c. un système d'amélioration continue auquel chacune des parties prenantes contribue par la prise en considération de toute sollicitation, quelle que soit sa nature ou la personne qui en est à l'origine, éventuellement à travers un mécanisme de médiation indépendant (Ombudsman mis en place par l'OFCOM pour les médias concessionnés).

- 3) le strict respect des réglementations en vigueur (OFCOM, LRTV).

Afin d'atteindre ces objectifs, nous nous engageons à faire vivre notre système de gestion de la qualité, à le partager avec chaque collaborateur et à le faire évoluer en fonction de l'évolution de nos métiers.

Radio Fribourg /Freiburg SA, le 14 mars 2014

Thierry Savary
Directeur général
Chef des programmes RadioFr. Fribourg



Markus Baumer
Directeur administratif et financier
Vorsteher RadioFr. Freiburg



Les documents suivants sont disponibles sur l'intranet qualité de RadioFr. (Click'n'Manage®) aux adresses suivantes :

Charte d'entreprise
Charte rédactionnelle

D-DIR-01-11
D-PROG-01-20

4. Qualitäts-und Ethische Politik

Mission

Wir sind ein Radio, das sich an die gesamte Bevölkerung richtet, mit einem durchgehenden „Service public“, bestehend aus politischer, wirtschaftlicher, kultureller sozialer und gesellschaftlicher Information, sowie Unterhaltung. Wir senden in zwei Sprachen für die gesamte Region des Kantons Freiburg.

Vision

RadioFr. ist ein Medium, das für die Hörer, die Kunden und die politischen Instanzen des gesamten Kantons Freiburg als Referenz gilt. Wir sehen unsere Zweisprachigkeit als Chance und Beispiel.

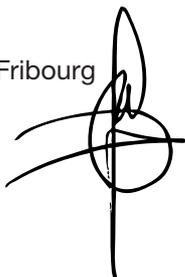
Wir haben 3 prioritäre Ziele :

- 1) Die absolute Qualität unserer redaktionellen Inhalte durch:
 - a. eine unabhängige und überprüfte Information,
 - b. die Vielfalt der Meinungen und die Verschiedenheit der Themen
 - c. die Repräsentation der Minderheiten, ohne Diskriminierung von Rasse oder Konfession.
 - d. die ständige Überprüfung ihrer Konformität mit unserer Redaktionscharta, unserer Unternehmenscharta, der Direktive des BAKOM zur Werbung und Sponsoring für Radio und Fernsehen sowie der Deklaration der Rechte und Pflichten für Journalisten.
- 2) die Exzellenz unserer Tätigkeiten durch :
 - a. Innovation um unser Angebot an Inhalten zu stärken und unsere Aktivitäten zu optimieren.
 - b. Die Aktualisierung der internen Kompetenzen und die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter um an der Spitze unseres Berufsstandes zu stehen.
 - c. Ein System der kontinuierlichen Verbesserung an dem alle beteiligten Parteien teilhaben, durch die Verarbeitung sämtlicher Inputs und Feedbacks, welcher Art und von wem auch immer, falls nötig durch eine unabhängige Ombudsstelle.
- 3) die strikte Einhaltung sämtlicher bestehender Reglementate und Gesetze (BAKOM, RTVG).

Um diese Ziele zu erreichen, verpflichten wir uns, unser Qualitätsmanagement aktiv umzusetzen, es mit allen Mitarbeitern zu teilen, es ständig zu verbessern und der Entwicklung unseres Berufes anzupassen.

Radio Fribourg Freiburg SA, den 14. märz 2014

Thierry Savary
Directeur général
Chef des programmes RadioFr. Fribourg



Markus Baumer
Directeur administratif et financier
Vorsteher RadioFr. Freiburg



Folgende Dokumente stehen auf dem Intranet von RadioFr. (Click'n'Manage®) an folgender Adresse zur Verfügung:

Unternehmenscharta
Redaktionscharta

D-DIR-01-11
D-PROG-01-20

5. Système de management de la qualité de RadioFr.

Das Qualitätsmanagement von RadioFr.

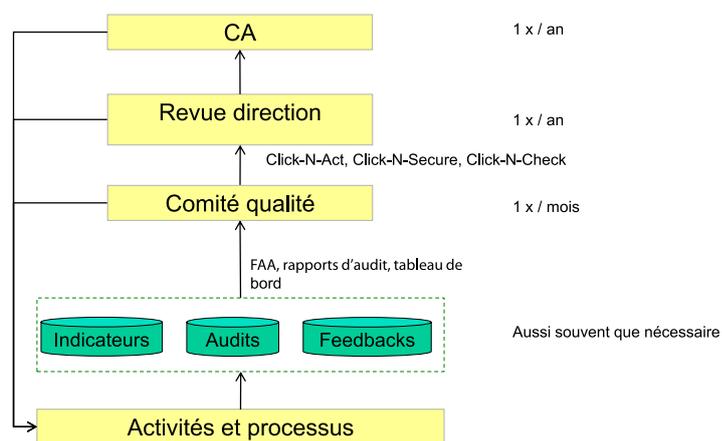
5.1 La structure de prise de décision

Die Entscheidungsfindung

Toutes les activités critiques de la radio sont identifiées et décrites dans un logiciel dédié (Click-N-Manage®). Ces activités ou procédures décrivent l'organisation de la radio sous la forme de tâches, de rôles, de responsabilités, de documents, d'enregistrements permettant d'assurer le bon fonctionnement de l'entreprise. Tout écart entre ce qui est décrit dans les procédures et ce qui est fait en réalité peut être détecté par les outils suivants :

- à travers les audits internes qualité au cours desquels les auditeurs internes vont vérifier la conformité des activités au système documentaire tout en recensant les potentiels d'amélioration.
- à travers les retours d'information (feedback) en provenance des auditeurs, des collaborateurs ou de toute autre partie prenante de la radio à travers un formulaire en ligne.
- à travers le tableau de bord (les indicateurs de performance) qui permet de suivre l'efficacité et/ou l'efficacité opérationnelle.

le diagramme des boucles de décisions



Alle kritischen Aktivitäten von RadioFr. sind in der Software „Click-N-Manage®“ identifiziert und detailliert beschrieben. Diese Prozeduren beschreiben die Organisation des Radios in Form von Aufgaben, Rollen, Verantwortlichkeiten, Dokumenten und Abspeicherungen, die ein erfolgreiches Funktionieren der Firma garantieren. Etwaige Abweichungen zwischen den beschriebenen Abläufen und der Realität können anhand folgender Werkzeuge erfasst werden:

- Durch interne Anhörungen anhand derer die Auditoren die Konformität der dokumentierten Abläufe überprüfen und Verbesserungsvorschläge aufnehmen.
- Durch die systematische Bearbeitung von Feedbacks der Hörer, Mitarbeiter oder anderer interessierter Kreise anhand von standardisierten Formularen.
- Durch die regelmässige Überwachung und Nachführung von sogenannten Performance-Indikatoren, welche die operative Effizienz anzeigen.

Ces 3 sources d'information sont suivies en continu par le responsable qualité qui répercute les informations les plus pertinentes au comité qualité ou à la direction.

Diese 3 Informationsquellen werden ständig vom Quality Manager überwacht der die relevanten Vorschläge falls nötig dem Qualitäts-Komitee oder der Direktion vorgelegt.

5.2 Le responsable qualité Der Leiter Qualität

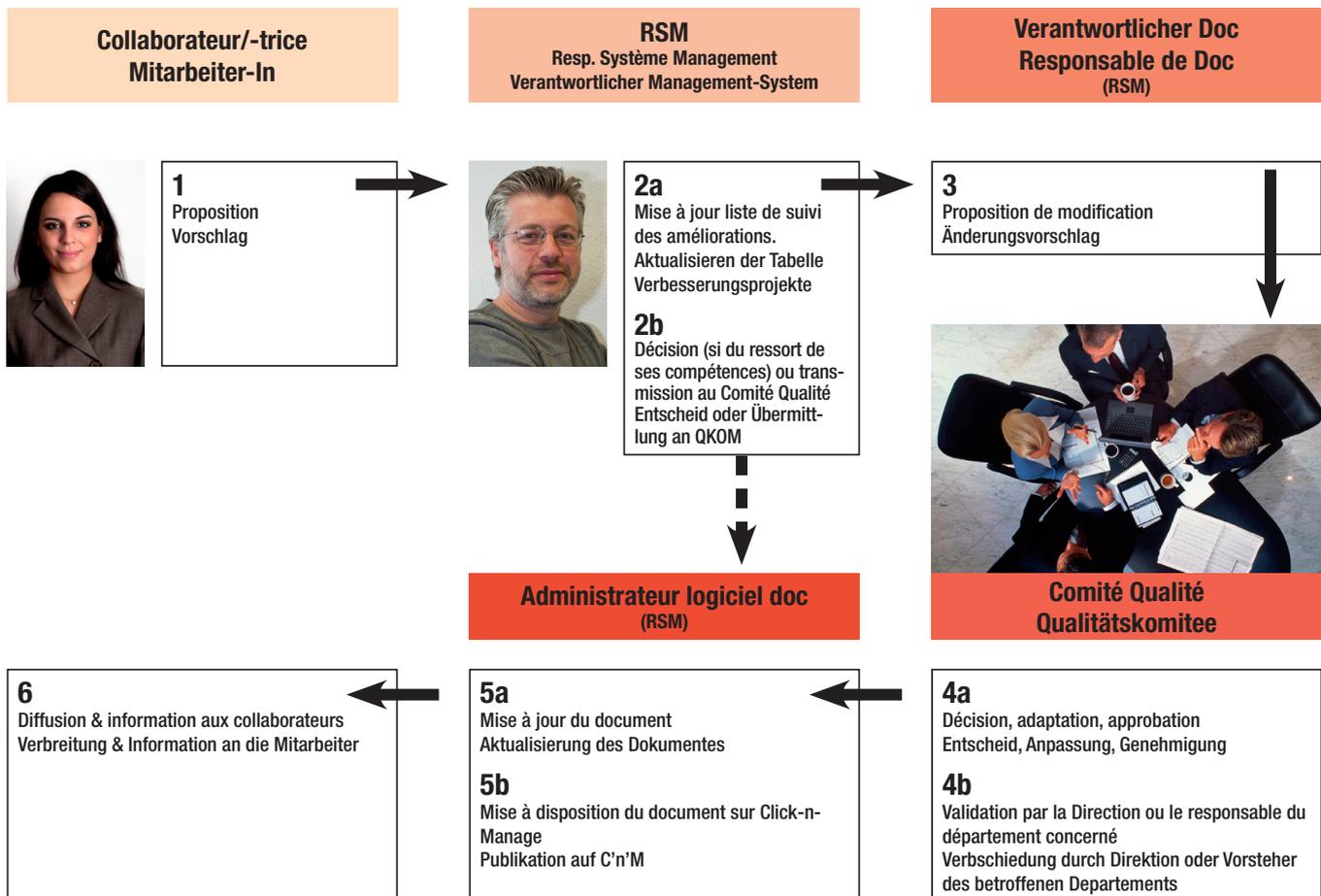
Le comité qualité est présidé par le responsable qualité (RSM) qui fait partie de la direction. Il a la responsabilité d'enregistrer tout potentiel d'amélioration résultant des informations reçues en provenance des indicateurs de performance, des auditeurs internes et feedbacks internes et externes.

Das Qualitäts-Komitee wird vom Quality Manager (RSM) präsiert, der der Direktion angehört. Seine Aufgabe besteht darin, potentielle Verbesserungsvorschläge zu bearbeiten, die über die internen Anhörungen, Feedbacks oder die Performance-Indikatoren eingegangen sind.

La dernière version du système qualité selon logiciel Click-N-Manage est accessible à tous les collaborateurs sur l'intranet de la radio sur le serveur Q:\

Die aktuelle Version der Qualitätsmanagement-Software von RadioFr. « Click-N-Manage » ist allen Mitarbeitern auf dem Intranet auf dem Server Q:

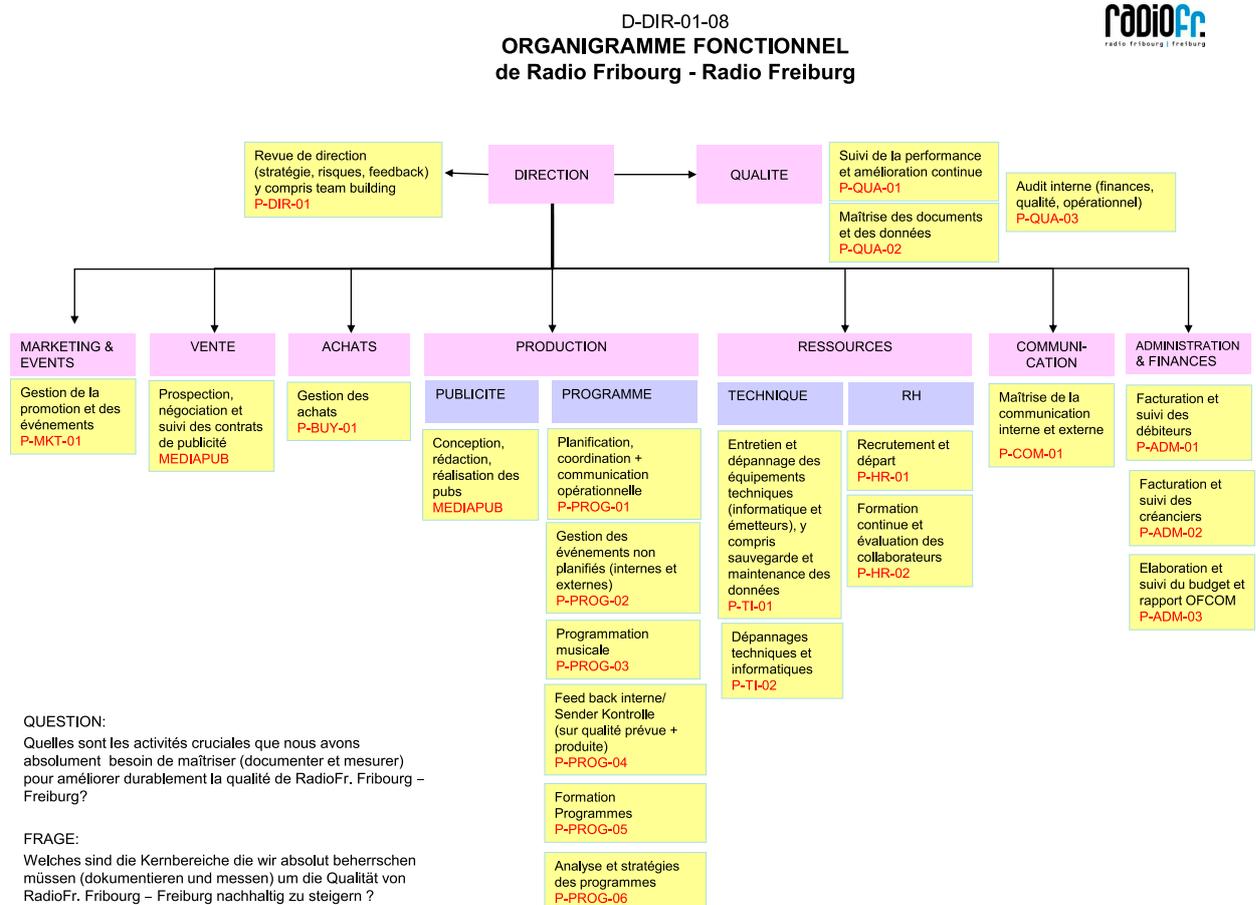
Retours d'informations en provenance des collaborateurs



5.3 Organigramme fonctionnel Das funktionale Organigramm

L'organigramme fonctionnel (à ne pas confondre avec l'organigramme hiérarchique) est la cartographie des activités principales de l'entreprise classées par grandes fonctions (marketing, production, etc.) ; c'est le « dictionnaire » des activités critiques de l'entreprise ; chacune des activités correspond à une procédure.

Das funktionale Organigramm (nicht zu verwechseln mit dem hierarchischen Organigramm) ist die „Kartografie“ der wichtigsten Aktivitäten des Unternehmens (Marketing, Produktion,...); es ist das „Wörterbuch“ der kritischen Aktivitäten der Firma, jede Aktivität entspricht einer Prozedur.

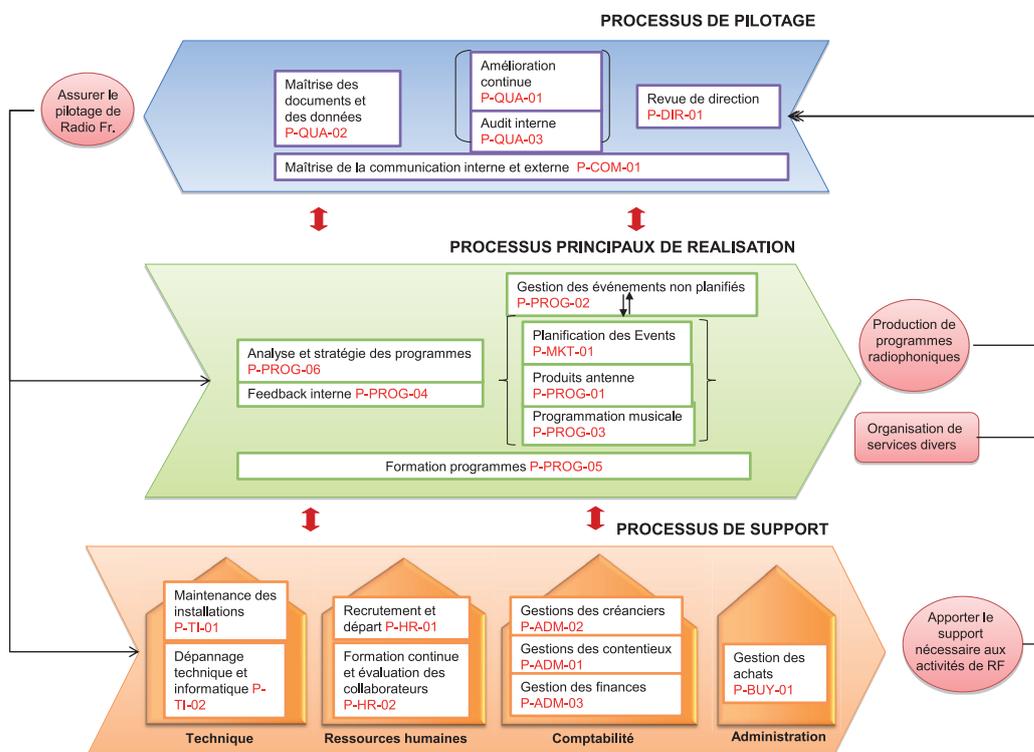


5.4 Diagramme des processus Das Prozessdiagramm

Le diagramme des processus est construit sur la base de l'organigramme fonctionnel : il permet de visualiser comment la radio enchaîne ses activités pour offrir des prestations à leurs clients respectifs. Le catalogue de prestations est constitué de :

Das Prozessdiagramm baut auf dem Funktionalen Organigramm auf. Es visualisiert die Verkettung der Aktivitäten von RadioFr., um den Kunden die versprochenen Leistungen zu erbringen. Der Leistungskatalog besteht aus:

- 1 – la production de programmes radiophoniques / der Produktion von Radio-Programmen
- 2 – l'organisation de services divers / der Organisation verschiedener Dienstleistungen



5.5. Outils d'amélioration continue

Werkzeuge der kontinuierlichen Verbesserung

La boîte à outils d'amélioration continue est constituée de :

- cinq procédures de management de la qualité : audit interne et auto-évaluation, maîtrise documentaire, amélioration continue, revue de direction et gestion du risque et d'image
- Un formulaire WEB de collecte des feedbacks internes et externes
- Les indicateurs de performance
- Une matrice de risques et un plan de maîtrise
- Un plan de formation
- Un registre d'actions d'amélioration continue

Die Werkzeuge der fortlaufenden Verbesserung sind :

- *Fünf Prozeduren des Qualitätsmanagements: Interne Anhörungen und Auto-Evolution, Dokumentation, kontinuierliche Verbesserung, Direktionsrevue, Risikomanagement*
- *Ein Webformular um interne oder externe Feedbacks einzusammeln*
- *Performance-Indikatoren*
- *Eine Risikomatrix*
- *Ein Register der Verbesserungsvorschläge.*

5.5.1 Procédures de management de la qualité

Prozeduren des Qualitätsmanagements

La procédure d'audit interne du système de management de la qualité sert à déterminer dans quelle mesure les activités réalisées par la radio sont conformes aux procédures décrites. Les indicateurs et les remontées d'information (feedbacks) concernant ces mêmes activités peuvent également mettre en évidence les défaillances ou les opportunités éventuelles. Ces 3 sources d'information sont revues à intervalle régulier par le responsable qualité ou le comité qualité qui prennent les décisions voulues ou qui choisissent de charger le comité de direction de prendre la décision le cas échéant en revue de direction. Les risques sont évalués aussi souvent que nécessaire et au moins une fois par an. Les procédures de revue de direction et de gestion du risque permettent de définir les objectifs pour la période à venir et de mettre à jour le plan de formation.

Die Prozedur der internen Anhörungen ermöglicht es festzustellen, wie stark die von RadioFr. bewerkstelligten Aktivitäten mit den im Click-N-Manage beschriebenen Prozeduren übereinstimmen. Die Performance-Indikatoren und die internen oder externen Feedbacks können ebenfalls etwaige Fehler im System oder Verbesserungspotential signalisieren. Diese drei Informationsquellen werden regelmässig vom Quality Manager oder vom Qualitäts-Komitee überprüft, und die notwendigen Massnahmen direkt getroffen, oder der Direktion vorgeschlagen. Die Risiken werden so oft wie nötig aber mindestens ein Mal pro Jahr evaluiert. Die Prozeduren der Direktions-Revue und des Risiko-Managements ermöglichen klare Zielformulierungen für die nächste Zeitspanne (Jahresplanung) und helfen Prioritäten im Aus- und Weiterbildungsplan für Mitarbeiter zu setzen

5.5.2 Formulaire de feedback WEB

Feedbackformular WEB

Quiconque souhaite faire part de son avis sur les programmes et leur contenu éditorial peut le faire grâce à un formulaire en ligne disponible à l'adresse : www.radiofr.ch -> entrée -> contact.

Wer seine Meinung zum redaktionellen Inhalt oder zum Programm allgemein kundtun will, kann dies anhand eines Webformulars an folgender Adresse tun : www.radiofr.ch -> eintritt -> kontakt.

Les collaborateurs peuvent aussi utiliser le formulaire Feedback interne D-QUA-01-01 (Fiche d'action et d'amélioration)

Mitarbeiter von RadioFr. können auch das interne Feedbackformular (D-QUA-01-01) verwenden (Formular Verbesserungsvorschläge)

Bemerkung oder Vorschlag

Name :

Vorname :

Tel :

Email :

Ihr Kommentar :

Vielen Dank für Ihr Interesse an unserer Station. Ihr Feedback hilft uns die Qualität unserer Inhalte fortlaufend zu verbessern. Damit wir eventuelle interne Massnahmen umsetzen können, könnte es sein, dass wir mit Ihnen Kontakt aufnehmen und Sie bitten, Ihren Standpunkt zu präzisieren.

Mit freundlichen Grüßen vom Radio-Fr. -Team

Remarque ou suggestion

Nom :

Prénom :

Tél :

Email :

Votre commentaire :

Merci beaucoup de l'intérêt que vous portez à notre radio. Votre feedback est la clé pour nous permettre d'améliorer en permanence la qualité de nos contenus. Il est possible que nous vous contactions pour préciser votre point de vue, afin de prendre les mesures appropriées en interne.

Meilleures salutations de toute l'équipe de RadioFr.

Les remontées d'information sont traitées par le responsable qualité qui évalue la pertinence du feedback, entreprend les actions correctives et préventives et soumet pour approbation au comité qualité si nécessaire. Le responsable qualité communique les décisions prises à l'initiateur de la demande.

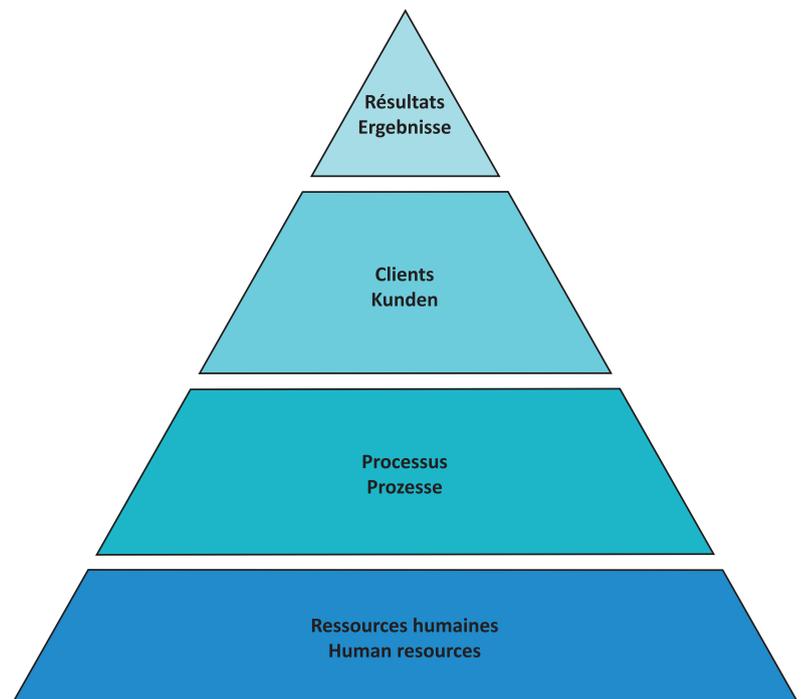
Die so erhaltenen Informationen werden vom Quality Manager geprüft. Je nach Relevanz trifft er die eventuell nötigen Massnahmen oder unterbreitet den Fall dem Qualitäts-Komitee. Der Autor des Vorschlags wird über die getroffenen Massnahmen informiert.

5.5.3 Indicateurs de performance Performance-Indikatoren

Les 20 indicateurs suivants sont régulièrement surveillés afin d'obtenir une vision de l'état de l'entreprise.

Die 20 folgenden Indikatoren werden regelmässig überprüft um sich ein Bild des Zustandes der Firma zu machen.

1- Précision budgétaire (4 x an) / Präzision des Budgets 2- Cash Flow (4 x an) 3- Taux de conformité aux critères OFCOM (4 x an) / BAKOM-Konformität
4- Chiffres d'affaires / Umsatz 5- DSO (Daily Sales Outstanding) 1 x mois
6- Taux de satisfaction annonceurs / Zufriedenheit Werbekunden 7- Taux satisfaction auditeurs / Zufriedenheit Hörer 8- Parts de marché (2 x an) / Auditeurs - Hörerzahlen
9- Carnet de commandes / Auftragsvolumen 10- Nombre de clients nouveaux / Neue Kunden 11- Nombre de clients perdus et raisons de la perte / Verlorene Kunden + Gründe für den Verlust
12- Nombre et nature des feed-backs internes / Anzahl + Art int. FB 13- Nombre et nature des feed-backs externes / Anzahl + Art ext. FB
14- Nombre d'interventions de dépannage sur matériel technique / Anzahl Störungsbehebungen 15- Nombre et temps d'indisponibilité antenne / Anzahl und Dauer Senderausfälle
16- Taux de satisfaction collaborateurs / Zufriedenheit Mitarbeiter 17- Taux de la masse salariale consacrée à la formation continue / Anteil Lohnmasse für Weiterbildung 18- Taux d'absentéisme > 3jours / Absenzen > 3 Tag 19- Taux d'absentéisme < =3 jours / Absenzen < = 3 Tag 20- Turnover



D-QUA-01-04

5.5.4 Plan de maîtrise des risques *Risikomanagement*

Tout danger susceptible de nuire au bon fonctionnement de la radio est répertorié, analysé et évalué afin d'en déduire les risques associés. Les critères d'évaluation reposent sur :

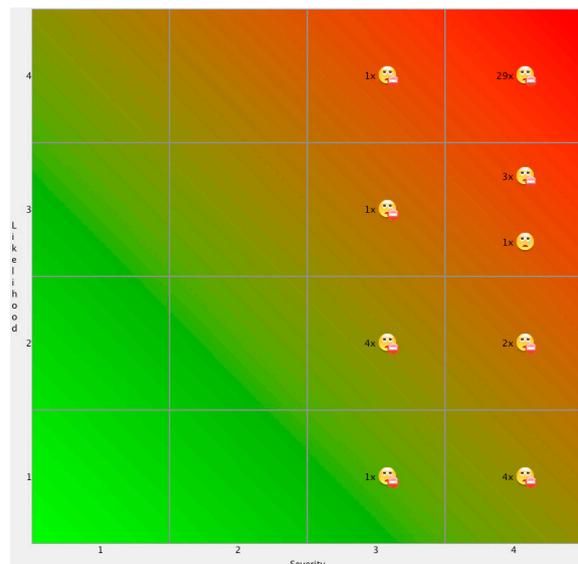
- la probabilité d'exposition au danger
- la gravité de l'événement
- le niveau de maîtrise du risque, basé sur:
 - l'existence ou non d'une procédure qui décrit les mesures nécessaires pour limiter la gravité de la conséquence ou la probabilité de l'événement.
 - l'existence ou non d'un document capable de communiquer le risque aux parties intéressées.
 - l'état des compétences des personnes responsables des tâches exposées aux risques identifiés.

Jede potentielle Gefahr für das Radio wird identifiziert und regelmässig evaluiert um die möglichen Risiken für die Firma abzuschätzen. Die Evaluationskriterien basieren auf:

- *Wahrscheinlichkeit des Ereignisses*
- *Gefährlichkeit des Ereignisses*
- *Wie stark ist das Risiko im Griff (gibt es eine Prozedur? Gibt es ein Dokument um das Risiko den betroffenen Parteien klarzumachen? Sind die vom Risiko betroffenen Personen kompetent genug, um damit umzugehen?)*

Les mesures de maîtrise permettent de réduire le niveau de risque résiduel à un niveau acceptable pour la radio grâce à des actions correctives et préventives. L'analyse de risque permet aussi de mettre à jour le plan de formation et de détecter l'échéance prochaine des qualifications des collaborateurs concernés.

Die Prozeduren der Risikobeherrschung helfen, die Risiken für die Firma erträglich und akzeptabel zu machen. Sie ermöglichen es auch, den Weiterbildungsplan zu aktualisieren und die Zeitspanne bis zu den nächsten Qualifizierungsterminen für die Mitarbeiter zu berechnen.



5.5.5 Plan de formation *Trainingsplan*

Le plan de formation est élaboré sur la base des qualifications des collaborateurs responsables de tâches qui exigent une qualification spécifique. Le principe consiste à tenir à jour les dates d'évaluation et de réévaluation des compétences des collaborateurs concernés.

Der Weiterbildungsplan basiert auf den Kompetenzen der Mitarbeiter, die für eine Aufgabe verantwortlich sind, welche eine spezifische Qualifikation oder Aus-/Weiterbildung benötigt. Das Prinzip besteht darin, Evaluationstermine für die betroffenen Mitarbeiter zu aktualisieren und im Auge zu behalten.

5.5.6 Registre des améliorations *Tabelle Verbesserungsprojekte*

Le registre des améliorations (D-QUA-01-02) est une table de synthèse des actions d'améliorations enregistrées dans le système qualité et décidées par le responsable qualité et/ou le comité qualité. Il présente la nature de l'action corrective et préventive, son lien éventuel avec des risques identifiés, qui est en charge de l'implanter et la date d'échéance pour sa mise en place. Il permet de mesurer les améliorations implantées par la radio.

Das Register der Verbesserungsvorschläge (D-QUA-01-02) ist eine Tabelle welche die vom Quality Manager oder Qualitäts-Komitee angenommenen Verbesserungsvorschläge synthetisiert und in das Qualitätsmanagement-System einfügt. Es zeigt die Art des Verbesserungsvorschlags, seine Verbindung mit eventuellen Risiken, wer dafür verantwortlich ist, und die Frist bis zu seiner Umsetzung. Dieses Dokument ermöglicht es auch, die Verbesserungsmaßnahmen des Radios messbar zu machen.



POLITIQUE QUALITE & ETHIQUE

QUALITÄTSPOLITIK & ETHIK

Date dernière mise à jour: 24/09/2015

D-DIR-01-05

Politique Qualité & Ethique de RadioFr.

Mission

Nous sommes une radio généraliste qui propose un service public continu d'information politique, économique, sportive, culturelle et sociale, d'éducation et de divertissement en deux langues sur toute la région fribourgeoise.

Vision

Notre volonté est de faire de RadioFr. une entreprise média de référence pour les auditeurs, les annonceurs et les autorités de l'ensemble du canton de Fribourg, en considérant notre bilinguisme comme un atout indéniable et un exemple en la matière.

Nous visons 3 objectifs principaux :

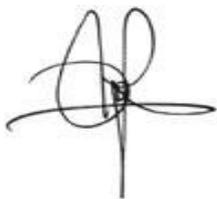
- 1) **la qualité irréprochable de nos contenus éditoriaux** par
 - a. une information indépendante et vérifiée
 - b. la **pluralité** des opinions et la **diversité** des sujets abordés
 - c. la **représentation des minorités**, sans distinction de race ou de confession.
 - d. la surveillance continue de leur conformité à notre charte rédactionnelle, à notre charte d'entreprise, aux directives sur la publicité et le parrainage pour la radio et la télévision de l'OFCOM et à la déclaration des droits et devoirs des journalistes.

- 2) **l'excellence de nos activités à travers :**
 - a. l'innovation pour renforcer notre offre de contenus et optimiser nos activités
 - b. l'actualisation continue des compétences internes et la formation de nos collaborateurs afin d'être à la pointe dans notre secteur d'activité
 - c. un système d'amélioration continue auquel chacune des parties prenantes contribue par la prise en considération de toute sollicitation, quelle que soit sa nature ou la personne qui en est à l'origine, éventuellement à travers un mécanisme de médiation indépendant (Ombudsman mis en place par l'OFCOM pour les médias concessionnés).

- 3) **le strict respect des réglementations en vigueur (OFCOM, LRTV,...)**

Afin d'atteindre ces objectifs, nous nous engageons à faire vivre notre système de gestion de la qualité, à le partager avec chaque collaborateur et à le faire évoluer en fonction de l'évolution de nos métiers.

Radio Fribourg/Freiburg SA



Thierry Savary
Directeur général



Markus Baumer
Directeur administratif et financier

POLITIQUE QUALITE & ETHIQUE

QUALITÄTSPOLITIK & ETHIK

Date dernière mise à jour: 24/09/2015

D-DIR-01-05

Qualitäts- und Ethische Politik von RadioFr.

Mission

Wir sind ein Radio, das sich an die gesamte Bevölkerung richtet, mit einem durchgehenden „Service public », bestehend aus politischer, wirtschaftlicher, sportlicher, kultureller, sozialer und gesellschaftlicher Information, sowie Unterhaltung. Wir senden in zwei Sprachen für die gesamte Region des Kantons Freiburg.

Vision

RadioFr. ist ein Medium, das für die Hörer, die Kunden und die politischen Instanzen des gesamten Kantons Freiburg als Referenz gilt. Wir sehen unsere Zweisprachigkeit als Chance und als Vorbild.

Wir haben 3 prioritäre Ziele:

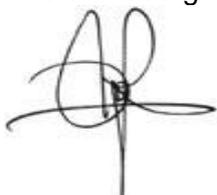
1. Die absolute Qualität unserer redaktionellen Inhalte durch:
 - eine unabhängige und überprüfte Information;
 - die Vielfalt der Meinungen und die Verschiedenheit der Themen;
 - die Repräsentation der Minderheiten, ohne Diskriminierung von Rasse oder Konfession;
 - die ständige Überprüfung ihrer Konformität mit unserer Redaktionscharta, unserer Unternehmenscharta, der Direktive des BAKOM zur Werbung und Sponsoring für Radio und Fernsehen sowie der Deklaration der Rechte und Pflichten für Journalisten.

2. Die Exzellenz unserer Tätigkeiten durch:
 - Innovation um unser Angebot an Inhalten zu stärken und unsere Aktivitäten zu optimieren.
 - Die Aktualisierung der internen Kompetenzen und die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter um an der Spitze unseres Berufsstandes zu stehen.
 - Ein System der kontinuierlichen Verbesserung an dem alle beteiligten Parteien teilhaben, durch die Verarbeitung sämtlicher Inputs und Feedbacks, welcher Art und von wem auch immer, falls nötig durch eine unabhängige Ombudsstelle.

3. Die strikte Einhaltung sämtlicher bestehender Reglemente und Gesetze (BAKOM, RTVG)

Um diese Ziele zu erreichen, verpflichten wir uns, unser Qualitätsmanagement aktiv umzusetzen, es mit allen Mitarbeitern zu teilen, es ständig zu verbessern und der Entwicklung unseres Berufes anzupassen.

Radio Fribourg/Freiburg AG



Thierry Savary
Directeur général



Markus Baumer
Directeur administratif et financier

Certification de Systèmes de Management Rapport de synthèse d'audit

Organisme	Radio Fribourg				
Adresse	Rue du Centre 18, 1752 Villars-sur-Glâne				
Norme(s)	ISAS MEDIA 9001 :2016	Accréditation(s)	---		
Représentant(e)	M. Markus Baumer				
Site(s) audité(s)	---		Date de l'audit	22.06.2022	
Code(s) EA	39	Code(s) NACE v1.1	92.2	Code(s) technique(s)	39.3
Nb effectif de personnel	53		Nb d'équipe(s)	---	
Responsable d'audit	Pierre Viscolo (LA ISAS MEDIA)		Autre(s) auditeur-trice(s)	---	
Participants supplémentaires	---				
<p>Ce rapport est confidentiel et sa distribution est limitée à l'équipe d'audit, aux participants de l'audit, aux représentants du client, au bureau SGS et peut être requis lors d'échantillonnage par un organisme d'accréditation, un propriétaire de schéma de certification ou tout autre organisme réglementaire en ligne avec notre Déclaration de confidentialité qui peut être consultée sur www.sgs.ch/fr-fr/privacy-at-sgs.</p>					

1. Objectifs de l'audit

Les objectifs de l'audit étaient de :

- Déterminer la conformité de tout ou parties du système de management, aux critères de l'audit,
- Déterminer la capacité du système de management à assurer que l'organisme répond aux exigences légales, réglementaires et contractuelles applicables.

NOTE Un audit de certification d'un système de management n'est pas un audit de conformité juridique.

- Déterminer l'efficacité du système de management à assurer que l'organisme peut raisonnablement s'attendre à atteindre ses objectifs spécifiés.
- Identifier, suivant le cas, des parties du système de management susceptibles d'être améliorées.

2. Domaine d'application de la certification (texte figurant sur le certificat)

La conception, la programmation, la réalisation, la production et la diffusion de programmes radiophoniques, ainsi que les activités techniques, administratives et financières y relatives

Ce domaine d'application a-t-il été modifié suite à cet audit ? Oui Non

Le système de management de l'organisme couvre plusieurs sites. Si oui, tous les sites sont listés à l'Annexe 1 du présent rapport et ont été validés avec le client). Oui Non

Pour les audits intégrés, confirmer le niveau actuel d'intégration du SMI de l'organisme.

Basique. Toutes les normes sont couvertes par les mêmes : revue de direction, programme d'audit et système de maîtrise documentaire. NA Basique Elevé

Elevé. En outre, la même équipe est responsable pour l'implémentation et la tenue à jour du système de management et peut répondre aux questions pour tout le système de management.

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 1 de 10

3. Constats d'audit et conclusions

L'audit s'est basé sur les processus en se concentrant sur les aspects significatifs, les risques et les objectifs identifiés par l'organisme et requis par la (les) norme(s). Une approche par échantillonnage a été appliquée, basée sur les informations disponibles au moment de l'audit. Les constats d'audit ont été identifiés sur la base d'entretiens, d'observations d'activités et de revues d'informations documentées.

Le déroulement de l'audit a suivi le plan d'audit. Les principaux éléments audités, ainsi que les éventuels écarts au plan d'audit sont mentionnés au chapitre 6 de ce rapport.

En conclusion, l'équipe d'audit **confirme** / **ne peut pas confirmer** que l'organisme :

- a mis en œuvre et maintient un système de management en conformité avec les exigences de la (des) norme(s).
- peut démontrer la capacité du système de management à couvrir le domaine d'application défini et à soutenir efficacement la politique et les objectifs de l'organisme.

Nombre de déviations identifiées: 0 Majeure(s) 0 Mineure(s)

Sur la base des résultats de l'audit, ainsi que sur l'efficacité et la maturité du système de management, l'équipe d'audit recommande que la certification soit :

Accordée

Maintenue

Reportée

Suspendue jusqu'à ce que les actions correctives soient jugées satisfaisantes.

4. Suivi de l'audit précédent

Les résultats du dernier audit ont été passés en revue pour évaluer l'efficacité des actions mises en œuvre, particulièrement en réponse aux éventuelles déviations identifiées. Cette revue a conclu que:

- Toutes les déviations identifiées lors de l'audit précédent ont été corrigées et les actions mises en œuvre continuent à être efficaces. Voir Chapitre 6, section *Par rapport à l'audit précédent*, page 4.
- Des déviations identifiées lors de l'audit précédent n'ont pas été correctement prises en compte dans le système de management. Voir Chapitre 6, section *Par rapport à l'audit précédent*, page 4.
- Aucune déviation n'avait été identifiée lors de l'audit précédent.

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 2 de 10

5. Constats d'audit

L'audit s'est basé sur les processus en se concentrant sur les aspects significatifs, les risques et les objectifs identifiés par l'organisme et requis par la (les) norme(s). Une approche par échantillonnage a été appliquée, basée sur les informations disponibles au moment de l'audit. Les constats d'audit ont été identifiés sur la base d'entretiens, d'observations d'activités et de revues d'informations documentées.

Les informations documentées du système de management répondent aux exigences de la (des) norme(s) et sont appropriées à l'organisation actuelle. Elle permet la mise en œuvre et la tenue à jour du système de management. Oui Non

L'organisme a démontré qu'il met en œuvre et tient à jour un système de management qui soit capable d'atteindre les engagements de la politique et les résultats attendus du (des) système(s) de management. Oui Non

L'organisme a démontré qu'il met en œuvre et suit des objectifs de performance clé et cibles et qu'il évalue leur progression. Oui Non

Le programme d'audit interne est bien établi et démontre son efficacité en tant qu'outil de tenue à jour et d'amélioration du système de management. Oui Non

La revue de direction est effectuée à intervalles planifiés et permet de démontrer que le système de management demeure pertinent, adéquat et efficace. Oui Non

Tel qu'audité, le système de management s'est avéré globalement conforme aux exigences de la (des) norme(s). Oui Non

L'utilisation des marques de certification est correcte et en accord avec les règles de SGS. L'organisme contrôle efficacement l'utilisation des documents et marques de certification. N/A Oui Non

Les éventuels constats négatifs sont détaillés au chapitre 7. Déviations (page 8) du présent rapport.

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 3 de 10

6. Principales pistes d'audit suivies

Les processus, activités, fonctions et équipes de travail spécifiques audités sont détaillés dans la matrice de planification d'audit et le plan d'audit. Au cours de l'audit des processus, activités et fonctions de l'organisme, différents éléments et liens ont été abordés, particulièrement les points suivants :

Par rapport aux résultats de l'audit précédent

Les éventuelles déviations identifiées lors du dernier audit sont rappelées ci-dessous avec le résultat de la vérification des actions correctives associées mises en œuvre :

Déviation		Actions correctives mises en œuvre	Clôture : Commentaires
N°	Description		
1	Aucune déviation n'avait été identifiée.		

Note : Les déviations n'ayant pas pu être closes sont reprises au Chapitre 7. Déviations, page 8.

Toutes les observations identifiées lors de l'audit précédent ont été revues et ont été traitées de manière appropriée. Oui Non

Commentaires :

Par rapport à cet audit

L'objectif de ce chapitre est de :

- mettre en évidence tout changement significatif
- résumer la conformité du système de management audité en décrivant les pistes d'audit suivies
- mentionner les éventuelles modifications par rapport au plan d'audit initial prévu

Changements

Changements clés de l'organisation ? (Personne clé, activité, produit, infrastructure, ...) Oui Non

Changements clés du système de management ? Oui Non

Changements :

Travail en équipe

Toutes les équipes de travail (shifts) ont été auditées ? N/A Oui Non

Les activités qui ont lieu pendant les rotations des équipes doivent être prises en compte lors de l'élaboration de la matrice d'audit et des plans d'audit. ISO/IEC 17021-1:2015 §9.1.3.5

Si non, donner les raisons :

Eléments audités

Séance de rédaction	ISO 9001
Exigences applicables	8
L'auditeur-trice déclare que, selon les échantillons audités ci-dessous: <ul style="list-style-type: none"> - Le processus est conforme aux exigences applicables. - Le processus semble adapté pour gérer et maîtriser adéquatement les risques et opportunités. - Aucune preuve n'a été identifiée démontrant que le processus ne soit pas implémenté. 	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non Voir Eléments de preuve
Description du processus Initiales et fonction/département des audités Informations documentées auditées <ul style="list-style-type: none"> • Séance de rédaction: <ul style="list-style-type: none"> - La séance débute avec un debriefing collaboratif des sujets de la veille sur le fond et la forme - Les rédactions des deux rédactions de radio Fribourg et Freiburg et de FRAPP participent à la séance - Le rédacteur en Chef demande aux journalistes si il y a des sujets à proposer: - Appel aux propositions de noms pour les habitants de Misery-Courtillon - Rossens: la préparation des gironds - La chasse Suisse et régulation des loups: entretien avec le président de Jagd Schweiz - TPF: annonce des comptes 2021 - Ville de Fribourg comptes 2021 - Hôtel cantonal du Grand Conseil réouverture après rénovation - Assfam: entretien avec le Directeur au sujet des proches aidants - SSP: Pénurie possible d'enseignants à la prochaine rentrée - Le Rédacteur en Chef propose les sujets suivants - HFR: plan canicule - Certains angles sont discutés par rapport aux sujets choisis - La journée de demain est partiellement planifiée - Le rôle de Joker coordonne les nouvelles - Organisation des chefs d'édition - Sujets du matin 20 à 30 secondes • Rédaction: <ul style="list-style-type: none"> - Les enjeux de la qualité de l'offre journalistique: - Choix des sujets - Ecoute et debriefings quotidiens - Formation des collaborateurs - Chaque collaborateur fait l'objet d'un entretien annuel d'évaluation - D-PROG-01-22 Vademecum Rédaction - Guide d'utilisation technique - Checklist de formation rédaction 	

Processus de pilotage	ISO 9001
Exigences applicables	4, 5, 6, 7, 9, 10
L'auditeur-trice déclare que, selon les échantillons audités ci-dessous: <ul style="list-style-type: none"> - Le processus est conforme aux exigences applicables. - Le processus semble adapté pour gérer et maîtriser adéquatement les risques et opportunités. - Aucune preuve n'a été identifiée démontrant que le processus ne soit pas implémenté. 	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non Voir Eléments de preuve

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 5 de 10

Description du processus

Initiales et fonction/département des audités

Informations documentées auditées

- Marché publicitaire toujours en dessous de la période d'avant pandémie
- Le marché national et le secteur automobile sont sinistrés actuellement
- De plus en plus de rabais sont demandés par les annonceurs
- Le marché régional souffre moins et les efforts se concentrent sur cette source de revenus
- Modification de la loi sur les médias
- Relaunch complet des programmes prévu pour Radio Freiburg en automne 2022
- Discussion sur la Revue de Direction 2022
- Auditeur (trice): type identifiés
- **Suivi de la performance et amélioration**
 - Comité qualité chaque 3 à 4 mois
 - Analyse des dysfonctionnement par le comité
 - Contexte interne/externe discuté lors des séances interdépartementales mensuelles
 - Indicateurs analysés dans Click-N-Manage, les indicateurs insatisfaisants font l'objet de mesures
 - Planning des audits internes annuels
 - Rapports d'audit interne par échantillonnage
 - Tableau des actions (N/C, ACP, FAA, réclamations)
 - Convention collective de travail pour les collaborateurs garantissant le respect des salaires minimums.

Processus de production	ISO 9001
Exigences applicables	8
L'auditeur-trice déclare que, selon les échantillons audités ci-dessous: <ul style="list-style-type: none"> - Le processus est conforme aux exigences applicables. - Le processus semble adapté pour gérer et maîtriser adéquatement les risques et opportunités. - Aucune preuve n'a été identifiée démontrant que le processus ne soit pas implémenté. 	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non <small>Voir Eléments de preuve</small>
<p>Description du processus</p> <p>Initiales et fonction/département des audités</p> <p>Informations documentées auditées</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organisation des contenus au niveau de l'animation et de la structure du programme quotidien - Planification de l'antenne (Wochenübersicht) sur Excel - La plateforme Radioplan a été commandée et sera utilisée pour l'automne - Grille des programmes dans Zetta - Séance annuelle pour la participation aux festivals - Schmittnerfestival senderplanung - Réservation en ligne du matériel d'enregistrement - Dienstplan (bi-mensuel) - Evogenius Reporting - Definition Kernzielgruppe - Parametrage de G-selector pour le futur relaunch - Arbeitsgruppen Relaunch - P-PROG-01 Produits antenne - Formation continue des collaborateurs 	

Processus Technique	ISO 9001
Exigences applicables	7
L'auditeur-trice déclare que, selon les échantillons audités ci-dessous: <ul style="list-style-type: none"> - Le processus est conforme aux exigences applicables. - Le processus semble adapté pour gérer et maîtriser adéquatement les risques et opportunités. - Aucune preuve n'a été identifiée démontrant que le processus ne soit pas implémenté. 	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non Voir Eléments de preuve
Description du processus Initiales et fonction/département des audités Informations documentées auditées <ul style="list-style-type: none"> - D-TI-01-12 Stratégie informatique - DSI Project Vue EPIC - P-TI-02 Dépannage technique et informatique - GLPI outil de ticketing - Site Documentation IP Médiaparc - Répertoire TechniqueX - Gestion des tâches informatiques et technique sur Trello - Gestion des contrats de licence - D-TI-01-12 Stratégie sécurité - D-TI-02-04 Manuel d'utilisation des studios - Rencontres technique / responsables de département mensuelles maintenues. - OpenProject logiciel de gestion de projets - Nouvel outil de gestion de tickets sur base GLPI démarré en juin 2021 	

Processus Comptabilité	ISO 9001
Exigences applicables	7
L'auditeur-trice déclare que, selon les échantillons audités ci-dessous: <ul style="list-style-type: none"> - Le processus est conforme aux exigences applicables. - Le processus semble adapté pour gérer et maîtriser adéquatement les risques et opportunités. - Aucune preuve n'a été identifiée démontrant que le processus ne soit pas implémenté. 	<input checked="" type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non Voir Eléments de preuve
Description du processus Initiales et fonction/département des audités Informations documentées auditées <ul style="list-style-type: none"> - P-ADM-03 Gestion des finances - Facturation Winbiz - Formulaires budgets par département - Bouclement annuel et bouclements intermédiaires fin mai et fin août - D-ADM-01-05 Comptes annuels - Contrat d'affermage avec la régie publicitaire 	

7. Déviations

Déviations	<i>Non applicable</i>	<input type="checkbox"/> Majeure	<input type="checkbox"/> Mineure
Département / Fonction	---	Réf. Norme	---
Réf. Document	---	Version doc	---
Déviations constatées	<i>Aucune déviation majeure, ni mineure n'a été identifiée</i>		

Réponse requise aux déviations

Les corrections et les actions correctives appropriées, y compris l'analyse des causes racines de chaque déviation doivent être documentées dans un plan d'action. Une fois que les actions correctives prévues sont validées par l'auditeur-trice, elles seront vérifiées à la prochaine visite.

Une déviation majeure, ne pouvant être traitée dans les délais, conduit à une annulation ou à une suspension de la certification. Une déviation majeure peut conduire selon la gravité à une suspension immédiate du certificat jusqu'à la clôture de la déviation.

Une déviation mineure, ne pouvant être traitée dans les délais, peut conduire à une suspension de la certification ou à un reclassement en déviation majeure à la prochaine visite d'audit.

Déviations majeures

a. Toutes les corrections, l'analyse des causes et les actions correctives prévues pour les déviations majeures doivent être mises en œuvre immédiatement.

Un audit complémentaire doit être effectué pour vérifier l'efficacité des corrections et des actions correctives mises en œuvre. L'audit complémentaire se fera :

a1. sur site et durera --- jours (minimum 0.50 jour). L'auditeur-trice doit être informé des actions mises en œuvre au plus tard 30 jours après l'identification de la déviation (voir note 1).

a2. hors site sur base documentaire et durera --- jours (minimum 0.25 jour). Les éléments de preuve sur les déviations doivent être envoyés à l'auditeur-trice dès que possible (voir note 1).

Note 1 Le rapport de l'audit complémentaire doit pouvoir être établi au plus tard 90 jours après l'identification de la déviation ou avant l'échéance du certificat pour les audits de recertification.

b. Toutes les corrections, l'analyse des causes et les actions correctives pour chaque déviation majeure ont été immédiatement mises en œuvre, sont appropriées et leur efficacité a pu être vérifiée.

Déviations mineures

Toutes les corrections, l'analyse des causes et les actions correctives prévues pour les déviations mineures :

a. ont été immédiatement mises en œuvre par l'organisme et sont acceptées par l'auditeur-trice.

b. n'ont pas encore été mises en œuvre, mais ont été examinées et sont acceptées par l'auditeur-trice (note 2).

c. doivent être documentées dans un plan d'action envoyé dès que possible par l'organisme à l'auditeur-trice au plus tard 90 jours après la date de l'audit. (Option possible uniquement en audit de surveillance, note 2).

La vérification de l'efficacité des actions correctives sera effectuée lors de la prochaine visite.

Note 2 La décision de certification sur les audits de certification, recertification ou extension du domaine d'application, ne peut être prise que si les actions correctives prévues par l'organisme sont acceptées par l'auditeur-trice dans le présent rapport.

Il est donc recommandé de faire accepter les actions correctives en clôture d'audit.

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 8 de 10

8. Observations générales & Opportunités d'amélioration

Commentaire général

Le système de management de la qualité de Radio Fribourg est bien adapté à l'entreprise, mature et bien entretenu.

Points positifs

- Remise en question régulière de la pertinence des éléments du système
- Excellente compréhension des enjeux de la norme

Observations et opportunités d'amélioration

Note : Les constats **Ox** sont des observations, qui présentent un risque de déviation par rapport à une exigence normative. L'organisme audité doit au minimum prendre position sur ces constats qui seront vérifiés au prochain audit.
Les constats **Ax** sont des opportunités d'amélioration du système de management, qui sont laissées à l'appréciation de l'organisme audité.

Pilotage

- A1** Garantir que l'approche processus soit représentée dans les audits internes particulièrement dans les processus transversaux, afin de détecter toute faiblesse ou besoin dans les activités ne faisant pas l'objet d'une procédure
- A2** Evaluer l'utilisation de Click 'n Manage par les utilisateurs afin de s'assurer que les collaborateurs aient l'aisance nécessaire pour naviguer dans le logiciel sans perdre de temps

IT

- A3** Réfléchir aux enjeux de la future RGPD et à l'impact potentiel sur l'entreprise. Le cryptage de certaines données serait-il utile?).
- A4** Des formations / sensibilisations régulières auprès des collaborateurs en matière de sécurité informatique permettrait de réduire sensiblement les risques d'introduction de virus informatiques par inadvertance par les collaborateurs (phishing).
- A5** Envisager la création d'un plan de continuité en cas de piratage informatique pour minimiser le temps nécessaire pour rétablir les opérations, même en mode dégradé.

Finances

- A6** Evaluer l'intérêt de décrire une retroplanification pour la gestion des budgets

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 9 de 10

9. Présences à l'ouverture et à la clôture d'audit

Nom	Fonction	Ouverture	Clôture
M. Thierry Savary	Directeur Général	X	X
M. Markus Baumer	Directeur administratif et financier	X	X
Mme. S. Nyikus	RQ	X	X

10. Prochain audit – Recertification

Cadencement des audits

Afin de garantir la réalisation de la prochaine visite dans les délais, SGS recommande de convenir de la date d'audit avec le Responsable d'audit le plus tôt possible et au minimum 3 mois avant la date de cadencement.

Les règles de cadencement sont définies par l'ISO/IEC 17021-1:2015.

- Veuillez prendre note que l'audit de recertification doit être réalisé suffisamment tôt avant l'échéance du certificat actuel pour permettre la réalisation de l'audit, la clôture d'éventuelles déviations majeures, la revue technique jusqu'à la décision de recertification.

L'audit de recertification doit donc être réalisé au plus tôt 6 mois et au plus tard 2 mois avant la date d'échéance du certificat pour garantir un renouvellement ininterrompu du certificat.

Cela signifie que l'audit doit être planifié dans la période de

Veuillez noter que si la décision de recertification ne peut être prise avant l'échéance du certificat, le nouveau certificat ne pourra démarrer au lendemain de l'échéance du certificat actuel. En conséquence, la validité de la certification sera interrompue jusqu'à ce que la décision de recertification ait pu être prise.

En outre, le nouveau certificat aura une validité réduite inférieure à 3 ans. En effet, les règles de certification imposent que la date d'échéance du nouveau certificat soit identique à la date d'échéance du certificat actuel plus 3 ans.

Changement au domaine d'application de la certification

Veuillez noter que si le domaine d'application de la certification (activités listées sur le certificat) devra changer, il est impératif de contacter le responsable d'audit dès que possible et au moins 3 mois avant la réalisation du prochain audit pour intégrer ces changements dans le plan d'audit.

Si une demande de changement du domaine d'application est demandée durant ou après l'audit, SGS se réserve le droit de refuser ce changement jusqu'à la réalisation de la visite suivante ou d'un audit complémentaire.

A transmettre avant le prochain audit

- La prise de position sur les observations (**Ox** au Chapitre 8). Cette information peut être transmise en annotant par exemple le présent rapport d'audit.

N° d'offre : 3201990	Date d'émission : 21.07.2022	Type de visite : Surveillance	N° de visite : V3
CONFIDENTIEL	Emis par : Pvi	N° version modèle : 22.3 CH_GS0304_F	Page(s) : 10 de 10

Moderation

Redaktion

Alle

Zeit	Inhalt	Länge in Minuten	Davon regional-relevant	Behandelt regelmässig kulturelle Inhalte
5,30	Start Morgensendung	1	0	
5,45	Schlauer in den Tag	1,5	0	
6,00	Nachrichten	3	0	x
6,12	Tagesthema	2	0	x
6,21	Morgenrubrik	2	0	
6,30	Kurznachrichten	1,5	0	x
6,40	Tagesthema	2	0	x
6,50	Wetter	1	0	
7,00	Nachrichten	3	2	x
7,12	Tagesthema	2	1	x
7,21	Morgenspiel	2,5	0	
7,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
7,40	Tagesthema	2	1	x
7,50	Wiederholung von Schlauer in den Tag	1,5	0	
8,00	Nachrichten	3	2	x
8,12	Sport	2,5	2,5	
8,21	Tagesthema	2	1	x
8,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
8,45	Wiederholung der Morgenrubrik	2	0	
9,00	Nachrichten	3	2	x
9,20	Wiederholung Abendrubrik	2	0	
9,40	Begleitung	1	0	x
10,00	Begleitung	1	0	x
10,20	Wiederholung Musikrubrik	2	0	x
10,40	Begleitung	1	0	x
11,00	Nachrichten	3	2	x
11,20	Tagesthema	2	1	x
11,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
11,40	Vorschau 12-Uhr Stunde	1,5	1	x
12,00	Nachrichten	4	3	x
12,10	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
12,20	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
12,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
12,40	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
12,50	Sport	2,5	2,5	
13,00	Nachrichten	3	2	x
13,10	1zu1 – Talk	15	15	x
14,00	Begleitung	1	0	x
14,20	Tagesthema	2	1	x
14,40	Begleitung	1	0	x

15,00	Begleitung	1	0	x
15,20	Tagesthema	2	1	x
15,40	Übergabe zu Feierabend	1,5	0	x
16,00	Nachrichten	3	2	x
16,12	Act der Woche	2,5	0,5	x
16,22	Tagesthema	2	1	x
16,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
16,40	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
16,50	Feierabendspiel	2,5	0	
17,00	Nachrichten	4	2	x
17,12	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
17,22	Tagesthema	2	1	x
17,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
17,40	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
17,50	Wetter	1	0	
18,00	Nachrichten	4	2	x
18,10	Sport	2,5	2,5	
18,20	Abendrubrik	2	0	
18,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
18,40	Musikrubrik	2	0	x
18,50	Teasing Morgenshow	2	0	
19,00	Nachrichten	3	0	x

Total an regional-relevanten Minuten pro Tag **70**

Total an regional-relevanten Minuten Montag bis Freitag **350**

PROGRAMMRASTER RADIOFR.-FREIBURG SAMSTAG

Zeit	Inhalt	Länge in Minuten	Davon regional-relevant	Behandelt regelmässig kulturelle Inhalte
7,00	Nachrichten	3	2	x
7,12	Tagesthema	2	1	x
7,22	Wiederholung Morgen	2	0	
7,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
7,40	Tagesthema	2	1	x
7,50	Wiederholung Schlauer in den Tag	1,5	0	
8,00	Nachrichten	3	2	x
8,12	Tagesthema	2	1	x
8,22	Wiederholung Morgen	2	0	
8,30	Kurznachrichten	1,5	1	x
8,40	Tagesthema	2	1	x
8,50	Wiederholung Schlauer in den Tag	1,5	0	
9,00	Nachrichten	3	2	x
9,12	Tagesthema	2	1	x
9,22	Wiederholung Morgen	2	0	
9,30	Wetter, Verkehr	1	0	
9,40	Tagesthema	2	1	x
9,50	Wiederholung Schlauer in den Tag	1,5	0	
10,00	Nachrichten	3	2	x

10,12	Tagesthema	2	1	x
10,22	Wiederholung Morgen	2	0	
10,30	Wetter, Verkehr	1	0	
10,50	Wiederholung Schlauer in den Tag	1,5	0	
11,00	Nachrichten	3	2	x
11,12	Tagesthema	2	1	x
11,22	Wiederholung Morgen	2	0	
11,30	Wetter, Verkehr	1	0	
11,40	Wiederholung Schlauer in den Tag	1,5	0	
11,50	Teasing Mittag	1	0	
12,00	Nachrichten	3	2	x
12,20	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
12,40	Begleitung	1	0	
13,00	Nachrichten	3	2	x
13,20	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
13,40	Begleitung	1	0	
16,00	Begleitung	1	0	
16,20	Tagesthema	2	1	x
16,40	Tagesthema	2	1	x
17,00	Nachrichten	3	2	x
17,20	Tagesthema	2	1	x
17,40	Tagesthema	2	1	x
18,00	Nachrichten	3	2	x
18,20	Tagesthema	2	1	x
18,40	Begleitung	2	1	

Total an regional-relevanten Minuten Samstag

38

PROGRAMMRASTER RADIOFR.-FREIBURG SONNTAG

Zeit	Inhalt	Länge in Minuten	Davon regional-relevant	Behandelt regelmässig kulturelle Inhalte
9,00	Nachrichten	3	2	x
10,00	Nachrichten	3	2	x
11,00	Nachrichten	3	2	x
12,00	Nachrichten	3	2	x
12,20	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
12,40	Begleitung	1	0	
13,00	Nachrichten	3	2	x
13,20	Redaktionsinhalt	2,5	2	x
13,40	Begleitung	1	0	
16,00	Begleitung	1	0	
16,20	Tagesthema	2	1	x
16,40	Tagesthema	2	1	x

17,00	Nachrichten	3	2	x
17,20	Tagesthema	2	1	x
17,40	Tagesthema	2	1	x
18,00	Nachrichten	3	2	x
18,20	Tagesthema	2	1	x
18,40	Begleitung	2	1	

Total an regional-relevanten Minuten Sonntag	24
---	-----------

Total an regional-relevanten Minuten Montag-Sonntag	412
--	------------

Radio Fribourg

Calcul des minutes d'information régionale pertinente

Environ 54 minutes d'informations locales et pertinentes du lundi au vendredi

HEURE	QUI	QUOI	DIFFUSION (timing RadioFr.)	CONTENU REGIONAL PERTINENT
07/00 h	rédac	Journal	5'	3
07/15 h	sports	Journal des sports	5'	3
07/30 h	rédac	FEX / météo	2'	1
07/32 h	rédac	Eclairage de la rédaction	4'	4
07/50 h	rédac	Revue de presse	3'	1
08/00 h	rédac	Journal	5'	3
08/30 h	rédac	FEX / météo	2'	1
08/15 h	sports	Contenu thématique	2'	1
08/35 h	anim	Le mag service	8'	3
09/00 h	rédac	Flash-son / météo	3'	1
10/10 h	anim	La Cafète culture	20'	10
12/00 h	rédac	Journal	7'	4
12/15 h	sports	Journal des sports	5'	3
12/30 h	rédac	FEX / météo	2'	1
12/32 h	rédac	LU-ME-JE: Eclairage de la rédaction	5'	4
12/32 h	rédac	MA: Le tag de l'info	15'	
13/00 h	rédac	Flash / météo	3'	1
16/00 h	rédac	Flash	3'	1
17/00 h	rédac	Journal / météo	5'	3
17/45 h	sports	Journal des sports	5'	3
18/00 h	rédac	Journal / météo	5'	3
18/30 h	rédac	Jeudi: Emission Radio-TV	30'	0
18h30	sports	Parlons sport	30'	0
TOTAL				54

Environ 17 minutes d'informations locales et pertinentes le samedi (sans compter les émissions sportives et les matchs en directs)

HEURE	QUI	QUOI	DIFFUSION (timing RadioFr.)	CONTENU REGIONAL PERTINENT
07/00 h	rédac	Journal	5'	3
08/00 h	rédac	Journal	5'	3
09/00 h	rédac	Flash-son / météo	3'	1
11/00 h	rédac	Flash-son / météo	3'	1
12/00 h	rédac	Journal	5'	3
12/15 h	sports	Journal des sports	5'	3
13/00 h	rédac	Flash / météo	3'	1
17/00 h	rédac	Journal / météo	3'	1
18/00 h	rédac	Journal / météo	3'	1
TOTAL				17

Environ 13 minutes d'informations locales et pertinentes le dimanche (sans compter les émissions sportives et les matchs en directs)

HEURE	QUI	QUOI	DIFFUSION (timing RadioFr.)	CONTENU REGIONAL PERTINENT
10/00 h	rédac	Flash-son / météo	3'	1
12/00 h	rédac	Journal	5'	3
12/15 h	sports	Journal des sports	5'	3
13/00 h	rédac	Flash / météo	3'	1
17/00 h	rédac	Journal / météo	3'	1
18/00 h	rédac	Journal / météo	3'	1
12/15 h	sports	Journal des sports	5'	3
TOTAL				13

Total pour la semaine, du lundi au dimanche, en minutes

300

GRILLE DES PROGRAMMES RADIOFR. LUNDI AU VENDREDI



- Emissions culturelle et découverte d'artistes/humoristes de la région
- Emissions d'information
- Emissions de divertissement et de service aux auditeurs
- Emissions musicales

06h00 LE GRAND MATIN AVEC MIKE

06h00	 JOURNAL + METEO	5'	
06h15	 HOROSCOPE	2'	
06h19	 INSTANT SPORT	2'	<i>Une thématique sport</i>
06h29	 CHRONIQUE BOURSIÈRE	1'	
06h30	 L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ	2'	
06h32	 UN JOUR UNE HISTOIRE	2'	<i>Retour sur un événement historique</i>
06h38	 LA QUESTION DU JOUR	1'	<i>Réaction des auditeurs</i>
06h43	 L'INFO QUI NOUS TOUCHE	2'	<i>Une info sélectionnée par un journaliste</i>
06h50	 LE 5 SUR 5	4'	<i>Jeu quotidien</i>

07h00	 JOURNAL + METEO	5'	
07h09	 LA QUESTION DU JOUR	1'	<i>Réaction des auditeurs</i>
07h12	 JOURNAL DES SPORTS	5'	<i>Toute l'actualité sport du jour</i>
07h21	 JAMAIS SANS...	3'	<i>Chronique humour</i>

07h30	 L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ	2'	
07h32	 L'ÉCLAIRAGE DE LA RÉDACTION	5'	<i>Magazine de la rédaction</i>
07h41	 LA QUESTION DU JOUR	1'	<i>Réaction des auditeurs</i>
07h50	 LA REVUE DE PRESSE	3'	<i>Le tour des journaux du jour</i>

08h00	 JOURNAL + METEO	5'	
08h09	 HOROSCOPE	2'	
08h15	 INSTANT SPORT	2'	<i>Une thématique sport</i>
08h22	 LA QUESTION DU JOUR	1'	<i>Réaction des auditeurs</i>
08h30	 L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ	2'	
08h36	 LE MAG Première partie	4'	<i>L'émission magazine et société</i>
08h45	 LE MAG Deuxième partie	4'	<i>L'émission magazine et société</i>

09h00	 LES INFOS	3'	
09h20	 UN JOUR UNE HISTOIRE	2'	<i>Retour sur un événement historique</i>
09h30	 LES PETITES ANNONCES	1'	<i>Chronique service auditeur</i>
09h40	 QUOI DE NEUF AU CINÉMA	2'	<i>Chronique cinéma</i>

10h00 LE 10-14 AVEC GREG

10h00	 LES INFOS	3'	
10h10	 LA CAFÈTE	20'	<i>L'émission culture & société – Entretiens</i>
10h45	 ACTU SÉRIES/MUSIQUE/TV	2'	

11h00	 LES INFOS	3'	
-------	---	----	--

11h10	 LA CAFÈTE	10'	<i>L'émission culture & société – Entretiens</i>
11h30	 AGENDA	1'	<i>Agenda des événements du canton</i>
11h45	 ACTU SÉRIES/MUSIQUE/TV	2'	

12h00	 JOURNAL + METEO	8'	
12h15	 JOURNAL DES SPORTS	5'	<i>Toute l'actualité sport du jour</i>
12h30	 L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ	2'	
12h32	 LUNDI	L'ÉCLAIRAGE DE LA RÉDACTION	5' <i>Magazine de la rédaction</i>
	 MARDI	LE TAG DE L'INFO	15' <i>Le grand format de la rédaction</i>
	 MERCREDI	L'ÉCLAIRAGE DE LA RÉDACTION	5' <i>Magazine de la rédaction</i>
	 JEUDI	L'ÉCLAIRAGE DE LA RÉDACTION	5' <i>Magazine de la rédaction</i>
	 VENDREDI	EN SORTANT DE L'ÉCOLE	10' <i>L'émission des écoles du canton</i>

13h00	 LES INFOS	3'	
13h20	 ACTU SÉRIES/MUSIQUE/TV	2'	
13h40	 ACTU SÉRIES/MUSIQUE/TV	2'	

14h00 MUSIQUE NON STOP

14h00	 LES INFOS	3'	
14h30	 AGENDA	1'	<i>Agenda des événements du canton</i>
15h30	 LES PETITES ANNONCES	1'	<i>Chronique service auditeur</i>

16h00 LE 16-19 AVEC RIO

16h00	 LES INFOS	3'	
16h45	 LE ZAPPING TV	2'	<i>Le zapping TV et réseaux sociaux</i>
17h00	 JOURNAL + METEO	5'	
17h45	 JOURNAL DES SPORTS	5'	<i>Toute l'actualité sport du jour</i>
18h00	 JOURNAL + METEO	5'	
	 JEUDI	FRIBOURG FAIT MAISON	26' <i>Magazine radio/TV 100 % Fribourg</i>
	 JEUDI	SHOWCASE FRIBOURG FAIT MAISON	<i>Un artiste en showcase par mois</i>
18h45	 QUOI DE NEUF AU CINÉMA	5'	<i>Chronique cinéma</i>
18h59	 CHRONIQUE BOURSIÈRE	1'	
19h00	 LES INFOS	3'	

19h00 LA SOIRÉE RADIO FRIBOURG

LUNDI

19h00	 MUSIQUE NON STOP		
20h00	 LE CHOC POP-ROCK		<i>Le meilleur de la musique poprock</i>
22h00	 LE CHOC DE L'ENCLUME		<i>L'émission thématique métal</i>

MARDI

19h00	 MUSIQUE NON STOP OU SPORT EN DIRECT		
-------	---	--	--

MERCREDI

19h00 **MUSIQUE NON STOP OU SPORT EN DIRECT**

JEUDI

19h00 **MUSIQUE NON STOP**

20h00 **CLUBBIN' CHART**

Le classement des clubs & DJ's

VENDREDI

19h00 **MUSIQUE NON STOP OU SPORT EN DIRECT**

23h00 **FIESTA MIX LATINO**

Mix latino

SAMEDI

07h00 LE 7-10

07h00 **JOURNAL + METEO** 5'

07h20 **HOROSCOPE** 2'

07h30 **L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ** 2'

07h32 **L'ÉCLAIRAGE DE LA RÉDACTION** 5'

Magazine de la rédaction

07h45 **JAMAIS SANS...** 3'

Chronique humour REDIFFUSION

08h00 **JOURNAL + METEO** 5'

08h30 **JARDIN MATIN** 25'

L'émission de conseil jardinage

LES PETITES ANNONCES 1'

Chronique service auditeur

09h00 **LES INFOS** 3'

09h15 **JARDIN MATIN** 45'

L'émission de conseil jardinage

10h00 LE 10-14

10h30 **AGENDA** 1'

Agenda des événements du canton

10h45 **QUOI DE NEUF AU CINÉMA** 5'

Chronique cinéma

11h00 **LES INFOS** 3'

12h00 **JOURNAL + METEO** 5'

12h30 **L'ÉCLAIRAGE DE LA RÉDACTION** 5'

Magazine de la rédaction

13h00 **LES INFOS** 3'

13h45 **JAMAIS SANS...** 3'

Chronique humour REDIFFUSION

14h00 MUSIQUE NON STOP

16h30 **QUOI DE NEUF AU CINÉMA** 5'

Chronique cinéma

17h00 SAMEDI SPORT

17h00 **LES INFOS ET JOURNAL DES SPORTS** 5'

17h10  **SAMEDI SPORT** *Reportage et le sport régional en direct*

18h00  **LES INFOS** **3'**

18h10  **SAMEDI SPORT** *Reportage et le sport régional en direct*

23h00 CLUBBIN' CHART *Le classement des clubs & DJ's*

DIMANCHE

08h00  **INTRÈ-NO** **30'** *L'émission de préservation du patois*

08h30  **COIN DE CIEL** **30'** *L'émission spirituelle*

09h00  **CHANTONS FRANÇAIS** **60'** *L'émission thématique chanson française*

10h00  **LES INFOS** **3'**

10h03  **CHANTONS FRANÇAIS** **57'** *L'émission thématique chanson française*

11h00 LE 11-15

11h45  **QUOI DE NEUF AU CINÉMA** **5'** *Chronique cinéma*

12h00  **JOURNAL + METEO** **5'**

12h15  **JOURNAL DES SPORTS** **5'** *Toute l'actualité sport du jour*

12h30  **EN SORTANT DE L'ÉCOLE** **10'** *L'émission des écoles du canton*

13h00  **LES INFOS** **3'**

13h45  **JAMAIS SANS...** **3'** *Chronique humour REDIFFUSION*

15h00 MUSIQUE NON STOP

17h00  **LES INFOS** **3'**

18h00  **LES INFOS** **3'**

18h15  **JOURNAL DES SPORTS** **5'** *Toute l'actualité sport du jour*

18h20  **DROIT AU BUT** **40'** *L'actualité du football régional*

RadioFr.-Freiburg Informationskonzept

RadioFr. informiert lokal/national/international, rasch, vertieft und hörernah in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport. Agenturmeldungen und eingekaufte Beiträge komplettieren die Eigenleistungen der verschiedenen Redaktionen und der Moderation. Die Auswahl der Themen erfolgt nach Aktualität, öffentlichem Interesse und eigener Schwerpunktlegung. Die Berichterstattung ist grundsätzlich kontrovers und einordnend. Wir legen Wert auf Ausgewogenheit in jeglichem Sinn. Implizierte Parteien, Personen, Zeugen, Zeitzeugen und Experten werden angehört und kommen zu Wort.

Das Ziel sind eine differenzierte, breitgefächerte und neutrale Informationsweitergabe und Aufklärung, welche der Hörerschaft eine offene Meinungsbildung speziell für den Raum Freiburg, aber auch national und international ermöglichen.

Sendungen und Sendestrecken

Nachrichten: 6.00, 7.00, 8.00, 9.00, 11.00, 12.00, 13.00, 16.00, 17.00, 18.00, 19.00 Uhr
jeweils neue regionale, nationale und internationale News in einem der
Situation angepassten und gewichteten Verhältnis.

An Wochenenden um 7.00 (samstags), 8.00 (samstags), 9.00, 10.00, 11.00, 12.00, 13.00,
17.00, 18.00 Uhr

Hauptnachrichten jeweils um 7.00, 8.00, 12.00, 13.00, 17.00, 18.00 Uhr während vier bis fünf
Minuten; die restlichen Bulletins dauern drei bis vier Minuten

Folgende Formen werden angewendet: News roh, News mit Ton, Aufsprecher. Um 7 und 8
Uhr morgens werktags eröffnet das Bulletin jeweils eine allermeist regionale, vertiefte
Meldung mit zwei Tönen oder ein verlängerter Aufsprecher.

Friburg Express: 6.30, 7.30, 8.30, 12.30, 16.30, 17.30, 18.30 Uhr jeweils neue
Nachrichten mit Fokus auf die Regionalität während 90 Sekunden

An Samstagen um 7.30 und 8.30 Uhr

Hintergründe des Tages: Werktags um 19.10 Uhr während rund zwölf Minuten die drei
wichtigsten Beiträge des Tages plus ein kondensierter Friburg
Express

Beiträge: 8.12 (Regio-Sport), 8.21 (redaktionellster Inhalt des Vortages), 12.10, 12.20,
12.40, 12.50 (Regio-Sport), 16.40, 17.12, 17.40, 18.10 (Regio-Sport)

Zur Vertiefung von tagesaktuellen, aber auch zeitlosen Themen. Als Formen werden
angewendet: gestaltete Beiträge, Interviews live oder aufbereitet, Korri-Talks, Analysen,
Kommentare, Umfragen im Umfang von maximal 2,5 Minuten.

1 zu 1: Werktags um 13.10 Uhr während zwei Mal vier bis acht Minuten

Ein persönliches Gespräch mit einer, selten zwei Personen, aus der Region über Aktualitäten, Kultur, ihre Biografien, Veranstaltungen

Abstimmungsdebatten: Halbstündige Sendungen ab 18.10 Uhr jeweils zu ausgewählten oder allen nationalen, kantonalen und Gemeindevorlagen.

Debatten mit in der Regel je einem/r Gesprächspartner-oder -partnerin aus dem Pro- und Kontralager. Geführt von einer Journalistenperson zusammen mit der Redaktionsleitung.

Wahlen: Präsentation der verschiedenen Parteilisten und/oder Kandidatinnen und Kandidaten aus kantonalen, nationaler, Bezirks- und Gemeindeebene.

Wahl- und Abstimmungstage: Berichterstattung ab 12 Uhr bis zu den Schlussresultaten

Resultate in den News, halbstündlich, bei wichtigen Endresultaten oder Verschiebungen auch dazwischen. Wir sind vor Ort in den Rathäusern oder Parteistämmen, in den Gemeinden, auf der Strasse. Von dort aus erfolgen Live-Einschaltungen. Am Tag selbst strahlen wir Hintergrundbeiträge und erste Analysen aus, die am Folgetag und der Folgeweche erweitert und vertieft werden.

Breaking News: Innerhalb maximal einer Viertelstunde nach Bekanntwerdung des Ereignisses wird vorerst kurz, später vertieft darüber berichtet, wenn möglich live vor Ort.

Sport-Formate

Der Sport schafft mit seinen Berichterstattungen eine nahe Bindung zur Hörerschaft und verfolgt das Ziel, dass sich diese mit RadioFr. identifizieren kann. Folgende Formate und Inhalte kommen zum Einsatz. Die Inhalte finden on air und auf Social Media statt.

1.1. Sport-Beiträge on air um 8.10, 12.50 und 18.10 Uhr während rund 2,5 Minuten.

1.2. Sport-Beiträge je nach Wichtigkeit in den Slots der Redaktion.

2. Der «Flammewärfer»: Während der Eishockeymeisterschaft folgt jeden Mittwoch um 12.10 Uhr ein Kommentar rund um Gottéron. Den Gottéron-Talk gibt es jeweils am Morgen vor einem Gottéronspiel um 9.40 Uhr.

3. Live-Kommentar aller Gottéron-Spiele mit Experte vor Ort.

4. Live-Kommentar ausgewählter Spiele: Fussball, Unihockey, Volleyball und Basketball. Weiter werden Murtenlauf, Kerzerslauf, Bergschwingfest Schwarzsee und andere Veranstaltungen live übertragen.

5. In den News der Redaktion gibt es je nach Aktualität und Wichtigkeit regionale Sportmeldungen mit oder ohne O-Ton.

6. Die werktägliche Talksendung 1 zu 1 um 13.10 Uhr regelmässig mit Sportlerinnen und Sportlern aus der Region

Des Weiteren spielt sich viel regionaler Sport und speziell Live-Sportveranstaltungen auf unseren digitalen Medien ab.

- ⑩ Live-Ticker mit Push-Option und Foto-Strecke
- ⑩ Artikel mit Push-Option
- ⑩ Instagram-Stories und Foto-Galerie
- ⑩ Facebook-Artikel

Geschätzter Anteil Eigenleistungen

Gemäss einer Stichprobenanalyse sind unsere Eigenleistungen wie folgt zu quantifizieren. Wir unterscheiden dabei Nachrichten und Hintergrundbeiträge

Nachrichten: Von 25 bis 40 täglich neuen Meldungen stammen 5 bis 9 aus der eigenen, regionalen Küche.

Überschlagsmässig ist dabei ein Anteil der regionalen Nachrichten von 25 Prozent festzustellen. An Wochenenden und Feiertagen schwanken diese Raten und sind nur schwer zu quantifizieren.

Beträge: Die Redaktion publiziert täglich mindestens acht neue Beiträge. Davon sind mindestens sechs regionaler Natur.

Überzählige Beiträge werden von der Moderation verwendet. **Regionale Eigenproduktionen decken damit 75 bis 100 Prozent** der minimal publizierten Beiträge täglich ab.

Concept d'information pour l'antenne de RadioFr.-Fribourg

Radio Fribourg a pour mission de fournir des informations régionales et de proximité, ainsi que des informations nationales et internationales. Pour ce faire, elle traite de façon indépendante l'actualité politique, économique, sociale, culturelle, environnementale et sportive du canton de Fribourg. Radio Fribourg aborde ces actualités de manière équilibrée, en veillant à ce que la diversité des points de vue soit garantie et que le sujet soit marqué par un intérêt public. Pour tous les sujets réalisés par la rédaction, une discussion a lieu en amont afin de définir la manière la plus pertinente de les traiter (contexte, valeur informative, angle, choix de l'interlocuteur/expert, etc.)

L'objectif de notre concept d'information est que nos auditeurs puissent être informés et éclairés sur les différentes dimensions de la vie fribourgeoise et de l'impact des décisions cantonales ou nationales à l'échelon cantonal, régional ou communal. Les informations diffusées doivent permettre aux auditeurs de se forger une opinion, de se positionner, de découvrir des personnes, des organisations ou d'autres aspects de la vie fribourgeoise et d'avoir à sa disposition des pistes de réflexion.

Le concept d'information implique d'entendre les témoins, acteurs, observateurs et experts des actualités traitées par la rédaction. Nous leur donnons la parole à de nombreuses reprises durant la journée, et notamment lors des :

- Journaux d'informations, chaque jour de la semaine à 6h, 7h, 8h, 12h, 17h et 18h.

Ces derniers sont des moments forts de la journée. Ils permettent aux auditeurs et auditrices d'être informés de l'actualité régionale, nationale et internationale. Les sujets régionaux sont développés en sons, en papier ou en intégrés afin d'avoir le format le plus pertinent selon chaque sujet. Pour les sujets développés dans nos journaux, nous avons à cœur de miser sur l'actualité régionale, dotée d'une plus-value et d'intérêt public, afin de proposer une information de qualité lors de ces rendez-vous d'informations aux audiences importantes.

Pour les actualités nationales, notre bureau bernois (deux correspondants) nous livre également des sujets maîtres, réfléchis et réalisés par deux correspondants des Radios régionales romandes. Nos auditeurs sont ainsi informés des principales décisions les concernant et des débats politiques actuels. Au sein de la rédaction, nous portons également une attention afin de régionaliser au maximum les sujets de politique nationale ou les enjeux nationaux.

Pour l'actualité internationale, nous nous basons au quotidien sur les dépêches de l'ATS, mais nous avons également un réseau de correspondants étrangers. Nous faisons également régulièrement appel à des experts fribourgeois pour amener une plus-value à ces sujets et des clefs de compréhension à nos auditeurs, en ne nous contentant pas uniquement de relayer des informations basées sur les dépêches de l'ATS.

- Flashs d'information à 9h, 10h, 11h, 13h, 14h, 16h et 19h

Ces derniers ont pour but de donner une vue d'ensemble sur l'actualité de la journée en 3 minutes. Diffusés quotidiennement aux heures pleines, ces rendez-vous d'information réguliers permettent de faire évoluer l'actualité tout au long de la journée afin d'avoir une information qualitative. La priorité est donnée aux contenus maisons et aux nouvelles régionales, contenant une plus-value et d'intérêt public. Des informations concernant l'actualité nationale, basée notamment sur le travail de nos correspondants parlementaires, internationale et sportive font également partie intégrante de ces rendez-vous d'information.

- Eclairage de la rédaction, chaque jour de la semaine à 7h30 et 12h30

Ce format, d'une durée allant généralement de 3 minutes à 4 minutes 30, permet de traiter un sujet plus en profondeur. Il peut s'agir d'une thématique que nous avons abordée dans nos journaux et que nous approfondissons ou alors d'un nouveau sujet si un long format s'avère être plus pertinent pour bien appréhender l'enjeu sous toutes ses facettes. Les éclairages permettent de donner plus longuement la parole aux témoins, aux experts ou aux différents interlocuteurs interrogés. Ils permettent aussi de contextualiser au mieux les sujets, d'accorder de la place aux arguments divers, voire opposés, d'ouvrir le cadre de traitement habituel et de proposer des pistes de réflexion aux auditeurs et auditrices afin qu'ils et elles puissent se forger une opinion sur les thématiques traitées.

- Tag de l'info, chaque mardi à 12h30

Il s'agit du plus long contenu d'information de la rédaction et des sports. Le Tag de l'info dure généralement entre 13 et 14 minutes. Il permet ainsi de traiter un sujet en profondeur. Il peut prendre la forme d'un long reportage (ex : le quotidien d'un camionneur dans une branche frappée par un manque de main d'œuvre), d'une interview avec un expert (ex : comment éviter les biais cognitifs ?), d'un décryptage d'un sujet d'actualité (ex : la dépression du post-partum ou les tabous sexuels chez les hommes), d'une enquête (ex : effets secondaires de la Dépakine) ou encore d'un débat (ex : le 30km/h en ville de Fribourg).

- Fribourg Fait Maison, chaque jeudi à 19h.

Cette émission diffusée simultanément sur Radio Fribourg et La Télé se concentre sur l'actualité régionale de la semaine. En donnant de la place à de nombreux invités en plateau, elle permet de traiter en profondeur des sujets de proximité, proposer des débats ou encore de faire découvrir des projets, des organisations, des personnalités ou des aspects de la vie fribourgeoise en traitant d'actualité, mais aussi de politique, de culture, de sport ou encore de société.

- Débats (votations/élections et thèmes de société) diffusés ponctuellement à 12h30 et/ou à 18h30

Radio Fribourg donne beaucoup d'importance aux enjeux politiques, aux votations et aux élections régionales, cantonales et fédérales. Pour chaque votation ou élection, la rédaction propose un ou plusieurs sujets afin que les auditeurs et auditrices aient les informations essentielles pour comprendre le sujet et se forger une opinion, mais également pour qu'ils aient à disposition le contexte ou les enjeux entourant une votation ou une élection, en leur apportant aussi des pistes de réflexion supplémentaires. Une attention particulière est portée afin qu'il y ait un équilibre entre les différents points de vue.

Pour l'immense majorité des votations et élections, Radio Fribourg propose un débat en direct avec plusieurs interlocuteurs, afin de représenter des points de vue variés et opposés. Ce format débute la plupart du temps par une mise en contexte et un résumé des enjeux principaux.

Des débats sur des thèmes de société, qui ne font pas forcément l'objet de votations, sont également organisés de manière ponctuelle. Ils permettent de proposer des réflexions autour d'enjeux actuels et donnent la parole à des interlocuteurs variés, pouvant autant être issus du monde politique, économique ou encore de la société civile.

- Couverture des votations et des élections

Lors de chaque journée de votations ou d'élections, l'équipe de la rédaction est mobilisée. Plusieurs journalistes relaient et analysent les résultats durant la journée, afin de faire vivre l'évolution de la situation en faisant des pointages réguliers à l'antenne. Une émission de décryptages et de débats a ensuite lieu en fin d'après-midi ou en début de soirée. Des réactions, des analyses et des commentaires sont également préparés pour le jour suivant.

- Journal des sports - Instant Sport – commentaires de matchs – Samedi sport – Droit au but – Match après match

Radio Fribourg veille également à couvrir de manière approfondie l'actualité sportive de la région. Notre rédaction propose des contenus sur les grands clubs sportifs du canton (ex. Fribourg Olympic, Fribourg Gottéron, Elfic Fribourg, etc.), mais également des sujets sur de plus petites équipes ou des sports moins populaires. Les informations relatent les résultats sportifs, mais pas uniquement. Des portraits, des analyses aussi bien sportives que sociétales et des enquêtes font également partie du travail régulier de la rédaction sportive de Radio Fribourg. Il faut encore y ajouter les commentaires de matchs en direct pour plusieurs disciplines et équipes de la région, ainsi que trois émissions consacrées à l'actualité sportive fribourgeoise (Droit au but, Match après match et Le Tag de l'info), durant lesquelles les thématiques sont abordées en profondeur avec des acteurs de la région ou des experts.

Afin de couvrir l'actualité sportive, qui a une place importante dans le canton de Fribourg, la rédaction sportive propose aussi quotidiennement différents rendez-vous d'informations durant la journée : à 6h20 – 7h20 – 8h20 – 12h10 – 17h45, sans compter les informations qui sont également diffusées dans les journaux et flashes de la rédaction.

- Revue de presse et info qui nous touche

Afin de donner une vue la plus exhaustive et la plus diversifiée possible sur l'actualité, la rédaction propose chaque matin deux revues de presse. Le journaliste est chargé de lire au minimum les journaux de Suisse romande, y compris fribourgeois, et si possible de parcourir quelques autres titres suisses, voire étrangers. Il réalise ensuite un travail de sélection, de contextualisation et de réécriture afin d'apporter à l'antenne une vue d'ensemble de l'actualité qui ne se contente pas d'une reprise d'articles mais qui offre une plus-value à nos auditeurs.

- Zäme, c'est mieux et RadioFr prend l'air

Radio Fribourg organise plusieurs fois par années des émissions à l'extérieur, en direct d'évènements de la région. C'est l'occasion d'aller à la rencontre de la population, de donner un écho aux manifestations, aux groupes, aux associations ou aux personnes qui s'engagent pour la région. Dans ce cadre, des interviews avec des citoyens, des politiciens ou des personnes de la société civile sont réalisées. L'actualité fait partie intégrante de ces émissions organisées ponctuellement.

- Le Mag

Il s'agit de l'émission magazine et société de Radio Fribourg. Diffusée quotidiennement, elle donne la parole à des experts pour décrypter divers enjeux et apporter des informations et des conseils aux auditeurs et auditrices. Les thématiques évoquées sont multiples et variées : médecine, alimentation, psychologie, habitat, consommation, etc.

- La Cafète

La Cafète est l'émission culturelle de Radio Fribourg, diffusée quotidiennement. Elle propose de découvrir chaque jour des événements culturels de la région. Des interviews avec des artistes, des organisateurs, des membres de la société civile ou des porteurs de projets sont proposées dans cette émission de talk, diffusée chaque jour de 10h10 à 11h10.

- Coin de Ciel

L'émission Coin de Ciel propose chaque dimanche une rencontre sur le thème de la spiritualité, une thématique importante dans un canton à majorité catholique. Il s'agit la plupart du temps d'un long entretien qui permet d'aborder des sujets en profondeur, essentiellement avec des interlocuteurs fribourgeois.

- Journées spéciales

Radio Fribourg met sur pied plusieurs fois par année des journées spéciales dédiées à des thématiques importantes ou qui s’ancrent dans une actualité marquante. Ces rendez-vous permettent de thématiser un sujet au travers de nombreux angles, de donner la parole à des interlocuteurs divers et nombreux ou de proposer des formats d’une plus longue durée quand le sujet l’impose. Nous pouvons citer quelques exemples de journées spéciales organisées par Radio Fribourg : Formation professionnelle, racisme, guerre en Ukraine, pauvreté, etc.

L’immense partie des sujets traités par notre rédaction se retrouve sur le site et l’application Frapp.ch. Cette plateforme permet aux auditeurs et auditrices de réécouter nos contenus, de les découvrir en textes ou en infographies si ces formats permettent de mieux appréhender le sujet, ou encore de partager ces contenus. Cette collaboration avec Frapp nous permet d’atteindre un plus large public, dont des personnes, notamment les jeunes, qui écoutent peu ou moins la radio. Ce relais est un outil crucial pour diffuser plus largement des informations de qualité, pensées et travaillées par des journalistes. Certains des sujets sont également partagés sur les réseaux sociaux de RadioFr et de Frapp dans le but d’atteindre une plus large audience et de contribuer à la diffusion d’une information de qualité et de favoriser la vie démocratique.

Partenariats culturels

Dans le cadre de son mandat culturel, RadioFr. entend valoriser l'offre culturelle du canton de Fribourg qui est particulièrement riche, tant par sa qualité que par sa diversité. Depuis toujours, elle entretient des liens forts avec les milieux culturels fribourgeois.

En 2022, elle a collaboré avec la **compagnie Acide Bénéfique** pour la création sonore de la pièce Erwin Motor, dévotion de Magali Mougel, pièce qui a été jouée au Théâtre Nuithonie en janvier 2023.

En 2021, elle a permis à la compagnie **Le Magnifique Théâtre** de créer une pièce radiophonique à partir de sa pièce « Le Traitement » de Martin Crimp qui n'a pas pu être montée sur scène à cause de la pandémie de Covid-19.

Par ailleurs, RadioFr. se fait un point d'honneur à tisser chaque année de nombreux partenariats avec les différents milieux culturels de la région :

- Association Bicubic, à Romont
- Association culturelle de la Tuffière, à Corpataux
- Bad Bonn, à Guin
- Les Brandons de Payerne
- Café-Théâtre Le Bilboquet, à Fribourg
- Commission du Théâtre de la Prillaz, à Estavayer-le-Lac
- Théâtres Equilibre-Nuithonie, à Fribourg et Villars-sur-Glâne
- Festival International de Films de Fribourg
- Fête de la Musique
- Salle Fri-Son, à Fribourg
- La Nuit des Musées, à Fribourg
- Les Francomanias, à Bulle
- Le Red Pigs Festival, à Payerne
- Saison culturelle CO2, à Bulle
- Schubertiade d'Espace 2, à Fribourg
- Stars of Sounds, à Morat
- Schwarzsee Festival, au Lac Noir
- Théâtre de l'Arbanel, à Treyvaux
- Théâtre des Osses, à Givisiez

Cette liste n'est pas exhaustive et peut s'allonger en fonction des manifestations mises en place.

RadioFr.-Fribourg : Mise en évidence du contexte et de l'arrière-plan dans la présentation des informations

Radio Fribourg est attentive à mettre en perspective les informations qu'elle donne à ses auditeurs. Cela se traduit tout d'abord par des références claires, en annonçant les sources des informations données, pour permettre la compréhension des enjeux d'une information. Il est ensuite question de rappeler, si nécessaire, le contexte et l'historique d'un dossier ou d'une information, ainsi que d'en donner les perspectives et les suites possibles. Un troisième ressort utilisé est celui des temps de l'information : les informations sont annoncées de façon relativement concise dans un premier temps (brèves, extraits d'interview), puis elles peuvent faire l'objet d'un décryptage, d'une longue interview, d'une analyse, d'une enquête, d'un débat ou encore d'un commentaire. De cette façon, notre couverture rédactionnelle permet d'approfondir et de contextualiser les informations traitées.

Dans un devoir de transparence vis-à-vis de nos auditeurs, nous allons aussi expliquer les choix de la rédaction et leur fournir, si nécessaire, le contexte dans lequel certaines informations ont pu être récoltées, par exemple si l'on a essuyé des refus de nous répondre, si l'on s'est frotté à une atmosphère particulière autour d'un sujet ou à d'autres circonstances sortant de l'ordinaire. Cela permet également à l'auditeur de mieux comprendre ces éléments de contexte.

Citer les sources habituellement consultées

- Réseaux des journalistes
- Acteurs du canton (politique, économie, culture, sport, société civile)
- Appels à témoins ou micros-trottoirs
- Sources libres d'accès (Office fédéral de la statistique, bases de données publiques, publications scientifiques, rapports de gestion, etc.)
- Conférences de presse
- Agence de presse ATS
- Communiqués de presse
- Réseaux sociaux (commentaires, prises de positions, autres publications)
- Publications diverses (autres médias, magazine spécialisés, bulletins communaux, livres, etc.)

Proportion estimée d'autoprestations

Les sujets « maisons » ou les autoprestations constituent la priorité de notre concept d'information. Pour tous les formats rédactionnels évoqués auparavant (journaux d'actualité, éclairages, journaux des sports, tag de l'info, etc.), tout comme les émissions de talk ou de décryptage (Emission spéciale votations, Droit au But, Match après match, Le Mag, la Cafète, Coin

de Ciel, etc.), l'immense majorité des sujets ont été pensés et réalisés par un journaliste ou un animateur. Lors du choix des sujets en séance de rédaction, la priorité est donnée aux idées personnelles ou provenant du réseau du journaliste, puis aux événements faisant partie de l'agenda, aux conférences de presses et enfin aux communiqués de presse et aux dépêches d'agences.

Les dépêches d'agences, en l'occurrence de l'ATS, sont reprises pour les journaux d'actualité et les flashes. Dans ce cas, elles sont retravaillées par le journaliste de la rédaction, afin si possible de leur donner un angle régional, d'apporter des éléments de contexte ou d'y ajouter des informations complémentaires qu'il considère importantes.

En règle générale, les autoprestations constituent **85-90%** des contenus d'information diffusés sur Radio Fribourg.

- Journaux d'information - actualité sportive

La proportion d'autoprestations varie d'un jour à l'autre, en fonction de la période de l'année. En règle générale, elle se monte à 90%, voire 100%. Nous valorisons particulièrement les sujets « maisons », qui proviennent des idées des journalistes ou de leurs réseaux qu'on ne retrouvera pas dans d'autres médias (construction d'un hôtel 4* à Givisiez, parents toujours sans solution après la fermeture d'une grande structure d'accueil dans la région, fin de carrière et bilan d'un sportif de la région, etc...). Le travail journalistique est aussi très important lors de la couverture d'une conférence de presse, par exemple, pour trouver la meilleure manière de traiter le sujet, avec différents interlocuteurs, et apporter la plus grande plus-value pour les auditeurs et auditrices.

Durant les vacances scolaires, qui sont des périodes creuses, il est souvent plus difficile d'avoir des interlocuteurs pour développer des sujets. Durant ces périodes, la part d'autoprestations peut diminuer pour atteindre environ 50%.

- Eclairages de la rédaction - Tags de l'info – émissions sportives – émissions de débats ou d'analyses

Nous diffusons entre 200 et 250 éclairages par année. La part d'autoprestations pour les éclairages de la rédaction est proche de 100%. Il arrive, en fonction de l'actualité internationale, que nous fassions appel à des correspondants à l'étranger. En général, nous recevons au maximum 5 éclairages par année de la part par ce biais. Pour les Tags de l'info et les diverses émissions sportives, de débats ou d'analyses, la proportion est aussi de 100% : tous les contenus proviennent des journalistes de Radio Fribourg.

- Le Mag et la Cafète

Chacune de ces émissions est réalisée par l'animateur en studio. Ce dernier se charge de choisir l'interlocuteur qu'il invitera pour aborder différentes thématiques qu'il aura décidé en amont. La proportion d'autoprestations est de 100%.

- Flashs

Dans les flashs d'information, la part d'autoprestations est moins élevée que pour les autres formats car nous accordons également de la place à des contenus nationaux et internationaux afin de donner une vue d'ensemble de l'actualité. Nous nous basons sur des sujets réalisés par les journalistes, mais également sur la base de l'ATS, notamment. Ces rendez-vous avec l'information doivent donner une vitrine de l'actualité du jour à nos auditeurs. Nous devons dès lors trouver un équilibre entre les autoprestations et les informations qui proviennent de l'ATS. La part d'informations régionales varie entre 20% et 60% durant les flashs info. Dans le cas des news qui proviennent de l'ATS, elles sont de toute façon retravaillées par un journaliste avant d'être diffusées à l'antenne. Les journalistes peuvent également ajouter un contexte ou un élément régional en se basant sur la dépêche d'agence.

RadioFr.-Freiburg Redaktionelle Hintergründe und Zusammenhänge

Grundsätzlich arbeiten wir einordnend, stellen Informationen in die Zusammenhänge, lassen die verschiedenen Parteien zu Wort kommen. Die konsequenten Quellenangaben helfen bei der Einreihung der Informationen. Falls zum Verständnis nötig, werden die Vorgeschichte oder historische Hintergründe zu einem Thema aufgerollt. Wir zeigen mögliche Folgen und Perspektiven von Ereignissen für die verschiedenen Parteien auf. Besondere Umstände wie zum Beispiel das Verweigern einer Antwort oder eine bestimmten Stimmung während eines Gesprächs oder einer Situation werden erwähnt, um der Hörerschaft die Einordnung zu erleichtern.

Bei der Gewichtung und Verarbeitung von Informationen pflegen wir ein mehrstufiges System:

1. News ohne Erläuterungsbedarf, aber auch News mit Erläuterungsbedarf in Kürze und zeitnah in den Nachrichten
2. News mit Erläuterungsbedarf vertieft und kontrovers in den Nachrichten
3. Beiträge und/oder Interviews zur weiteren Vertiefung, grundsätzlich Pro und Kontra und mit den beteiligten Seiten inkl. Experten und Betroffenen plus unterstützende Grafiken/Tabellen auf dem Portal und in den sozialen Medien
4. Umfragen auf der Strasse und online via Portal und soziale Medien plus unterstützende Grafiken/Tabellen auf dem Portal und in den sozialen Medien
5. Falls angezeigt folgen Kommentare im Radio, auf dem Portal und in den sozialen Medien
6. Eine weitere Vertiefung ermöglichen Debatten mit den beteiligten Parteien und Analysen im Radio, auf dem Portal und in den sozialen Medien

Die Punkte 4, 5 und 6 können je nach Situation und Thema in der Chronologie variieren.