

Contrôle annuel des médias de proximité

Exercice 2020 - Éléments transversaux

Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a rendu ses avis relatifs au contrôle des médias de proximité pour 2020. Les missions de service public sont globalement rencontrées. Le secteur a fait preuve de créativité et de solidarité afin de maintenir une offre de programmes diversifiée durant la crise sanitaire.

2020 est logiquement marquée par une baisse généralisée de la production. Les mesures de confinement, notamment l'interruption de toute vie culturelle et sportive, ont maintenu certains programmes à l'arrêt pendant des mois. Les efforts du secteur se sont dès lors concentrés sur le maintien d'une offre quotidienne d'information locale.

Cette baisse de la production a partiellement été compensée par une dynamique importante d'échanges et d'acquisition de programmes, mais aussi par le développement d'une production audiovisuelle à destination d'internet. La couverture de la crise sanitaire nécessite une réactivité et une flexibilité optimales. Les médias de proximité ont donc renforcé leur présence sur les réseaux sociaux afin de favoriser l'interactivité avec leurs communautés.

1. Le contexte de crise sanitaire

Le CSA a publié deux rapports relatifs à l'impact économique de la crise sanitaire sur les services de médias audiovisuels belges francophones. L'analyse des données transmises par les médias de proximité dans leurs rapports annuels permet d'identifier d'autres conséquences de la crise.

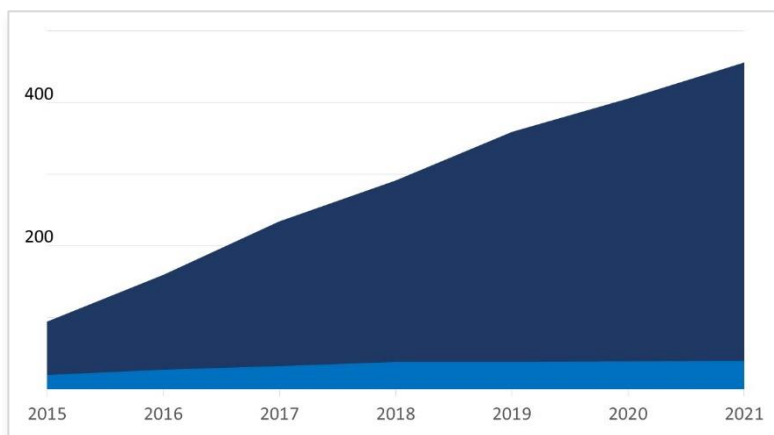
1.1. L'évolution des codes de production

Le recours aux logiciels de visioconférence s'est généralisé durant la crise sanitaire. L'audiovisuel ne fait pas exception. Les télévisions compensent l'absence d'intervenants en studio par l'incrustation de visages à l'écran. Le public se familiarise rapidement avec ces codes de production issus d'internet.

Les médias de proximité constatent que la crise sanitaire accélère la transition en cours vers une production audiovisuelle « connectée ». Certains ont d'ailleurs procédé à une mise à niveau des équipements techniques pour soutenir ces développements : production cross-plateformes, mise en place de rédactions web, interviews en visioconférence, tournage au smartphone, recours aux kits « mojo » (pour « mobile journalism »), etc. Les avantages de ces nouveaux codes sont nombreux, au premier rang desquels la réduction des coûts de production et la limitation des déplacements.

Les éditeurs comptent maintenir les aspects positifs de cette évolution. D'autant que leurs audiences en ligne ont suivi : l'adhésion du secteur poursuit sa croissance sur les réseaux sociaux, principalement sur Facebook. Pour certains médias de proximité, cette plateforme est devenue un véritable canal complémentaire de distribution de programmes.

Fig1- audiences cumulées des médias de proximité sur Facebook (likes) et Twitter (followers)



En bleu foncé : le nombre de « likes » cumulés des médias de proximité sur Facebook dépasse 456.000 au 30 juin 2021, ce qui constitue une augmentation de 12% par rapport à 2020 et de 24% par rapport à 2019. Les éditeurs les plus suivis sont RTC (61.000), Notélé (56.000) et TéléSambre (49.000).

En bleu clair : les audiences des médias de proximité sur Twitter sont plus limitées et plus stables. Ceci s'explique en partie par le fait qu'il s'agit d'un canal d'information fondé sur le texte et que ses fonctionnalités audiovisuelles sont en conséquence moins développées.

1.2. Les programmes spécifiques

Comme le démontrent les initiatives reprises ci-dessous, les médias de proximité se sont rapidement adaptés au contexte de crise sanitaire. Chaque fois que réalisable, le Collège a comptabilisé ces programmes exceptionnels comme rencontrant les missions de service public.

- Programmes d'informations dédiés à la crise : approche pédagogique des mesures de confinement, conseils pratiques, focus sur les professionnels « en première ligne », couverture appuyée des implications locales de la crise.
- Captations « en coulisses » : diffusion de spectacles sans public pour servir de relai entre les artistes et le public, tous en manque de représentations (concert, théâtre, cabaret, spectacles pour enfants).
- Magazines de soutien à la relance économique : valorisation du tourisme local, des commerçants de quartier, des startups belges francophones.
- Programmes de mises en contact pour les citoyens isolés par la crise : animation dans les maisons de repos, diffusion de messages de soutien.

Focus : les programmes pédagogiques

La crise sanitaire a conduit à la fermeture totale des écoles au printemps 2020. Durant cette période, trois médias de proximité ont proposé des programmes pédagogiques de révision destinés aux élèves du primaire, du secondaire et du maternel.

Notélé - « L'école à la maison » - 31 éditions de 60 minutes

Cette initiative a été mise sur pieds en quelques jours par Notélé avec le soutien de la ville de Tournai et d'une école communale. Le programme est produit dans les conditions du direct depuis une classe. Il est pris en charge par trois enseignants : l'un s'occupe de la présentation, les deux autres de l'interactivité (animation d'un forum en direct, relai des questions des élèves). « L'école à la maison » vise spécifiquement les élèves des deux dernières années du primaire et propose des révisions sur base d'anciens examens. Le programme est accompagné de différents supports téléchargeables sur le site de Notélé.

Deux médias de proximité ont pris des initiatives complémentaires :

- BX1 (« L'école à la maison » - 25 éditions de 15 minutes - élèves de 1^{ère} et 2^{ème} secondaires) ;
- Télésambre (« Une éducation presque parfaite presque à l'école » - 75 éditions de 26 minutes - élèves de primaires et de maternelles).

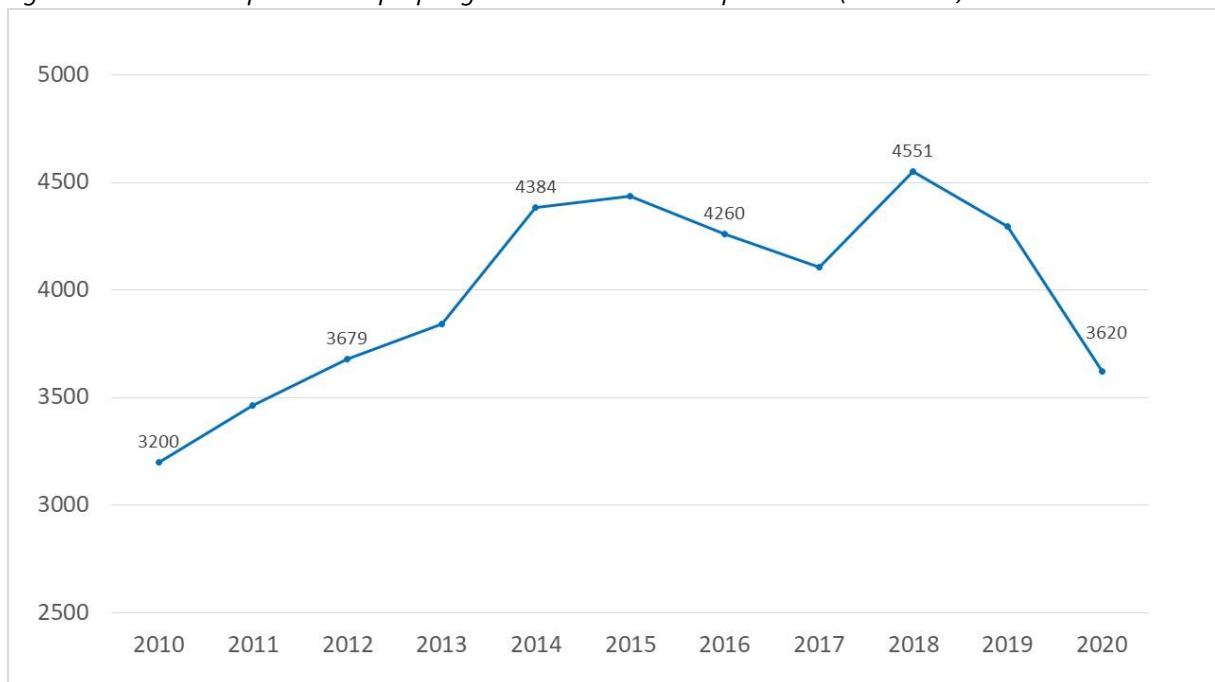
Ces trois programmes constituent près de 70 heures d'antenne pédagogique. Ils ont été largement rediffusés par le secteur des médias de proximité. L'objectif était de « proposer des rendez-vous structurant aux élèves ». La diffusion linéaire permettait en outre d'inclure les enfants moins équipés en matériel informatique.

1.3. L'impact sur la production

Comme illustré par les deux graphiques ci-dessous, la production propre des médias de proximité est fortement impactée par la crise sanitaire.

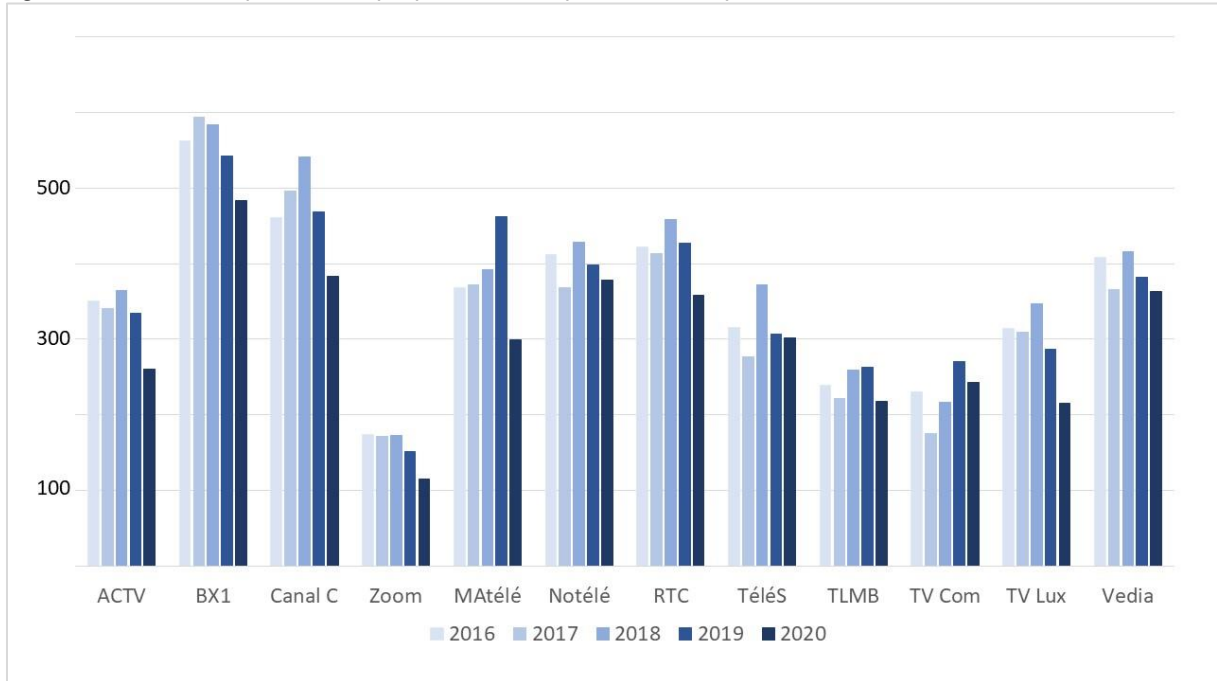
- Pour l'ensemble du secteur, la durée globale passe de 4.294 heures en 2019 à 3.620 heures en 2020, ce qui constitue une diminution de 15,7%. Après des années de croissance, la durée globale de la production propre repasse donc en-dessous de son niveau de 2012.
- Tous les médias de proximité sont logiquement concernés par cette baisse. On constate néanmoins des variantes importantes : Télésambre, Notélé et TV Com se maintiennent, Canal C, MATélé et Antenne Centre connaissent des reculs plus importants.
- Cette baisse de 15,7% apparaît relativement contenue vu le contexte. Les initiatives programmatiques spécifiques à la crise sanitaire, décrites ci-dessus, ont en partie permis de compenser l'interruption d'une partie de la programmation habituelle.
- Comme évoqué ci-dessus, certains éditeurs ont accéléré la production de programmes audiovisuels destinés à une diffusion exclusive sur internet. Le CSA comptabilise ces programmes lorsqu'ils sont conformes aux critères légaux. Principaux éditeurs concernés : Canal C, Vedia et surtout MATélé.

Fig2- évolution de la production propre globale des médias de proximité (en heures)¹



¹ Les programmes hybrides, dont les codes de production sont inspirés de ceux de la radio filmée, n'ont pas été pris en compte.

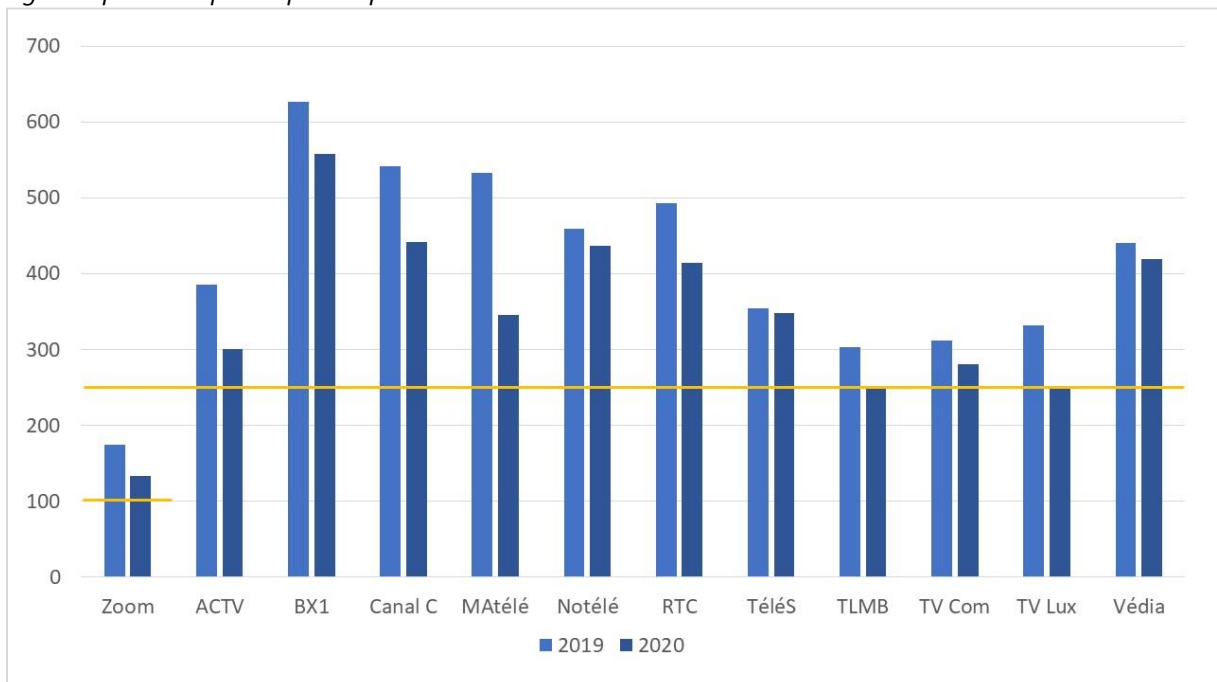
Fig3- évolution de la production propre annuelle par média de proximité (en heures)



En application de l'article 8 de leurs conventions, les médias de proximité doivent diffuser au minimum 250 minutes par semaine de programmes produits en propre (en moyenne sur l'année). Comme illustré par le graphique ci-dessous :

- 11 éditeurs atteignent ce quota pour l'exercice 2020. Le Collège salue cette réussite dans un contexte de crise sanitaire.
- Télé MB remplit l'obligation de justesse.
- TV Lux n'atteint que 248 minutes. Toutefois, le Collège ayant décidé d'accorder une tolérance sur les quotas en raison de la crise sanitaire (voir ci-dessous), aucun grief n'est donc notifié à l'éditeur.

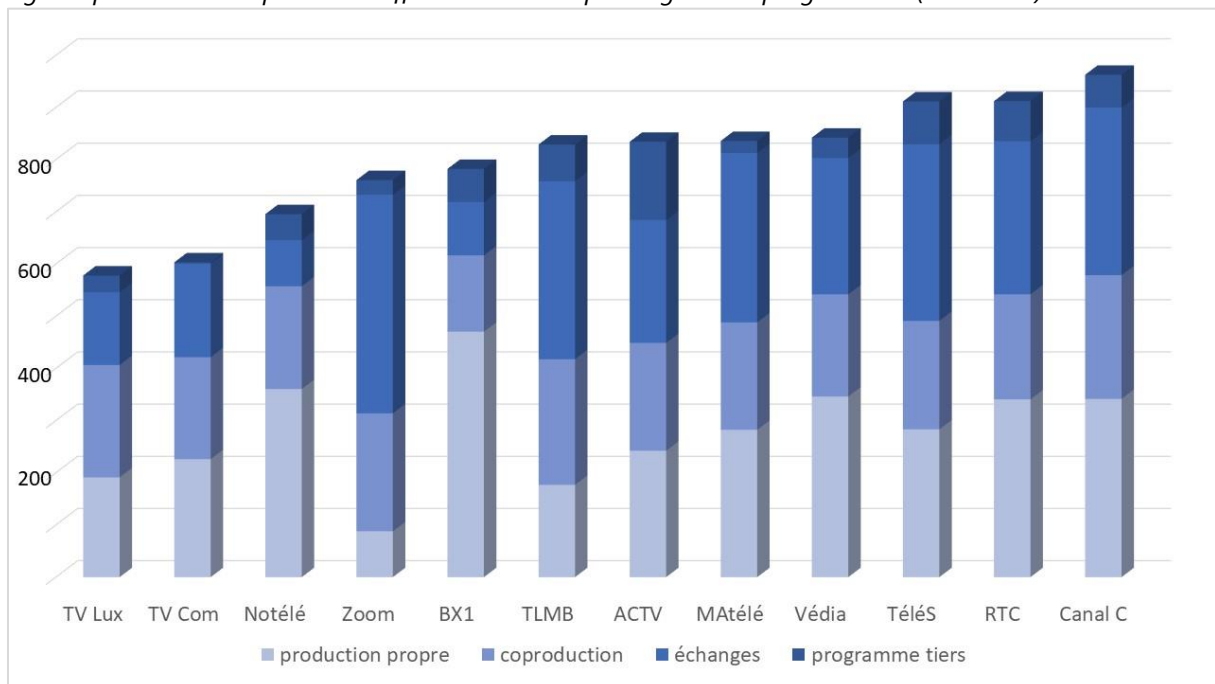
Fig4- respect des quotas prévus par les conventions



Comme détaillé ci-dessus, la production propre connaît une baisse importante en 2020. Les éditeurs ont toutefois contourné cette difficulté pour proposer une durée de programmes inédits globalement plus importante qu'en 2019 (+6,6%). Cette diversification d'antenne est portée par trois élan complémentaires :

- Le recours aux échanges de programmes
Leur durée totale s'élève à 3045 heures (pour 2322 heures en 2019), soit une augmentation de plus de 30%. Ces échanges constituent en moyenne 32% du temps d'antenne des éditeurs.
- De nouvelles coproductions sectorielles
Coordonnées par le Réseau des médias de proximité, ces coproductions sectorielles compensent pour partie la baisse des coproductions locales entre 2, 3 ou 4 éditeurs, rendues trop complexes en raison du contexte de distanciation sociale. Plusieurs nouveaux formats sont apparus en 2020, notamment : « L'été des artistes », « Showcase », « Music for season » et « Enter ».
- Les acquisitions de programmes
Le Réseau s'est lancé dans une politique exceptionnelle d'acquisition d'œuvres locales pour augmenter l'offre de divertissement des médias de proximité (fictions et programmes jeunesse). La durée de ces programmes « tiers » atteint 680 heures en 2020 (pour 517 heures en 2019).

Fig5- répartition de la première diffusion annuelle par origine des programmes (en heures)



1.4. La pondération des quotas

Durant le confinement du printemps 2020, le secteur des médias de proximité s'est adressé au Collège d'autorisation et de contrôle afin de solliciter sa prise en compte de l'arrêt forcé de la production au regard des différents objectifs de quotas portés par les conventions : production propre, programmes d'information, de développement culturel et d'éducation permanente.

Vu la situation exceptionnelle, et afin de permettre au secteur de se focaliser sur sa mission d'information de proximité, le Collège a répondu favorablement à cette sollicitation. Dans le cadre du présent contrôle, il appliquera dès lors, chaque fois que nécessaire, une marge de tolérance de 25% sur les obligations quantitatives des éditeurs de service public. Cette marge vise à neutraliser les 3 mois de 2020 pendant lesquels un confinement strict était d'application.

Le Collège constate néanmoins que la plupart des médias de proximité ont atteint leurs différents quotas pour l'exercice. Cinq situations spécifiques ont cependant nécessité l'activation de la marge de tolérance :

- Un éditeur n'atteint pas le quota de production propre en moyenne hebdomadaire.
- Deux éditeurs n'atteignent pas leur quota de programmes hebdomadaires d'information.
- Deux éditeurs n'atteignent pas le quota de programmes d'éducation permanente.

2. Les Collaborations avec la RTBF

Le décret, les conventions, ainsi que le contrat de gestion de la RTBF incitent les éditeurs de service public à développer plusieurs formes de synergies (échange et coproduction de programmes, participation commune à des manifestations régionales, soutien technique, promotion croisée, etc.). L'analyse des rapports 2020 confirme les constats des exercices précédents : si des collaborations régulières et efficaces existent entre les médias de proximité, leurs rapports bilatéraux avec la RTBF sont moins dynamiques.

Cette obligation de synergie figure à l'article 3.2.2-2 du nouveau décret (inchangé). Elle est largement exemplifiée à l'article 21 des conventions. Il s'agit d'une obligation de moyens. Depuis des années, le Collège constate que le secteur ne concrétise qu'une partie des pistes de collaboration suggérées par le législateur. Cette situation tend à stagner car peu d'éditeurs prennent des initiatives concrètes de rapprochement. En outre, le Collège relève l'absence de concertation structurée autour de cet enjeu. Le comité dédié ne s'est plus réuni depuis des années.

Le Collège considère comme particulièrement symbolique l'arrêt progressif, ces dernières années, de la couverture conjointe de certains grands événements régionaux. En effet, la mise en place de plateaux communs est selon lui susceptible de favoriser le rapprochement entre les équipes et d'alimenter une dynamique positive de synergies.

Toutefois, le Collège constate le développement de synergies à l'échelle du secteur. Voici un descriptif des quatre partenariats les plus emblématiques. Le premier s'est récemment mis en place à l'initiative de la RTBF.

- Une convention encadre la diffusion quotidienne, dans le « JT 13h » de la RTBF, d'une séquence produite par un média de proximité. Le Collège félicite le secteur pour la mise en place de cet échange de visibilité. Il précise que ces synergies en matière d'information locale-nationale semblent produire des effets positifs sur d'autres marchés européens. Conclue en 2020, cette convention est d'application depuis début 2021. Voici ses implications principales :
 - Intitulée « Vivre ici », la séquence est diffusée du lundi au vendredi.
 - La RTBF réalise son choix parmi une présélection établie par les médias de proximité.
 - Le reportage est sourcé (logo du média, noms des journalistes et techniciens). Il ne peut faire l'objet d'aucune forme de retouche.
 - Le sujet doit être atemporel (format magazine). Il doit impliquer un ancrage local fort.
 Le Collège rappelle qu'il existe une autre convention sectorielle, relative à la couverture du football régional, et impliquant la fourniture d'images par les médias de proximité au programme « La Tribune » de la RTBF. Vu le contexte sanitaire, cette convention n'a cependant peu ou pas trouvé à s'appliquer durant l'exercice 2020.
- Le programme « Alors on change » est une coproduction récurrente entre la RTBF et certains médias de proximité (8 éditions en 2020). Le partenariat date de 2014. Il s'agit d'un magazine de réflexions sur l'impact écologique qui implique la RTBF et 8 médias de proximité (Canal C, Canal Zoom, Notélé, TV Lux, Vedia, Télé MB, TéléSambre et RTC). Le programme est récemment

passé des grilles de « La Trois » à celles de « Tipik », impliquant un reformatage en vue de toucher le public « jeunes adultes » : travail sur le rythme, sur l'écriture, sur la ligne éditoriale, sur le séquençage... Ceci a entraîné de nombreux échanges entre les coproducteurs. Un réalisateur commun a notamment été désigné afin de superviser la modernisation du format.

- Autre axe de développement de synergies : celles impliquant les décrochages régionaux des matinales de Vivacité. Pour rappel, la RTBF produit 6 décrochages durant sa tranche matinale 06h00-08h00 : Bruxelles, Brabant-Wallon/Namur, Luxembourg, Liège, Charleroi, Hainaut. Certains médias de proximité sont impliqués dans la retransmission de ces décrochages en radio filmée. Les partenariats vont de la simple diffusion aux synergies rédactionnelles quotidiennes (voir tableau ci-dessous). En 2020, Vivacité proposait également quatre décrochages régionaux l'après-midi (14h30-16h00) durant lesquels les échanges de visibilité étaient réguliers (annonces des titres du JT ou des programmes, participations de journalistes des médias de proximité, promotions croisées).

<i>MDP</i>	<i>Programme</i>	<i>Diffusion</i>	<i>Coproduction</i>
ACTV	Vivacité Hainaut	V	X
BX1	La Première	V	X
Canal C	X	X	X
Canal Zoom	X	X	X
Matélé	X	X	X
Notélé	X	X	X
Télé MB	Vivacité Hainaut	V	V
Téléambre	Vivacité Charleroi	V	V
TV Com	Vivacité BW	V	V
TV Lux	Vivacité Namur-Lux.	V	V
RTC	Vivacité Liège	V	X
Vedia	Vivacité Liège	V	X

- Lancé en 2014, le portail vivreici.be regroupe l'information locale produite par la RTBF et les médias de proximité. L'information est structurée par localité de sorte que l'internaute puisse introduire son code postal et retrouver les dernières actualités de sa région sous la forme d'articles et de séquences audiovisuelles. Depuis 2020, une réflexion stratégique est en cours, entre la RTBF et les rédacteurs en chef des médias de proximité, afin de repenser un projet rédactionnel autonome pour vivreici.be qui soit susceptible de faire évoluer le portail, d'un modèle fondé sur l'agrégation de contenus vers un modèle plus ambitieux en termes de production éditoriale.

3. La composition des conseils d'administration

L'application de l'article 3.2.3-1 du décret fait régulièrement l'objet d'échanges entre le CSA et les médias de proximité. Globalement, les éditeurs se conforment aux incompatibilités (politiques et sectorielles), au quota de 50% maximum de mandataires publics et au quota de minimum 50% de membres d'associations. Toutefois, ces dernières années, le Collège a émis des réserves quant à l'application de ces dispositions :

- Bien que le nombre de mandataires publics au sens du décret dépolitisation n'excède jamais la proportion maximale de 50%, une part importante des administrateurs représente des partis politiques (membres de partis², anciens mandataires, candidats non élus) sans pour autant qu'ils soient titulaires d'un mandat, de sorte que le nombre de représentants politiques au sein des C.A. dépasse régulièrement 50%. Le CSA a d'ailleurs observé, dans certains cas, que le principe de la proportionnalité de la représentation politique est appliqué à une part plus large d'administrateurs que le quota maximum de mandataires publics. En d'autres termes, la représentation politique dépasse souvent la moitié du C.A., au détriment de la représentation associative et culturelle.
- Conformément à la jurisprudence du Conseil d'État³, le simple fait d'être membre d'une ASBL permet de justifier le statut de « représentant des secteurs associatifs et culturels ». En outre, selon la même jurisprudence, un administrateur mandataire public peut également justifier une appartenance aux secteurs associatifs et culturels. En conséquence, certains administrateurs représentant les secteurs associatifs et culturels n'entretiennent que des liens ténus avec ces secteurs. Pourtant, en dépit de cette interprétation large du concept de « représentant », le quota de 50% n'est atteint que de justesse par certains médias de proximité. Les appels répétés du Collège à plus d'ouverture n'ont pas toujours été suivis d'effets concrets. Ce quota vise pourtant à soutenir la mission socio-culturelle des télévisions locales. L'objectif du législateur est de garantir l'indépendance éditoriale des médias de proximité tout en favorisant la mise en place de conseils d'administration fonctionnels et équilibrés.

Quelques statistiques :

- Seuls trois médias de proximité comptent moins de 50% de « représentants politiques » dans leur C.A., tandis que pour la moitié des médias de proximité, cette proportion dépasse 65%.
- 7 conseils d'administration atteignent le minimum de 50% de représentants associatifs et culturels de justesse.
- 30% environ des administrateurs qualifiés de « représentant des secteurs associatifs et culturels » sont également membres de partis politiques ou d'associations directement liées. Dans certains cas, les liens entre les administrateurs et les associations qu'ils sont supposés représenter sont particulièrement limités.

La voie tracée par Canal C : en date du 16 mai 2019, l'éditeur officialisait une réforme de fond de ses statuts et de son Règlement d'ordre intérieur avec un impact sur la composition de son Conseil d'administration, lui permettant de rencontrer les recommandations du Collège, notamment :

² Il s'agit d'administrateurs qui exercent une fonction au sein du parti, qu'elle soit rémunérée ou non (membre du bureau, trésorier, secrétaire local, responsable d'une association directement liée, etc.) ou encore d'administrateurs mandatés officiellement par un parti ou par une commune pour en être le représentant. Par « association directement liée », le CSA désigne les centres d'études ou d'éducation permanente des partis ou encore les jeunesses politiques.

³ C.E., 23 mai 2011, n°213.399, ASBL RTC Télé Liège. Cette jurisprudence vide de son sens l'équilibre paritaire porté par le décret :

- Elle réduit à sa plus simple acception la notion de « représentant des secteurs associatifs ». Dans l'état actuel de la législation, un simple membre d'association est éligible à ce statut.
- Elle autorise le principe de la « double casquette », à savoir la possibilité pour un mandataire public de se prévaloir en parallèle d'un ancrage associatif afin d'être comptabilisé dans les deux catégories.

- Le nombre d'administrateurs est réduit, passant de 24 à 9, parmi lesquels un seul représentant par parti politique ;
- Les membres et administrateurs représentent tous une personne morale, publique ou privée ;
- L'ASBL manifeste une volonté d'équilibre des genres même si ce n'est pas la parité ;
- Les présidents et vice-présidents doivent être issus des secteurs associatifs et culturels.

Les règles relatives à la composition des conseils d'administration des médias de proximité ont évolué à plusieurs reprises. Elles viennent d'être modifiées dans un sens qui intègre en partie les préoccupations soulevées ci-dessus par le Collège :

Art. 3.2.3-1. - § 1er. Le conseil d'administration du média de proximité doit être composé pour moitié au moins de représentants du secteur associatif et du secteur culturel qui ne sont pas des mandataires publics ou des représentants des pouvoirs publics ou des services publics.

Le CSA constate qu'aucun commentaire d'article ou travaux préparatoire ne vient donner d'éclairage quant à l'interprétation que le régulateur doit donner aux concepts introduits par cette disposition.

La liberté d'association est une liberté fondamentale garantie par la Constitution. Par conséquent, en cas de doutes sur les règles qui l'encadrent, il convient de privilégier l'interprétation la moins restrictive. Dans ce cadre, le Collège prévoit de demander des éclairages au législateur quant à la notion de « représentant des pouvoirs publics ». Il mettra ensuite à jour sa recommandation relative à la composition des conseils d'administration des médias de proximité.

4. L'accessibilité des programmes

Le secteur des médias de proximité s'est accordé sur une convention qui confie au Réseau la coordination de la mise en œuvre du Règlement accessibilité. Les réflexions portent actuellement sur la production de sous-titres et sur la recherche des solutions techniques les mieux adaptées à l'infrastructure de chaque média de proximité.

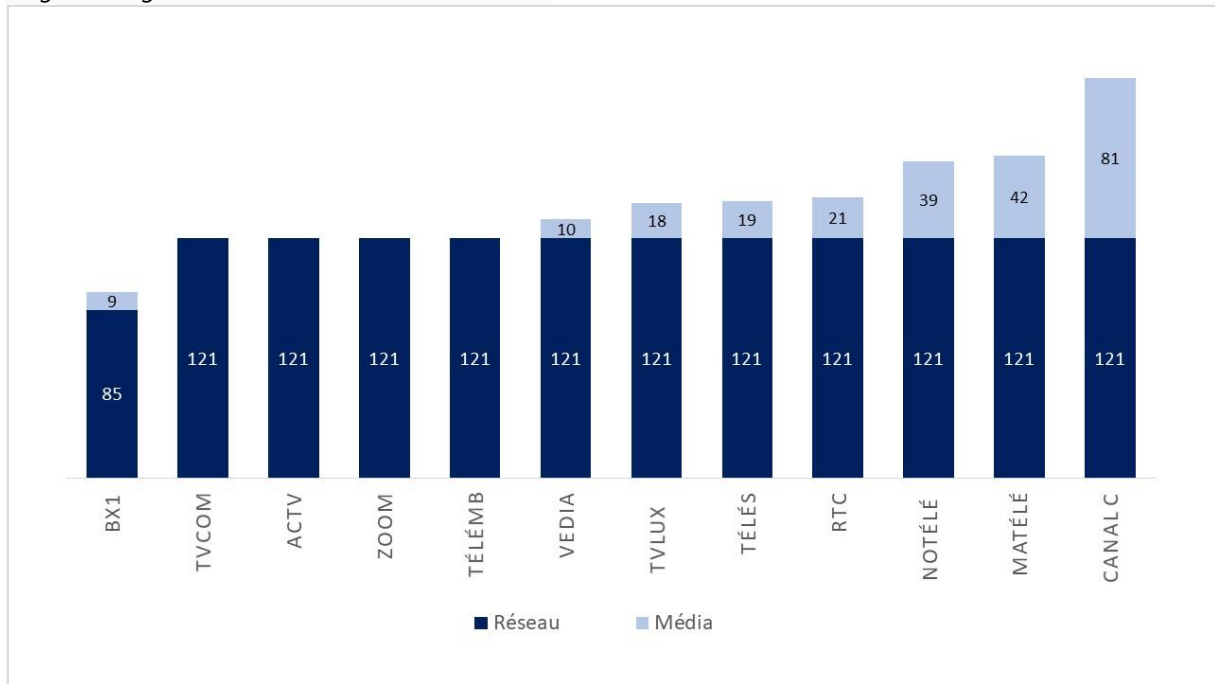
Développements en 2020 :

- Le sous-titrage fait l'objet de tests d'implémentation : production, transfert, standardisation. Trois éditeurs pilotes utilisent les logiciels sélectionnés par le Réseau. Les premières diffusions assorties de sous-titres ont eu lieu en juin 2020. Le secteur déclare que de nombreux développements sont intervenus depuis. Cependant, la prise en charge du sous-titrage en direct semble impliquer beaucoup de difficultés au niveau des serveurs de diffusion.
- Le Réseau coordonne les acquisitions en matériel et logiciel nécessaires à l'implémentation du Règlement. En outre, l'engagement de professionnels de l'accessibilité devrait accélérer la dynamique en cours.
- Des coproductions et des programmes parmi les plus échangés font l'objet d'un sous-titrage par le Réseau : « Bienvenue chez vous », « dBranché », « Décod'art », « Table et terroir » et « Showcase ».
- La durée des programmes interprétés en langue des signes est en hausse importante. Ceci s'explique principalement par les efforts coordonnés par le Réseau autour de l'interprétation des retransmissions des séances parlementaires.

Au-delà des concrétisations du Réseau, le CSA relève que les initiatives propres à chaque éditeur sont plus nombreuses qu'en 2019. Le premier contrôle effectif des quotas relatifs à l'accessibilité sera réalisé l'année prochaine, sur l'exercice 2021. Il s'agira de vérifier la proportion du temps d'antenne rendue accessible par le sous-titrage ou par l'interprétation en langue des signes. Dans la logique d'implémentation progressive prévue par le Règlement, la proportion à atteindre pour 2021 est de 17,5%.

Pour le contrôle de l'exercice 2020, le CSA rend compte, ci-dessous, de la durée des programmes rendus accessibles par les médias de proximité. Le graphique distingue les initiatives coordonnées par le Réseau de celles mises en place spécifiquement par chaque éditeur. Conformément au Règlement, il est tenu compte de manière indistincte du sous-titrage et de l'interprétation en langue des signes.

Fig6- durée des programmes rendus accessibles par le sous-titrage adapté ou par l'interprétation en langue de signes - en heures sur l'exercice 2020



- Le rôle du Réseau des médias de proximité est fondamental en vue de permettre aux éditeurs d'atteindre les quotas fixés par le Règlement. Pour 2020, le CSA constate que les retransmissions de débats parlementaires occupent une place très importante dans les durées de programmes rendus accessibles (environ 72 heures annuelles).
- L'interprétation centralisée du journal « Vivre Ici » permet à chaque éditeur de valoriser près de 50 heures de programmes hors rediffusions.
- Quelques éditeurs se distinguent via de nouvelles initiatives, notamment la rediffusion de leur récapitulatif de l'actualité de la semaine en version interprétée en langue des signes.
- 4 éditeurs n'ont toujours pris aucune initiative propre en matière d'accessibilité.

5. Points d'attention pour les nouvelles conventions

En date du 6 mai 2021, le Collège rendait un [avis](#) relatif aux demandes de renouvellement d'autorisation introduites par les 12 médias de proximité. Pour rappel, ces autorisations ont été octroyées pour une durée de 9 ans à dater du 1^{er} janvier 2013. Elles arrivent donc à échéance, au même titre que les conventions fixant les missions particulières confiées à chaque éditeur par le Gouvernement.

Le Collège sera prochainement consulté sur la teneur concrète des projets de conventions à conclure entre le Gouvernement et les éditeurs publics de médias de proximité. Il a néanmoins souhaité anticiper cette étape en formulant des recommandations dans l'avis référencé ci-dessus. Cette démarche se complète des points d'attention suivants, ainsi que de ceux figurant en préambule de la Recommandation du 8 juillet 2021 relative à la comptabilisation de la production propre des médias de proximité.

Offre de services

Le changement récent de dénomination, passée de « télévision locale » à « média de proximité », symbolise l'ambition, dans le chef des éditeurs, de proposer une offre transversale qui intègre la diffusion de contenus télévisuels, sonores et textuels. Cette évolution est porteuse en termes de diversité et de pluralisme du paysage médiatique. Elle nécessite néanmoins l'attention du législateur afin de se poursuivre en préservant les équilibres du marché.

>> Il conviendrait que les conventions fixent précisément l'offre de services attendue des médias de proximité.

Déploiement sur internet

Les médias de proximité produisent de plus en plus de contenus audiovisuels à destination d'internet. Cette tendance va s'accroître dans les années à venir. Lorsqu'il s'agit de programmes répondant aux définitions légales, ils sont comptabilisés par le CSA dans le cadre de son contrôle de la production propre et des missions de service public.

>> Il conviendrait que les conventions définissent des objectifs précis pour le déploiement des médias de proximité sur internet. Le Collège rappelle que le contrat de gestion de la RTBF fixe certaines balises en la matière, notamment afin d'optimiser la visibilité des missions de service public.

Synergies avec la RTBF

Si les partenariats entre médias de proximité sont diversifiés (échanges, coproductions, prospections communes, soutiens techniques), ceux impliquant la RTBF sont beaucoup moins fréquents. Quelques initiatives se sont récemment concrétisées mais deux constats généraux demeurent : premièrement, l'intensité des synergies reste très variable d'un éditeur à l'autre, et deuxièmement, seule une partie des exemples de synergies portés par les conventions est actuellement concrétisée.

>> Il conviendrait que les conventions portent des obligations précises de résultats qui permettent d'insuffler une nouvelle ligne de conduite aux synergies entre les médias de proximité et la RTBF.

>> Il conviendrait également qu'une concertation structurée reprenne autour de cet enjeu.

Missions programmatiques

Les conventions fixent un cadre pour la concrétisation des missions d'information, de développement culturel et d'éducation permanente : conditions de production, nombre d'éditions et, dans certains cas, durées minimales imposées. Il s'agit d'un socle a minima que la plupart des éditeurs dépassent largement. Toutefois, ce cadre reste perfectible pour en permettre une régulation optimale.

>> Il conviendrait que les conventions apportent des clarifications quant à la durée minimale de chaque programme requis. Par défaut, le CSA l'a fixée à 12 minutes dans sa jurisprudence. Cette durée pourrait être revue à la hausse. Les conventions pourraient également définir des quotas chiffrés précis en lieu et place de périodes dérogatoires parfois peu précises.

>> Il conviendrait que les conventions imposent la production propre d'au moins un programme régulier par mission. Ceci permettrait de garantir une offre de développement culturel, d'éducation permanente et de participation citoyenne spécifique à chaque zone de couverture.

>> Il conviendrait que les conventions soutiennent la diversification de l'offre de base des médias de proximité en confirmant la jurisprudence du Collège selon laquelle un programme ne peut rencontrer simultanément plusieurs missions de service public.

>> Il conviendrait que les conventions revalorisent la mission de participation, à savoir produire des programmes dont l'objectif premier est d'impliquer les citoyens de chaque zone de couverture. En effet, cette mission historique des médias de proximité leur permet de maintenir une interactivité forte avec leurs publics, tout en induisant une dynamique proche de l'éducation aux médias.

>> Il conviendrait de préciser les aspects suivant relatifs à chaque mission :

- Information / Sport : garantir une visibilité des sports pratiqués par des femmes et de ceux pratiqués par des personnes en situation de handicap.
- Développement culturel : envisager la fixation d'un quota de captations complémentaires aux obligations prévues en section 2.
- Éducation permanente : soutenir l'émergence de programmes dédiés à certaines sous-catégories de la mission peu ou pas traitées actuellement : promotion de la cohésion sociale, du dialogue interculturel et intergénérationnel, éducation aux médias, lutte contre la fracture numérique.

Proportionnalité

À quelques détails près, les conventions sont identiques pour l'ensemble des médias de proximité. Pourtant, leurs moyens, leurs effectifs et leurs zones de couverture ont des particularités que les conventions pourraient mieux refléter.

>> Il conviendrait que les conventions adaptent les différents quotas, notamment la durée moyenne hebdomadaire de production propre, aux spécificités de chaque média de proximité.

Audiences

L'audience des médias de proximité reste impossible à estimer via les techniques d'audimétrie usuelle. Le CSA publie chaque année une évolution quantitative de l'adhésion suscitée par chaque éditeur sur les réseaux sociaux. En l'absence de données relatives au service linéaire, ceci témoigne d'une notoriété certaine. Néanmoins, il paraîtrait légitime pour le législateur de s'assurer de la visibilité des missions de service public subsidiées.

>> Il conviendrait qu'une réflexion soit menée afin d'intégrer des objectifs stratégiques d'audience aux médias de proximité. Il pourrait s'agir d'un puissant vecteur d'auto-évaluation et de développement.

Fait à Bruxelles le 8 juillet 2021

DocuSigned by:
Karim Bourki
08013E62BA9E470...

DocuSigned by:
Mathilde Alet
8CA19B3ED537454...