



DOSSIER DE CANDIDATURE POUR UNE RADIO DE CATEGORIE A

SERVICE RADIOPHONIQUE ASSOCIATIF ACCOMPLISSANT UNE MISSION DE COMMUNICATION SOCIALE DE PROXIMITE ET DONT LES RESSOURCES COMMERCIALES PROVENANT DE LA PUBLICITE DE MARQUE OU DE PARRAINAGE SONT INFERIEURES A 20 % DE LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL

Un seul dossier doit être rempli par projet, même si la diffusion du programme est prévue sur plusieurs zones géographiques mises en appel. Il doit être fourni au comité territorial de l'audiovisuel dans les conditions arrêtées par le texte d'appel aux candidatures : 4 exemplaires plus une version dématérialisée (clé USB ou cédérom)

La production de ce dossier est un élément d'appréciation essentiel du présent appel, il doit être constitué par la personne morale candidate avec le plus grand soin. Il comprend six parties :

1° Formulaire indiquant les principaux éléments d'identification de la candidature.

Le candidat précise la ou les zones géographiques mises en appel demandées et mentionne également, à titre indicatif, la ou les fréquences qu'il souhaiterait exploiter dans chaque zone.

2° Information sur la personne morale candidate.

3° Caractéristiques générales du service.

4° Modalités de financement.

5° Caractéristiques techniques d'émission.

6° Eléments constitutifs de la convention.

1 - FORMULAIRE D'IDENTIFICATION DE LA CANDIDATURE¹
pour un service radiophonique associatif accomplissant une mission de communication sociale de proximité et dont les ressources commerciales provenant de la publicité de marque ou de parrainage sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total
(catégorie A)

(Les informations portées sur ce formulaire devant être saisies sur matériel informatique, le candidat est invité à respecter scrupuleusement la ventilation des rubriques et à les remplir soigneusement.)

à remplir par le C.S.A.

Dossier n°

C.T.A. :

1 – PRESENTATION DU CANDIDAT

a) **Nom de l'association ou de la fondation** *(en toutes lettres et sous la dénomination déclarée au Journal officiel) :*

Numéro de récépissé de déclaration de constitution de l'association ou de la fondation :

Date de publication au Journal officiel :

Adresse du siège social *(le candidat est tenu d'informer le Conseil de toute modification d'adresse pendant le cours de l'appel aux candidatures) :*

Nom du président :

Tél. :

Télécopie :

Adresse e-mail :

b) **Nom de la radio :**

Adresse du studio :

Tél. :

c) **Nom de la personne à contacter :**

Tél. :

Télécopie :

Adresse e-mail :

¹ La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique aux données nominatives portées dans ce formulaire. Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour ces données auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

2 – INFORMATION SUR LA PERSONNE MORALE CANDIDATE**(CATEGORIE A)****LISTE DES PIÈCES A FOURNIR****2.1 - EXISTENCE DE LA PERSONNE MORALE**

- ✓ Copie du récépissé de déclaration et de la publication au Journal officiel (si cette publication est en cours, copie de la demande de publication).
- ✓ Copie des statuts datés et signés de l'association ou de la fondation.

Il est rappelé que la fourniture des deux pièces mentionnées ci-dessus est un des critères de recevabilité.

2.2 - AUTRES ELEMENTS SUR LA PERSONNE MORALE

- ✓ **Le candidat remplit l'annexe I** ci-jointe afin d'indiquer le nom et la profession des membres de l'organe de direction, notamment du bureau, ainsi que le nom du directeur de la publication.
- ✓ Procès-verbaux de l'élection du président et de la délibération relative à la présente candidature.
- ✓ Extrait du bulletin n°3 du casier judiciaire du président datant de moins de trois mois.
- ✓ Liste des mandats électifs détenus par les dirigeants dans les institutions ou les collectivités publiques, dans les organismes professionnels ou dans le secteur associatif.
- ✓ Liens avec d'autres associations ou fondations.
- ✓ Copie des accords éventuellement conclus avec d'autres services autorisés ou d'autres entreprises intervenant dans les secteurs de la communication audiovisuelle, de la publicité ou de la presse.

3 – CARACTERISTIQUES GENERALES DU SERVICE

(CATEGORIE A)

LISTE DES PIECES A FOURNIR

- ✓ Nature, format (public visé - âge - caractéristiques générales et tonalité de programmation) et objet du programme. Le candidat indiquera en quoi il accomplit une mission de communication sociale de proximité, entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socio-culturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion.
- ✓ Eléments caractérisant les attaches du candidat avec une communauté, son ancrage local ou ses liens avec une population.
- ✓ Conditions de production des programmes, origine de l'information.
- ✓ Nom du prestataire de service qui réaliserait, de façon régulière, une partie du programme d'intérêt local et copie du contrat passé avec celui-ci.
- ✓ Liste des associations qui participent ou que l'on compte faire participer aux émissions.
- ✓ Nom du prestataire de service auquel la radio s'adresse ou compte éventuellement s'adresser pour son programme de complément et copie du contrat passé avec celui-ci.
- ✓ **Le candidat remplit l'annexe II** ci-jointe en vue de préciser la durée quotidienne, hors publicité, du programme d'intérêt local, des informations et rubriques locales et, le cas échéant, celle des programmes fournis par des tiers. **Il joint une grille de programmes** détaillée (jour par jour, heure par heure) où devront clairement apparaître, le programme d'intérêt local réalisé par le titulaire, le cas échéant, celui fourni par un service de même catégorie situé dans le ressort du même comité territorial de l'audiovisuel ou d'un comité contigu, et les éléments de programme fournis par des tiers. Le contenu de chaque émission, y compris musicale, est également précisé.
- ✓ **Le candidat remplit l'annexe III** afin d'indiquer le pourcentage de chansons d'expression française, et le pourcentage de chansons d'expression française provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions (en moyenne mensuelle entre 6 h 30 et 22 h 30) du lundi au vendredi et entre 8 h et 22 h 30 le samedi et le dimanche).
- ✓ Pour un service dont les programmes musicaux constituent une proportion importante de la programmation, le candidat précise les dispositions envisagées en faveur de la diversité musicale au regard, notamment de la variété des œuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leur condition de programmation, et **remplit l'annexe IV**.
- ✓ **Le candidat remplit l'annexe V** visant à préciser la durée et les modalités d'insertion des séquences publicitaires.

Il est rappelé au candidat que :

Est considéré comme programme d'intérêt local, dès lors qu'il est diffusé sur une zone dont la population est inférieure à six millions d'habitants et qu'il est réalisé localement par des personnels ou des services locaux directement rémunérés par le titulaire de l'autorisation, les émissions d'information locale, les émissions de services de proximité, les émissions consacrées à l'expression ou à la vie locale, les fictions radiophoniques et les émissions musicales dont la composition ou l'animation ont un caractère local, ainsi que tous les programmes produits et diffusés localement par l'exploitant dans un but éducatif ou culturel.

Outre le programme d'intérêt local réalisé par lui-même, regardées comme composant le programme d'intérêt local du service les émissions répondant aux deux conditions suivantes :

- être diffusées par le service dans le cadre d'un accord de programmation conclu avec un ou plusieurs autres services de même catégorie et desservant une zone située dans le ressort géographique du même comité territorial de l'audiovisuel ;

- faire partie du programme d'intérêt local de ce ou de ces services.

La durée quotidienne du programme d'intérêt local réalisé par le titulaire, hors publicité, ne peut être inférieure à 4 heures entre 6 h 00 et 22 h 00.

Pour le reste du temps, le titulaire peut éventuellement faire appel :

a) *à la retransmission simultanée ou différée d'éléments de programmes fournis par des tiers (banque de programmes, producteur indépendant, etc.). Ces éléments de programmes, à l'exception des flashes d'information, ne doivent pas être identifiés, ni comprendre de messages publicitaires. Ils doivent être fournis moyennant une redevance qui ne saurait être symbolique. L'abonné devra conserver une totale indépendance à l'égard de son fournisseur.*

b) *à un fournisseur de programme identifié à la condition :*

- qu'il soit titulaire d'une autorisation en catégorie A et que la fourniture soit effectuée à titre gracieux,

ou

- qu'il remplisse l'ensemble des conditions suivantes :

** le fournisseur est une association ou un groupement d'intérêt économique dont les associés ou membres sont exclusivement des associations titulaires d'autorisation en catégorie A ;*

** le programme fourni n'est composé que d'éléments fournis par les membres de cet organisme et identifiés comme tels, et d'éléments directement fabriqués ou assemblés par ce dernier ;*

** la fourniture du programme est réservée aux services de catégorie A autorisés et membres de la personne morale en question ;*

** les conditions dans lesquelles les membres de l'association ou du groupement d'intérêt économique participent au financement de cet organisme sont portées à la connaissance du Conseil supérieur de l'audiovisuel.*

4 – MODALITES DE FINANCEMENT

(CATEGORIE A)

LISTE DES PIECES A FOURNIR

Financement

- ✓ Comptes des trois derniers exercices certifiés par un comptable agréé ou un expert comptable (sauf pour les associations nouvellement créées).
- ✓ Origine et montant des financements prévus (fonds de soutien, subventions, publicité, etc.), accompagnés des pièces justificatives.
- ✓ Comptes prévisionnels pour les trois prochains exercices (fonctionnement/ investissements). Il est recommandé au candidat de s'appuyer sur l'exemple du tableau figurant ci-après et de détailler les principales hypothèses.

En milliers d'euros	Année 1	Année 2	Année 3
<u>Recettes/Produits d'exploitation :</u> . Subventions - F.S.E.R. installation - F.S.E.R. fonctionnement - Autres subventions (à détailler) . Ventes et services - Vente d'émissions - Prestations d'animation - Publicité et parrainage . AutresProduits - Cotisations - Dons - Divers (à détailler)			
TOTAL DES PRODUITS			
<u>Charges d'exploitation :</u> - Coûts de personnel - Coûts de diffusion ¹ - Programmes - Autres charges (à détailler)			
TOTAL DES CHARGES			
RESULTAT NET			

Ressources humaines

- ✓ Nombre de salariés et de bénévoles, statut et fonction.
- ✓ DADS (sauf pour les associations nouvellement créées).
- ✓ Renseignements relatifs à l'expérience des responsables de l'association dans les secteurs de la communication.

¹ Si le candidat souhaite exploiter plusieurs fréquences, il précise les coûts de diffusion de chaque fréquence.

5 – CARACTERISTIQUES TECHNIQUES D'EMISSION**(CATEGORIE A)****LISTE DES PIECES A FOURNIR**

Pour chaque zone géographique mise en appel demandé, le candidat communiquera une fiche de renseignements techniques et de consultation COMSIS dûment complétée (fiche téléchargeable sur le site du Conseil : www.csa.fr) correspondant au site de diffusion envisagé.

6 – ELEMENTS CONSTITUTIFS DE LA CONVENTION
(CATEGORIE A)
ANNEXES

ANNEXE I

DESCRIPTION DU TITULAIRE

Nom du titulaire :

Adresse du siège social :

Nom du directeur de la publication (président de l'association) :

Composition du bureau :

NOM	PRENOM	FONCTION	PROFESSION	ADRESSE

Date de la dernière modification :

ANNEXE IIDURÉE DES PROGRAMMES, HORS PUBLICITÉ

Le titulaire s'engage sur la durée des programmes en remplissant les tableaux ci-dessous.

Programme d'intérêt local (P.I.L.)*

		Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
A	Durée du programme d'intérêt local réalisé par le titulaire (P.I.L.)**							
	Durée des informations et/ou rubriques locales <u>dans ce P.I.L.</u>							
B	<u>Le cas échéant</u>, durée des programmes fournis par un autre service de catégorie A autorisé dans le ressort du même CTA							
C	Total P.I.L. (A+B=C)							

* Voir la définition du P.I.L. dans les caractéristiques générales du service

** La durée ne peut être inférieure à 4h/jour entre 6 h et 22 h

Le cas échéant, programmes fournis par des tiers et ne faisant pas partie du P.I.L.

(banques de programmes, producteurs indépendants...)

		Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
D	Indiquez pour chaque programme fourni, la durée quotidienne et le nom du fournisseur							

Pour un programme diffusé 24h/24h, **C + D + Publicité**¹ doivent être égales à 24 heures

¹ Les engagements relatifs à la publicité doivent être remplis en annexe V

ANNEXE IIIDispositions relatives à la diffusion des chansons d'expression française

Le titulaire s'engage à ce qu'au moins%^(*) de la totalité des chansons diffusées mensuellement entre 6 h 30 et 22 h 30, du lundi au vendredi et entre 8 h et 22 h 30 le samedi et le dimanche, dans la part de ses programmes d'intérêt local, soient des chansons d'expression française.

En conséquence, (le titulaire raye ci-dessous les deux options inutiles)

Option 1

Il s'engage à ce que les chansons d'expression française provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions représentent au moins 20 % du nombre total des chansons diffusées entre 6 h 30 et 22 h 30 du lundi au vendredi et entre 8 h et 22 h 30 le samedi et le dimanche.

Option 2

Il s'engage en tant que radio spécialisée dans la mise en valeur du patrimoine musical à ce que les chansons d'expression française provenant de nouvelles productions représentent une part pouvant aller jusqu'à 10 % du nombre total des chansons diffusées entre 6 h 30 et 22 h 30 du lundi au vendredi et entre 8 h et 22 h 30 le samedi et le dimanche, avec au minimum un titre par heure en moyenne.

Option 3

Il s'engage en tant que radio spécialisée dans la promotion des jeunes talents à ce que les chansons d'expression française provenant de nouveaux talents représentent au moins 25 % du nombre total des chansons diffusées entre 6 h 30 et 22 h 30 du lundi au vendredi et entre 8 h et 22 h 30 le samedi et le dimanche.

(*) Conformément au 2^{bis} de l'article 28 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, la proportion substantielle d'œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France et, en particulier, dans le département de La Réunion, doit atteindre au minimum 40 % de chansons d'expression française, dont la moitié au moins provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions, diffusées entre 6 h 30 et 22 h 30 du lundi au vendredi et entre 8 h et 22 h 30 le samedi et le dimanche, dans la part de ses programmes d'intérêt local composée de musique de variétés.

Par dérogation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut autoriser, pour des formats spécifiques, les proportions suivantes :

- ***soit, pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical, 60% de titres francophones dont un pourcentage de nouvelles productions pouvant aller jusqu'à 10% du total, avec au minimum un titre par heure en moyenne ;***
- ***soit, pour les radios spécialisées dans la promotion des jeunes talents, 35 % de titres francophones dont 25 % au moins du total provenant de nouveaux talents.***

ANNEXE IV

À NE REMPLIR QUE SI LE TITULAIRE ENVISAGE DE DIFFUSER UN PROGRAMME MAJORITAIREMENT MUSICAL.

Informations relatives à la programmation musicale

Public visé	Pourcentage de titres « gold »*
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jeune ▪ Jeune-adulte ▪ Adulte ▪ Senior 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entre ...et ... %
Genres musicaux dominants	Pourcentage de nouveautés*
<p><i>(plusieurs choix peuvent être faits)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dance-Electro ▪ Groove-Rap ▪ Pop-Rock ▪ Variété ▪ Autre(s) genre (s) à préciser (classique, jazz, musiques du monde, etc.) : 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entre ... et ... %
Pour les radios diffusant majoritairement des titres « gold »	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Décennie(s) des titres diffusés : 	

***Gold** = titre de plus de 3 ans

***Nouveauté** = titre de moins de douze mois

ANNEXE VModalités d'insertion des messages publicitaires

	Durée de la publicité locale	Durée de la publicité nationale	TOTAL	Modalités de diffusion dans la grille des programmes
Lundi				
Mardi				
Mercredi				
Jeudi				
Vendredi				
Samedi				
Dimanche				