



Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°37/2008

Contrôle de la réalisation des obligations de TV Lux pour l'exercice 2007

En exécution de l'article 133 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations de TV Lux au cours de l'exercice 2007, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur selon les modalités définies dans l'arrêté du gouvernement du 15 septembre 2006 et sur des compléments d'informations demandés par le CSA.

Le présent avis porte sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2007.

IDENTIFICATION

(art. 63 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Le Gouvernement peut autoriser des éditeurs locaux de service public de radiodiffusion télévisuelle, ci-après dénommés télévisions locales.

L'autorisation est donnée pour une durée de neuf ans. Elle est renouvelable.

(art. 65 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Par zone de couverture, on entend l'espace géographique dans lequel la télévision locale réalise sa mission.

Sur avis du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA, le Gouvernement fixe la zone de couverture de chaque télévision locale en déterminant les communes qui en font partie. Cette zone est notamment fixée en fonction des caractéristiques socioculturelles communes à certaines entités communales et des contraintes techniques liées à l'organisation des réseaux de télédistribution.

Une commune ne peut faire partie que d'une seule zone de couverture.

La zone de réception d'une télévision locale n'est pas limitée à sa zone de couverture.

L'extension de cette zone de réception au-delà de la zone de couverture ne peut être effective que de commun accord entre la télévision qui entend étendre sa zone de réception au-delà de sa zone de couverture et la télévision dont la zone de couverture est, en tout ou en partie, visée par cette extension de zone de réception. L'accord conclu entre les télévisions locales concernées prévoit la durée pour laquelle l'accord est conclu, qui ne peut être plus longue que celle des autorisations des télévisions locales, et les modalités selon lesquelles il peut être mis fin par anticipation à l'accord. L'accord est notifié au ministre qui a l'audiovisuel dans ses attributions et au Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Les télévisions locales concernées par l'extension d'une zone de réception déterminent entre-elles les conditions de cette extension afin de prévenir toute entrave au développement de l'une ou de l'autre de ces télévisions locales.

Par arrêté du 9 décembre 1996, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle TV Lux dont le siège social est établi rue Haynol 29 à 6800 Libramont.



L'autorisation est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1997. L'article 63 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion souligne que l'autorisation donnée par le gouvernement aux éditeurs locaux de service public de radiodiffusion télévisuelle l'est pour une durée de 9 ans. Cette autorisation est donc échue depuis le 31 décembre 2005. Toutefois, l'article 167 §4 du décret mentionne, dans ses dispositions transitoires, que les autorisations délivrées aux télévisions locales sur la base du décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel viennent à échéance à la date fixée par le gouvernement, date que celui-ci, à ce jour, n'a pas déterminée.

Les statuts n'ont pas connu de modification dans le courant de l'exercice 2007.

La zone de couverture est composée des 44 communes de la province de Luxembourg : Arlon, Attert, Aubange, Bastogne, Bertogne, Bertrix, Bouillon, Chiny, Daverdisse, Durbuy, Erezée, Etalle, Fauvillers, Florenville, Gouvy, Habay, Herbeumont, Hotton, Houffalize, La Roche, Léglise, Libin, Libramont, Manhay, Marche, Martelange, Meix, Messancy, Musson, Nassogne, Neufchâteau, Paliseul, Rendeux, Rouvroy, Saint-Hubert, Sainte-Ode, Saint-Léger, Tellin, Tenneville, Tintigny, Vaux s/Sûre, Vielsalm, Virton, Wellin.

Cette zone correspond à la zone de réception. L'éditeur déclare ne pas être concerné par une extension de sa zone de couverture.

Télélux distribue la télévision locale sur l'ensemble de la zone de couverture. Le câble, précise l'éditeur, est l'unique réseau de distribution. Le signal est injecté sur le réseau par fibre optique.

Aucun autre réseau ne distribue la télévision locale. L'éditeur précise qu'aucun accord n'a jusqu'ici été trouvé avec Belgacom.

MISSION

(art. 64 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Les télévisions locales ont pour mission de service public la production et la réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente. Elles s'engagent à promouvoir la participation active de la population de la zone de couverture. Cette mission s'exerce dans leur zone de couverture. (...)

(art. 67 §§1 et 2 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

En arrêtant son offre de programmes, la télévision locale veille à ce que la qualité et la diversité des programmes offerts permettent de rassembler des publics les plus larges possibles, d'être un facteur de cohésion sociale, tout en répondant aux attentes des minorités socioculturelles, et permettent de refléter les différents courants d'idées de la société, en excluant les courants d'idées non démocratiques, sans discrimination, notamment culturelle, ethnique, sexuelle, idéologique ou religieuse et sans ségrégation sociale.

Ces programmes tendent à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques de la société, à contribuer au renforcement des valeurs sociales, notamment par une éthique basée sur le



respect de l'être humain et du citoyen, et à favoriser l'intégration et l'accueil des populations étrangères ou d'origine étrangère vivant dans la région de langue française et dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

La télévision locale veille à la valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et des spécificités locales.

Production et réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente

La grille de programmes de TV Lux s'articule autour d'un magazine d'information quotidien d'une durée de 25 à 30 minutes : « Aujourd'hui c'est... », qui, selon l'éditeur, se doit de répondre à ce qu'en attend le public d'une télévision locale : proximité, développement de la compréhension et de l'analyse critique, éducation permanente.

Différentes rubriques y sont traitées en plus de l'actualité du jour. Elles permettent de « répondre très précisément aux conditions du décret, en ce qui concerne l'information, l'animation, le développement culturel et l'éducation permanente, mais aussi la mise en valeur du patrimoine et des spécificités locales ».

Ainsi, les séquences hebdomadaires qui complètent le journal portent un regard vers l'extérieur, sur les sujets transfrontaliers, invitent des personnes de référence qui éclairent de leur réflexion les sujets abordés, analysent l'information de la semaine avec des journalistes de presse écrite et de radio, découvrent le patrimoine du Luxembourg qu'il soit historique, naturel ou culturel, partent à la rencontre des Luxembourgeois qui ont entrepris, ici ou ailleurs, ou visitent les coins de la province.

En fin d'exercice, le magazine d'information est redevenu « JT », plus condensé, mais organisé avec le même objectif, pour laisser davantage d'espace aux magazines.

En matière d'information, TV Lux produit également : « L'hebdo », un condensé de l'actualité de la semaine avec traduction gestuelle pour les malentendants ; « Objectifs sports », un hebdomadaire d'actualité sportive ; deux éditions du « Journal des régions », différentes séquences d'information générale, culturelle et sportive réalisées par les autres télévisions locales ; « Confluence », un magazine mensuel transfrontalier réalisé en collaboration avec France 3 Champagne-Ardenne ; « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation des télévisions locales.

S'ajoutent à ces émissions plusieurs magazines et émissions spéciales réalisés et diffusés par TV Lux en fonction de l'actualité que ce soit sur les thèmes de l'énergie, des hôpitaux, des sports, de l'archéologie, des manifestations culturelles, de l'exportation du savoir-faire local, ou encore des élections (débat et résultats en direct).



En culture, l'éditeur propose « Préface et post-scriptum », un magazine littéraire bimensuel qui présente les écrivains de la province ainsi que « Poèmes wallons », qui met en scène des jeunes récitants du crû.

Au registre animation, l'éditeur classe le bimensuel maison « Table et terroir » ainsi que, en lien avec le 10^{ème} anniversaire de la chaîne, une rétrospective assortie d'un concours et d'une soirée de gala retransmise en différé.

L'éditeur a complété sa grille avec des programmes produits ou coproduits par les autres télévisions locales (« Vivre en Sambre » - Télésambre -, « Le geste du mois » - Canal Zoom -, « Peinture fraîche » - Matélé - , « L'heure ô génies » - les télévisions locales -, ainsi que différents directs).

Le magazine de la défense nationale « Télévox » est diffusé en débouclage une fois par mois.

Etant donné la transversalité affichée par l'émission phare « Aujourd'hui c'est... », l'éditeur déclare qu'il a évalué la répartition des différentes missions à partir du pourcentage obtenu sur les quatre semaines d'échantillon.

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 ^{ère} diffusion	8.178'	37,70	8.639'	39,83	3.119'	14,38	2.252'	10,38
Total des diffusions	185.708'	41,33	114.033'	25,38	57.819'	12,86	32.096'	7,14

Par rapport à l'exercice 2006, on note une légère baisse de l'information qui profite aux autres rubriques. Ces modifications peuvent s'expliquer par un changement de méthodologie dans le calcul de l'éditeur.

Sur base du classement et de la liste des programmes fournis par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2007 par TV Lux se répartissent comme suit :



Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2007

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	10	3	0	13
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ¹	3	1	0	7

Par rapport à 2006, on note un accroissement du nombre d'émissions d'information à la fois en production propre et en échange, ainsi qu'une augmentation sensible des programmes d'animation en provenance des autres télévisions locales.

Parts de l'information, de l'animation, du développement culturel et de l'éducation permanente produites en propre ou coproduites dans la 1^{ère} diffusion des quatre semaines d'échantillon

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	0,00%	0,00%	15,32%	0,87%
Développement culturel	5,12%	0,00%	19,20%	4,78%
Education permanente	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Information	45,93%	76,12%	58,34%	48,79%

L'éducation permanente disparaît de la grille de programmes. Cette mission est surtout rencontrée de manière transversale par la télévision qui a par ailleurs choisi de classer l'émission « Profils » en information et non en éducation permanente.

Participation active de la population de la zone de couverture

L'éditeur souligne que, tant dans son journal quotidien que dans les différents magazines de la rédaction, « *TV Lux implique la population par le biais des témoignages, interviews, invités plateau, etc., que ce soient des responsables du monde associatif, culturel, politique, etc., mais aussi « Monsieur Tout le Monde » lors de micros-trottoirs ou reportages divers* ». Il précise qu'occasionnellement, la télévision diffuse des images réalisées par des amateurs sur des thèmes divers, qu'ils soient sportifs, touristiques, provinciaux ou internationaux.

Il ajoute que les journalistes de TV Lux, présents sur le terrain, sont à l'écoute des remarques et suggestions des téléspectateurs, qu'ils répercutent au sein de la rédaction.

Lors du 10^{ème} anniversaire de la chaîne, les spectateurs ont en outre été invités à se manifester et à donner leur avis dans un sondage.

¹ Ces émissions sont celles qui ont été prioritairement attachées à la catégorie par l'éditeur. On notera qu'elles relèvent parfois subsidiairement d'une autre catégorie.



Des ateliers vidéo ont été organisés pendant les vacances à l'intention des adolescents.

Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

L'éditeur estime remplir ces missions par l'écho que TV Lux donne aux interventions des politiques et des associations en ce domaine. La télévision relaie ainsi les informations relatives à l'organisation de réunions citoyennes à quelque échelon que ce soit. L'éditeur souligne : *« Particulièrement attentive à rendre compte des activités politiques et sociales dans le JT quotidien, notre rédaction veille à l'équité dans la répartition des sujets présentés, afin qu'aucune tendance ne soit lésée. Il est bien entendu que les idées non démocratiques n'ont pas de possibilité d'expression sur notre antenne ».*

Des émissions spéciales ont été réalisées à l'occasion des élections législatives du 10 juin 2007 : un magazine a présenté le travail des élus à la Chambre et au Sénat, des débats ont été organisés et les résultats présentés en direct.

Par ailleurs, l'éditeur considère, en matière de valeurs sociales, que *« la mise en exergue dans le JT d'associations diverses ayant pour objectif l'aide aux moins favorisés, aux jeunes, aux personnes âgées est de nature à informer le téléspectateur et à attirer son attention sur le respect de nos concitoyens ».* L'hebdomadaire en traduction gestuelle pour les malentendants contribue également à sensibiliser les téléspectateurs *« aux problèmes des moins favorisés ».*

Il conclut de manière générale que *« c'est par un traitement impartial de l'information quant au fond et à la forme que la rédaction de TV Lux contribue chaque jour à mettre en avant les valeurs de notre société ».*

Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

L'éditeur déclare que la plupart des émissions produites en propre sont dédiées au patrimoine et spécificités locales de la province du Luxembourg. Il cite, à titre d'exemple, dans le JT quotidien, en plus des informations générales et culturelles, les séquences portraits d'artisans d'art, les séquences « Foire de Libramont », un magazine archéologique, les séquences « tourisme » ou les portraits de collectionneurs.

Il précise également que les différents magazines, proposés par la rédaction ou produits par des extérieurs, s'attachent également à mettre en valeur les richesses du terroir : les émissions « Confluence », « A deux pas de chez vous », les concerts de musiciens locaux, le magazine littéraire, le magazine culinaire, etc.



Enfin, les émissions coproduites ou échangées avec les autres télévisions locales (« Profils », « Vivre en Sambre », « Peinture fraîche ») ont pour objectif d'éveiller « l'intérêt des téléspectateurs pour les richesses du patrimoine des provinces avoisinantes ».

Selon l'éditeur, la répartition du temps de diffusion accordé à la valorisation du patrimoine se présente comme suit au cours de l'exercice considéré :

	Patrimoine CF			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*
1 ^{ère} diffusion	6'	2.495'	11,50	31'	11.559'	53,29
Total des diffusions	179'	65.533'	14,58	721'	263.295'	58,60

* % exprimé par rapport à la durée annuelle de diffusion des programmes

PROGRAMMATION

(art. 66 §1^{er} 6° et art. 66 §1^{er} in fine du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer dans sa programmation, par année civile, une production propre d'au moins la moitié du temps de diffusion de l'ensemble des programmes à l'exclusion des rediffusions. (...)

Pour l'application du point 6°, une coproduction assurée par une télévision locale est assimilée à de la production propre au prorata du budget réellement engagé par celle-ci. Les échanges de productions propres entre télévisions locales sont assimilés à des productions propres.

(art. 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

§ 1^{er}. *Le temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat est fixé par le Gouvernement.*

Pour la publicité, ce temps de transmission ne peut dépasser 15 p.c. du temps de transmission quotidien.

Toutefois, ce temps de transmission peut être porté à 20 p.c. s'il comprend le télé-achat, à condition que le volume des spots publicitaires ne dépasse pas 15 p.c.

§ 2. *Le temps de transmission maximum des écrans de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge est fixé par le Gouvernement.*

Il ne peut dépasser 20 p.c. de cette période.

Grille de programmes

L'éditeur estime la durée annuelle² des programmes à 361 heures 29 minutes, publicité comprise. Ce qui donne une moyenne quotidienne en première diffusion de 59 minutes 25 secondes par jour.

² La déclaration de l'éditeur se base sur la durée théorique des émissions.



Après vérification, le CSA constate que la première diffusion s'élève à 325 heures 12 minutes (304 heures 39 minutes en 2006). En prenant en compte la publicité, cette première diffusion s'élève à 358 heures 19 minutes (336 heures 29 minutes en 2006), soit à 58 minutes en moyenne quotidienne.

L'analyse de la liste de programmes des quatre semaines d'échantillon, réalisée sur base des indications de production et de diffusion fournies par l'éditeur, donne une première diffusion quotidienne moyenne de 1 heure 2 minutes (53 minutes 10 secondes en 2006).

La production propre et assimilée de ces échantillons³ s'élève à 51,06% la première semaine, 76,12% la deuxième, 92,87% la troisième et 54,43% la quatrième.

	Semaine 1		Semaine 2		Semaine 3		Semaine 4	
Production propre	3:10:45	47,80%	9:01:23	72,51%	2:02:52	85,73%	3:38:38	48,57%
Parts en coproduction	0:13:01	3,26%	0:26:56	3,61%	0:10:14	7,14%	0:26:23	5,86%
Autres TVL	2:37:03	39,35%	2:04:00	16,61%	0:00:00	0,00%	1:34:00	20,88%
Coproductions des autres TVL	0:38:17	9,59%	0:41:29	5,56%	0:00:00	0,00%	1:18:35	17,46%
Productions extérieures	0:00:00	0,00%	0:12:51	1,72%	0:10:13	7,13%	0:32:31	7,22%
Production propre et assimilée	3:23:46	51,06%	9:28:19	76,12%	2:13:06	92,87%	4:05:01	54,43%

Production propre

En 2007, l'éditeur a produit, en propre⁴ :

- 230 éditions de « Aujourd'hui c'est... », le journal et magazine d'information quotidien ;
- 200 bulletins « Météo » ;
- 36 numéros d'« Objectif sports », l'hebdomadaire sportif ;
- 35 « Hebdo », le condensé de l'actualité de la semaine ;
- 27 « Table et terroir », la présentation bimensuelle d'une recette sur base de spécialités locales, dont un 200^{ème} numéro spécial ;
- 8 « Poèmes wallons », des séquences dédiées à de jeunes récitants wallons ;
- 2 débats et 2 directs électoraux organisés dans le cadre de la campagne électorale fédérale ;
- 20 numéros de « Préface et post-scriptum », un magazine littéraire ;

³ Seuls les échanges de production propre au sens strict du terme (100% et contrat d'échange) sont assimilés. La valorisation d'une coproduction en production propre ne peut se faire que si la TV a valorisé de façon précise son intervention dans le coût total.

⁴ Seules les émissions régulières sont reprises.



- 3 pastilles « Dessine-moi... », un « concours » qui invitait les enfants de la province à dessiner sur le thème des Fêtes de fin d'année en vue de gagner des cadeaux offerts par un magasin de jouets de la région ;
- 5 magazines « Archéologie » ;
- 10 « TV Lux rétro 10 ans » ;
- 10 « A deux pas de chez vous », un magazine estival de balade-découverte ;
- plusieurs magazines ponctuels tels « Jeunes stagiaires », « Couloirs du Parlement », ou « Eco-construction ».

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2007 s'élève à 188 heures 57 minutes. Il représente, selon ses calculs, 52,27% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 182 heures 40 minutes (169 heures 58 minutes en 2006), soit 56,17% (55,79% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA, hors publicité.

Coproduction

En 2007, l'éditeur a coproduit⁵ :

- 30 numéros de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation, valorisés à hauteur de 9% et auxquels s'ajoutent 30 courtes séquences produites en propre ;
- 40 éditions du « Journal des régions » dans sa version proche (axe Brabant Wallon - Namur - Luxembourg) valorisées à 25%, et 38 éditions dans sa version Wallonie-Bruxelles, valorisées à 50% ;
- 8 éditions de « Confluence », le magazine d'information transfrontalier coproduit avec France 3 ;
- 10 numéros de « L'heure ô génies », un jeu produit par les télévisions locales et valorisé à 7,5%.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 9 heures 23 minutes, ce qui représente 2,59% de la première diffusion.

Le CSA, après contrôle, estime la part de TV Lux dans la coproduction à 10 heures 19 minutes (10 heures 11 minutes en 2006), soit 3,17% (3,34 % en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Echanges de programmes

L'éditeur ne déclare aucun programme dans le cadre des échanges.

⁵ Seules les émissions régulières sont reprises.



La production propre et assimilée s'élève donc, selon l'éditeur, à 198 heures 20 minutes. Elle représente, selon les données qu'il fournit, 54,86% des émissions en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 192 heures 59 minutes (180 heures 09 minutes en 2006), soit 59,34% (59,13% en 2006) de la première diffusion.

Programmes mis à disposition

L'éditeur liste les programmes qu'il a reçus des autres TVL dans le courant de l'exercice : « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Peinture fraîche » (MATélé), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Best of Festival du rire » (MATélé), « Namur en mai Best of » (Canal C), « Francotidien » (Télévesdre), « Décrocher la lune Best of » (Antenne Centre), les matches de basket-ball (« Le Choc des géants ») ou de l'Euro League de Volley-ball » ainsi que plusieurs directs proposés par les TVL (ducasse de Mons, ducasse d'Ath, combat des échasseurs...).

Il évoque également les programmes mis à disposition par les extérieurs : « Télévox » (Ministère de la Défense nationale), « Film Nature » (VidéoNature), « TGV Ouest » (France 3) ainsi que deux programmes amateur (« Labyrinthe des toxicomanes » et « La monnaie côté pile »).

S'ajoutent à la liste 17 « Charlie Chaplin ».

Achat et commandes de programmes

L'éditeur ne déclare aucun programme entrant dans ce cadre.

Publicité

L'éditeur déclare une durée publicitaire annuelle totale réelle de 794 heures 48 minutes (764 heures en 2006), rediffusions comprises, ce qui équivaut à 10,61% (12,16% en 2006) de la durée totale de la programmation.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 5,26% et 16,04% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 9,49%) de l'ensemble des programmes diffusés. Lors d'une semaine, le temps de transmission quotidien consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion a été dépassé à 6 reprises.

Ces dépassements sont liés à la diffusion de publi-reportages de l'APAQ-W, pour différents produits wallons. Ces publi-reportages ne peuvent être considérés comme des messages d'intérêt public ou philanthropiques et ne rencontrent donc pas



l'exception prévue par l'art. 18 3° de la directive TVSF qui stipule que « la publicité n'inclut pas : (...) les messages de service public et les appels en faveur d'œuvres de bienfaisance diffusés gratuitement ». Bien que non commerciaux, ces messages sont publicitaires au sens du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

	Lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche	Moyenne de la semaine
Semaine 1	<u>16,57%</u>	<u>16,83%</u>	<u>16,99%</u>	<u>16,64%</u>	<u>15,45%</u>	14,48%	<u>15,91%</u>	<u>16,04%</u>
Semaine 2	10,18%	10,02%	10,41%	11,10%	7,69%	10,81%	6,45%	9,28%
Semaine 3	3,87%	3,87%	3,92%	4,04%	4,91%	7,44%	7,44%	5,26%
Semaine 4	6,48%	6,58%	7,01%	7,18%	6,72%	6,80%	7,27%	6,85%
								9,49%

L'éditeur ne précise pas la durée des publicités insérées dans les directs de basket-ball dont il n'a pas la maîtrise.

Celle-ci est néanmoins communiquée à la demande du CSA par la Fédération des télévisions locales.

CONDITIONS DE MAINTIEN DE L'AUTORISATION

(art. 66 §1^{er} 5°, 7°, 8°, 9°, 10°, 11°, 12° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) :

- compter, parmi les membres du personnel un ou des journalistes professionnels ou une ou des personnes travaillant dans des conditions qui permettent de le devenir conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel ; (...)
- reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ;
- être responsable de sa programmation et assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un esprit d'objectivité, sans censure préalable ou quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée ;
- assurer dans le traitement de l'information un équilibre entre les diverses tendances idéologiques respectant les principes démocratiques, présentes dans la zone de couverture ;
- assurer, dans sa programmation, son indépendance par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et intercommunaux, aux distributeurs de services de radiodiffusion, aux partis politiques, aux organisations représentatives des employeurs ou de travailleurs et aux mouvements philosophiques ou religieux ;



- Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes ;
- Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) avoir mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins.

Journalistes professionnels

L'éditeur compte parmi son personnel 14 journalistes reconnus, dont le directeur.

La rédaction se compose de 11 journalistes agréés auxquels s'ajoutent 7 pigistes. Deux réalisateurs-techniciens spécialisés en audiovisuel sont également titulaires de la carte de presse.

L'éditeur recourt à des pigistes régulièrement les week-ends et jours fériés, ponctuellement « *en cas de remplacement indispensable pour cause de congés des membres du cadre ainsi que lors de productions spéciales, captations, etc.* ». Le volume annuel des pigistes se monte à 3,8 équivalents temps plein (4 en 2006). Un intérimaire temps plein est affecté au projet Interreg « Confluence ».

Société interne de journalistes

La société interne des journalistes de TV Lux a été constituée fin 2004. Les statuts de celle-ci ont ensuite fait l'objet d'une négociation entre l'éditeur et la société de journalistes. Cette société interne de journalistes, consultée en février 2005 au cours de la procédure de nomination du rédacteur en chef, a adopté ses statuts définitifs le 18 mars 2005. Sa reconnaissance a été avalisée lors d'un conseil d'administration de la télévision le 5 avril 2006.

En sont membres 12 journalistes professionnels au nombre desquels le directeur ne figure pas.

L'éditeur déclare que la société n'a pas été consultée dans le courant 2007.

Règlement d'ordre intérieur

Conformément à l'article 32 de ses statuts, TV Lux dispose d'un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information, adopté lors de la création de l'asbl.



Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

L'éditeur déclare que « *la séparation des fonctions de directeur et de rédacteur en chef depuis le 1^{er} mars 2005 est de nature à garantir la maîtrise éditoriale de l'émission d'information de TV Lux* ».

L'article 15 du règlement d'ordre intérieur contient également des dispositions relatives à la maîtrise éditoriale de l'information : contrôle total du produit audiovisuel qui permet de la distinguer de la publicité, libre choix du commentaire, liberté journalistique.

L'éditeur déclare n'avoir connu aucune difficulté en la matière au cours de l'exercice.

Equilibre entre les diverses tendances idéologiques

L'éditeur souligne à propos de l'équilibre entre les diverses tendances idéologiques que « *l'article 35 des statuts de TV Lux implique que « l'association se conforme entièrement quant à son organisation, son fonctionnement et ses programmes, aux dispositions de la loi du 16 juillet 1973 garantissant la protection des tendances idéologiques et philosophiques »* ». Il précise qu'au quotidien, la rédaction veille à respecter l'équilibre des diverses tendances. Ainsi, « *en période électorale, elle met en place un dispositif concret visant à accorder un temps d'antenne identique pour tous* ».

Le règlement d'ordre intérieur avalise ce principe dans ses articles 5 et 6 qui garantissent la représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion et le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.

L'éditeur déclare n'avoir connu aucune difficulté en la matière en 2007.

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

Pour l'éditeur, l'article 32 des statuts de TV Lux, qui stipule que « *le conseil établit un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et veille à son respect* », l'adoption d'un tel règlement et l'adhésion au code de principes du journalisme de l'ABEJ et de l'AGJPB impliquent l'indépendance de la TVL.

Pour preuve de cette volonté d'indépendance, l'éditeur cite une note publiée le 17 janvier 2005 au sein de TV Lux qui définit les missions et le profil de fonction du rédacteur en chef et atteste clairement « *de la volonté du conseil d'administration de préserver l'indépendance de la rédaction quant au contenu des sujets traités dans les espaces dédiés à l'information dans la grille des programmes* ».



Il ajoute que « le cas échéant, les commandes émanant des diverses autorités sont clairement séparées de l'espace information et clairement identifiées en « espace concédé » afin qu'elles ne puissent être confondues avec les programmes de la rédaction. Les journalistes titulaires d'une carte de presse n'interviennent pas dans ces productions ».

Les articles 1, 2 et 8 du ROI posent le principe et la définition de l'objectivité et de l'indépendance du journaliste.

Ecoute des téléspectateurs

Comme lors des précédents exercices, TV Lux déclare ce point « sans objet ». Le suivi du courrier des téléspectateurs est assuré par le directeur.

Droits d'auteur

L'éditeur fournit des pièces attestant du respect de l'obligation.

SERVICES

(art. 68 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

§1^{er} Pour autant qu'elles limitent la réception de leurs programmes au territoire belge, les télévisions locales peuvent mettre en œuvre un programme de vidéotexte dont le temps de diffusion est exclu du calcul du temps de transmission quotidien consacré à la publicité, tel que visé à l'article 20.

A la seule fin du présent article, il faut entendre par programme de vidéotexte, un programme d'images fixes inséré dans le service de la télévision locale. Le vidéotexte se distingue du télétexte en ce qu'il est accessible immédiatement au public sans intervention de sa part.

§ 2. Le Gouvernement arrête le temps de transmission quotidien consacré à la publicité dans tout programme de vidéotexte mis en œuvre par une télévision locale.

(arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004, art. 1)

Le temps de transmission consacré à la publicité dans les programmes de vidéotexte mis en œuvre par une télévision locale ne peut être supérieur à 13 heures par jour.

Vidéotexte

Le vidéotexte de TV Lux se compose d'un secteur publicitaire (publicité commerciale ou associative payante dont la vente est assurée par la régie locale TV One), et d'un secteur information avec des annonces service gratuites (collecte de sang Croix Rouge, offres d'emploi du Forem) et un agenda des manifestations, gratuit lui aussi.

La durée annuelle du vidéotexte est estimée à 52 heures 59 minutes (37 heures 21 minutes en 2006) en première diffusion dont 43 heures 23 minutes (pour 24 heures 20 minutes de publicité en 2006), soit 81,88% du temps de diffusion (65,15% en 2006).



La moyenne quotidienne de publicité se monte, selon l'éditeur, à 2 heures 48 minutes, rediffusions comprises, soit à deux heures de plus qu'au cours du dernier exercice.

L'augmentation de la durée du vidéotexte est sensible entre 2006 et 2007. Elle s'explique, selon l'éditeur, par une augmentation de la vente des écrans vidéotexte auprès des agences immobilières de la région.

Télétexte

Le télétexte de TV Lux propose des rubriques d'information sur la chaîne et ses programmes, un agenda des diverses activités régionales qu'elles soient culturelles, sociales, sportives, associatives, des informations communales, des pages à destination des activités des centres culturels et syndicats d'initiative.

Aucune publicité n'y est diffusée.

Internet

Le site internet de TV Lux (www.tvlux.be) propose les horaires du programme du jour, un descriptif des émissions, des informations relatives aux services, les informations légales relatives à l'asbl, des liens à destination de différents partenaires (gratuits), les vidéos des JT quotidiens.

Aucune recette commerciale n'est liée au site qui ne diffuse pas de publicité. Le taux de fréquentation du site n'est pas connu de l'éditeur.

COLLABORATIONS

(art. 69 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Les télévisions locales veillent à développer entre elles, avec la RTBF et ses centres régionaux des synergies notamment en matière :

- 1° *d'échanges d'images, de reportages et de programmes, dans le respect des règles professionnelles et déontologiques des professions concernées ;*
- 2° *de coproduction de magazines ;*
- 3° *de diffusion de programmes ;*
- 4° *de prestations techniques et de services ;*
- 5° *de participation à des manifestations régionales ;*
- 6° *de prospection et diffusion publicitaires.*

Dans son rapport d'activités annuel, la télévision locale est tenue d'indiquer de façon exhaustive, le résultat des collaborations nouées avec la RTBF et ses centres régionaux.

TVL

Au nombre des collaborations avec les autres télévisions locales, l'éditeur retient les diffusions de directs, de reportages (dans le « Journal des régions », l'un pour l'axe Brabant wallon - Namur - Luxembourg, l'autre « avec des zones plus éloignées »), de



magazines divers et des matches de basket-ball ; une participation dans la réalisation ou la captation d'événements comme le Festival du rire de Rochefort ou le Mérite sportif de la Communauté française ; le recours à du matériel technique (car de captation), à du personnel et aux infrastructures (studios) de consœurs.

RTBF

En 2007, TV Lux a produit 23 (17 en 2006) séquences pour « Les Niouzz », a proposé des images pour l'émission « ça bouge ». L'éditeur mentionne également la fourniture à la RTBF d'images de clubs de football de divisions 2 et 3.

En radio, l'éditeur mentionne des collaborations avec VivaLux : la participation régulière d'un journaliste de la chaîne à l'émission « C'est dans la presse », l'organisation d'un plateau commun lors de la soirée électorale et la présentation en direct des résultats.

Autres médias

TV Lux collabore avec des quotidiens de presse écrite et la radio VivaLux dans le cadre d'une séquence hebdomadaire « C'est dans la presse » où un journaliste commente l'actualité de la semaine en plateau. En échange de la publication de ses programmes, la télévision locale annonce les titres régionaux des différents quotidiens du lendemain. Elle travaille en outre de concert avec L'Avenir du Luxembourg pour « *la récolte des résultats de foot le dimanche soir* ».

A ces échanges avec la presse écrite s'ajoute une coopération avec FR3 Champagne-Ardenne dans le cadre de l'émission transfrontalière « Confluence » (projet Interreg).

Associations

Dans ce cadre, l'éditeur épingle la réalisation d'une émission littéraire en collaboration avec le service du Livre de la province du Luxembourg ainsi que la prestation d'une équipe composée d'un journaliste et d'un cadreur au Centre culturel de Libramont pour l'animation d'un stage audiovisuel pour adolescents.

ORGANISATION

(art. 70 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Le conseil d'administration de la télévision locale doit être composé pour moitié au moins de représentants du secteur associatif et du secteur culturel.

Il ne peut être composé, pour plus de la moitié de ses membres, de personnes visées à l'article 1^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

Le conseil d'administration de la télévision locale a été renouvelé suite aux élections communales de 2006. L'éditeur déclare que le conseil d'administration, désigné en date



du 11 avril 2007⁶, se compose de 28 membres, soit de 13 représentants du secteur publics, de 14 représentants des associations et de 1 représentant de la société de télédiffusion.

Les 13 représentants du secteur public sont titulaires d'un mandat politique, 5 ont été attribués au MR, 4 au CDH, 3 au PS, 1 à ECOLO.

L'un des représentants du monde associatif occupe un mandat de conseiller de l'aide sociale (MR), mandat visé à l'article 1^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels, ce qui porte à 14 les mandats politiques qui ne dépassent cependant pas les 50% prescrits à l'article 70 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Il n'y a pas d'observateur désigné par le gouvernement.

Tous les membres du conseil d'administration disposent d'une voix délibérative. L'éditeur indique qu'aucun n'est occupé dans des sociétés de radiodiffusion ou autres média.

Le représentant du télédiffuseur en était le vice-président. L'article 70 §9 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion précise que « les représentants du ou des diffuseurs qui mettent à disposition le service de la télévision locale dans sa zone de couverture, les communes comprises dans la zone de couverture, peuvent siéger avec voix consultative au sein de l'assemblée générale de la télévision locale ». Cette disposition n'exclut pas a priori que les représentants des télédiffuseurs puissent disposer d'un mandat effectif au sein des conseils d'administration, pour autant que l'attribution de ce dernier tienne compte des éventuelles incompatibilités, notamment celles qui concernent les principes d'indépendance et de pluralisme.

L'article 72 du décret susmentionné relève que « nul ne peut être désigné en qualité d'administrateur ou d'observateur du Gouvernement s'il exerce un mandat ou une fonction dans les organes de gestion ou de contrôle d'un éditeur de services, d'un organe de presse écrite ou d'une société de droit privé ou de droit public qui a pour objet une activité similaire ou s'il exerce un emploi ou une fonction dirigeante dans ces mêmes sociétés et organismes pour autant que cet emploi ou cette fonction soit susceptible de provoquer un conflit d'intérêts avec ceux de la télévision locale » tandis que l'article 66 assortit l'autorisation des télévisions locales à la condition de « ne pas être contrôlée, directement ou indirectement par un autre éditeur de services, une régie publicitaire, une société à portefeuille ou un diffuseur de services de radiodiffusion » (§1^{er}, 3^o).

⁶ Soit deux mois après le délai légal. Vu les difficultés rencontrées par la plupart des télévisions locales, le délai de 4 mois consécutif aux élections communales fixé à l'article 70 §2 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion a été élargi à 8 mois dans la modification votée le 17 juillet 2008.



Considérant que le décret assure au minimum une présence consultative des télédiffuseurs à l'assemblée générale, il apparaît que l'exercice combiné des fonctions de décision au sein d'une télévision locale et d'un télédiffuseur pourrait être de nature à compromettre l'indépendance de la télévision. Toutefois, l'incompatibilité relevée n'a plus lieu d'être dès lors que, suite à la restructuration des câblodiffuseurs, cet administrateur n'exerce plus de fonction dirigeante auprès du diffuseur.

Le président du conseil d'administration occupe la fonction de gouverneur de la province, mandat qui n'est pas repris dans le décret listant les types de mandat public. Il est désigné comme représentant de l'associatif.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

TV Lux a respecté ses obligations pour l'exercice 2007 en matière de contenu des programmes, de production propre, de participation active de la population de la zone de couverture, d'enjeux démocratiques et de renforcement des valeurs sociales, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et des spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de traitement de l'information, de droits d'auteur, de synergies avec les TVL.

Concernant les synergies avec la RTBF, le Collège d'autorisation et de contrôle constate leur quasi-inexistence, en dépit des obligations respectives de chacune des parties. Conscient que la responsabilité de la situation n'est pas imputable au seul éditeur local, il l'invite à solliciter formellement la RTBF afin d'engager rapidement une réflexion et des actions communes en la matière.

Le Collège relève qu'à plusieurs reprises TV Lux a dépassé le temps de transmission consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. En conséquence, sur ce point, le Collège transmet copie de cet avis au secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux fins d'instruction, conformément à l'article 158 § 1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Fait à Bruxelles, le 2 octobre 2008.