

# Rapport annuel des diffuseurs de radio et télévision

Période: 2009 (1.1.2009 - 31.12.2009)

## A. Informations générales

A1. Nom du programme: Léman Bleu Télévision

### A2. Nom et adresse du diffuseur

Nom du diffuseur TV Léman Bleu SA

#### Adresse

Rue Route des Jeunes Numéro 10  
Code postal 1227 Lieu Carouge  
Téléphone 0223094320 Fax 0223094069  
Courriel janet.denoreaz@lemanbleu.ch

#### Personne de contact

Nom Denoreaz Prénom Janet

### A3. Direction

Comment la direction était-elle composée? Veuillez nommer tous les membres de la direction avec leur fonction respective.

Nom	Prénom	Fonction
Mayer	Antoni	Directeur Général
Charrier	David	Resp. des programmes & Chef d'antenne
Denoreaz	Janet	Resp. Administration, Finances & RH
Lozeron	Evelyne	Resp. Communication & Marketing
Ramseyer	David	Rédacteur en Chef
Froidevaux	Bertrand	Directeur régie Pub

## B. Organisation

### B1. Forme juridique du diffuseur

☒ Société  
anonyme

☐ Association

☐ Fondation

☐ Coopérative

☐ autre:

### B2. Conseil d'administration

Aviez-vous un conseil d'administration en année  
sous revue?

☒ oui ☐ non

Comment le conseil d'administration était-il composé? Veuillez nommer tous les membres de la direction avec leur fonction respective.

Nom	Prénom	Fonction
Lathion	Philippe	Président
Moret	Jacques	Vice-Président
Barbier-Mueller	Stéphane	Administrateur
Burri	Olivier-Georges	Administrateur
Hersant	Philippe	Administrateur
Mattacchini	Michel	Administrateur
Rivollet	Jean-Claude	Administrateur

### B3. Aperçu de la répartition du capital social et des droits de vote

- Montant du capital  Francs

- Répartition du capital (parts >= 5%)

Nom	Part en francs	Part en pourcent (%)	Droits de vote en pourcent (%)
022 Télégénève SA - NAXOO	436800	27	27
Barbier-Mueller Stéphane	395520	24	24
ESH Editions Suisses Holding SA	395520	24	24
Ville de Genève	285600	18	18


#### B4. Aperçu de la participation des associés (>= 20 % du capital) à d'autres entreprises médias et non médias

Nom associé	Nom entreprise média	Nom autre entreprise	Participation en francs	Participation en pourcent du capital

## C. Personnel

### C1. Nombre d'employés et pourcentage des postes (jour de référence: 31.12.2009)

Collaborateurs fixes	Nombre d'employés	Total du pourcentage des postes
Direction:	4	320
Rédaction / Animation:	10	720
Stagiares Rédaction / Animation:	2	180
Technique / Production:	20	693
Administration:	1	80
Publicité:		
autre:		

Collaborateurs indépendants	Nombre d'employés
dont payés	4
dont non payés	

---

## C2. Formation et perfectionnement 2009 en jours et coûts - seulement rédaction / animation

	Formation externe	Charges formation externe par an	Formation interne
Collaborateurs fixes rédaction / animation	<input type="text" value="10"/> jours	<input type="text" value="9950"/> Francs	<input type="text" value="15"/> jours
Stagiaires rédaction / animation	<input type="text" value="55"/> jours	<input type="text" value="8800"/> Francs	<input type="text" value="15"/> jours
Collaborateurs indépendants rédaction / animation	<input type="text"/> jours	<input type="text"/> Francs	<input type="text"/> jours

## D. Diffusion

---

**D1. Comment le programme a-t-il été diffusé en 2009? Veuillez distinguer entre diffusion analogique et diffusion numérique. (Plusieurs réponses possibles).**

### analogique

☐ terrestre

☐ câble

☐ satellite

☐ autre:

### numérique

☐ terrestre

☐ câble

☐ satellite

☐ Internet

☐ autre:

---

**D2. Est-ce que le programme ou des parties de celui-ci ont été diffusées aussi sur l'internet? (Plusieurs réponses possibles).**

☐ Le programme entier a été diffusé exclusivement sur Internet

☐ Le programme entier comme Live-Stream en plus d'autres diffusions

☐ Quelques émissions proposées à l'écoute ou au visionnement; sans possibilité de téléchargement

☐ Quelques émissions proposées au téléchargement

☐ Aucune offre sur l'internet

## E. Agences et archivage

---

### E1. Agences de presse

Nombre des agences de  
presse abonnées:

---

### E2. Archivage

**Combien de temps le programme entier a-t-il été archivé?**

☐ Plus longtemps

☐ Pendant les quatre mois prescrits par la loi

**Est-ce que des émissions particulières ou des parts de programme ont-ils été archivés plus longtemps que le programme entier?**

☐ oui ☐ non

**Qui a eu accès aux émissions archivées?**

☐ uniquement utilisation interne

☐ également pour personnes externes intéressées

## F. Programme

---

### F1. Durée

**Combien d'heures par jour le programme a-t-il été diffusé?**

☐ Chaque jour, 24 heures par jour

☐ Moins de 24 heures par jour

---

### F2. Reprises de programme

**Avez-vous repris des éléments fixes du programme de tiers?**

☐ oui ☐ non

**Part de toutes les reprises de programme - indications en minutes par an; sans rediffusions**

Reprises de programme en minutes par an

Minutes par an

---

### F3. Livraisons de programmes

**Avez-vous fourni régulièrement des parties de programme à d'autres diffuseurs?**

☐ oui ☐ non

**Part de toutes les livraisons de programme - indications en minutes par an; sans rediffusions**

Livraisons de programme en minutes par an

Minutes par an

---

### F4. Production propres

**Pendant combien de minutes par an ont été diffusé des productions propres? Rediffusions à indiquer séparément.**

Minutes par an

Rediffusions:

Minutes par an

Dans l'année sous revue, combien de productions propres ont été réalisées et quels montants ont été consacrés à cet effet? Mentionner: le nombre de productions propres; les coûts, en francs.

Nombre  Coûts:  Francs

Dans l'année sous revue, combien de productions propres ont été vendues et combien ces ventes ont rapporté? Mentionner: le nombre de productions propres vendues; le nombre de minutes par année; les recettes, en francs.

Nombre  Minutes  par an  les recettes,  en francs.

---

#### F5. Productions achetées

Pendant combien de minutes par an ont été diffusé des productions achetées? Rediffusions à indiquer séparément.

Minutes par an  Rediffusions:  Minutes par an

Dans l'année sous revue, combien de productions ont été achetées à d'autres diffuseurs et quels montants ont été consacrés à cet effet? Mentionner: le nombre de productions de tiers achetées; le nombre de minutes par année; les dépenses, en francs

Nombre  Minutes  par an  les coûts,  en francs.

Dans l'année sous revue, combien de productions ont-elles été achetées à des entreprises de production indépendantes et quels montants ont été consacrés à cet effet? Mentionner: le nombre de productions achetées à des tiers; le nombre de minutes par année; les dépenses, en francs.

Nombre  Minutes  par an  les coûts,  en francs.

---

#### F6. Coproductions

Pendant combien de minutes par an ont été diffusé des coproductions? Rediffusions à indiquer séparément.

Minutes par an  Rediffusions:  Minutes par an

Dans l'année sous revue, combien de coproductions ont été réalisées en coopération avec d'autres diffuseurs et quels montants ont été consacrés à cet effet? Mentionner: le nombre de productions; le nombre de minutes par année; les dépenses, en francs.

Nombre  Minutes  par an les coûts,  en francs.

Dans l'année sous revue, combien de coproductions ont été réalisées en coopération avec des entreprises de production indépendantes et quels montants ont été consacrés à cet effet? Mentionner: le nombre de productions; le nombre de minutes par année; les dépenses, en francs.

Nombre  Minutes  par an les coûts,  en francs.

#### F7. Répartition du programme en minutes par an selon les catégories suivantes. Rediffusions à indiquer séparément.

	Total minutes par an	Rediffusions		Total minutes par an	Rediffusions
Fiction	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Divertissement non-fictionnel	<input type="text" value="3000"/>	<input type="text" value="11"/>
Information	<input type="text" value="9000"/>	<input type="text" value="11"/>	Culture	<input type="text" value="500"/>	<input type="text" value="11"/>
Musique	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Sport	<input type="text" value="2400"/>	<input type="text" value="11"/>
Service	<input type="text" value="2200"/>	<input type="text" value="11"/>	Publicité	<input type="text" value="4320"/>	<input type="text" value="11"/>
autre	<input type="text" value="10980"/>	<input type="text" value="11"/>	<b>Total général parole et musique</b>	<input type="text" value="32400"/>	<input type="text" value="77"/>

## G. Indications financières

Compte de résultat au 31.12.2009

#### Indications en francs

Programme	<input type="text" value="1188519"/>
Technique	<input type="text"/>
Administration	<input type="text" value="1330611"/>
	<input type="text" value="2519130"/>
Personnel	<input type="text" value="1967848"/>
Publicité	<input type="text" value="534047"/>

Sponsoring	835861	
Recettes d'abonnements		
Nombre d'abonnements		
Déductions sur les produits	2366	(Moins; automatiquement)
Autres Recettes	3194750	
<b>Chiffre d'affaires</b>	4562292	

---

## Finalisation du questionnaire

**1. Créer un document PDF en cliquant sur le bouton "pdf" et envoyer le document PDF à l'OFCOM par courriel : [rtvstatistics@bakom.admin.ch](mailto:rtvstatistics@bakom.admin.ch)**

**2. À la fin, envoyer les données électroniquement en cliquant sur le bouton "envoi des données".**

**Attention: une fois cette dernière opération effectuée, vous n'avez plus accès aux données**

---

## Remarques concernant le questionnaire

**Merci beaucoup pour votre précieuse collaboration!**

Jost Aregger V.2 (3/11/2010)