



Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n°9/2021

Contrôle annuel : exercice 2020

ASBL TVRC Mons-Borinage

En exécution de l'article 136 §1^{er} 6° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci-après « le décret »), le Collège d'autorisation et de contrôle rend un avis sur la réalisation des obligations de l'ASBL TVRC Mons-Borinage pour l'édition de son service de média de proximité au cours de l'exercice 2020.

IDENTIFICATION

(Décret : articles 64 et 65)

- Année de création : 1985.
En date du 20 mars 2014, le Gouvernement a renouvelé les autorisations des douze médias de proximité de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour une durée de 9 ans à dater du 1^{er} janvier 2013.
- Siège social : rue des Sœurs Noires 4 A à 7000 Mons.
- Siège d'exploitation : idem.
- Zone de couverture : Boussu, Colfontaine, Dour, Frameries, Hensies, Honnelles, Jurbise, Lens, Mons, Quaregnon, Quévy, Quiévrain et Saint-Ghislain.
- Zone de réception : potentiellement étendue à l'ensemble de la FWB en vertu d'un accord sectoriel passé le 29 octobre 2015. Depuis le 4 mai 2018, Proximus distribue Télé MB sur l'ensemble du territoire de la FWB.
- Distribution : VOO, Proximus et Orange. Les programmes de Télé MB sont également disponibles sur son site internet.
- Droits d'auteurs : les éditeurs se sont conformés à la législation sur les droits d'auteurs pour l'exercice 2020. Le Réseau des médias de proximité centralise l'acquittement des montants dus par les télévisions pour l'utilisation du répertoire Sabam. Le forfait de chacune est calculé sur base des recettes publicitaires perçues durant l'exercice considéré.



MISSIONS

(Décret : articles 65 et 68 - convention : articles 9 à 15)

Les conventions déterminent un cadre précis pour la concrétisation par les médias de proximité de leurs missions d'information, de développement culturel et d'éducation permanente : programmes dédiés avec périodicités, durées, et conditions de production imposées.

Pour rappel, de façon générale, le CSA qualifie chaque programme en fonction de la mission principale qu'il concrétise. Cela signifie par exemple qu'un magazine à large dominante culturelle sera intégralement comptabilisé en « développement culturel » en dépit du fait que certaines éditions pourraient également relever de l'éducation permanente ou d'une autre mission de service public.

Cette méthode présente deux avantages :

- elle cible l'intention éditoriale principale qui sous-tend chaque programme ;
- elle permet de ne pas exiger un niveau de précision des conduites d'antenne supérieur à ce qu'une majorité des médias de proximité fournit actuellement (profils des invités, thématiques abordées, etc.).

A. **Mission d'information** : convention - article 9

1° L'éditeur produit et diffuse au minimum 6 journaux télévisés de 15 minutes par semaine. L'un de ces journaux télévisés peut comprendre pour partie des rediffusions. L'obligation porte sur 42 semaines.

Pour l'exercice 2020, l'éditeur fait état de la production et de la diffusion de 257 journaux télévisés inédits et de 42 journaux télévisés comprenant pour partie des rediffusions. La durée de ces journaux télévisés est conforme à celle prévue par la convention.

En moyenne, ceci équivaut à rencontrer l'obligation pendant 49 semaines.

L'obligation est rencontrée.

2° L'éditeur produit et diffuse au minimum deux programmes hebdomadaires d'information pouvant aborder l'actualité politique, culturelle, économique, sociale et sportive de sa zone de couverture. L'obligation porte sur 43 semaines.

L'offre d'information de Télé MB comprend les programmes récurrents suivants :

- « Atout sport » : magazine d'information sportive (22 éditions de 38 minutes) ;
- « Atout sport, la suite » : magazine sportif du lundi consacré à des disciplines moins médiatisés (12 éditions de 23 minutes) ;
- « Face à vous » : interview de personnalités régionales (26 éditions de 21 minutes) ;
« 2020 en questions » : bilans thématiques de l'année 2020 sur les thèmes de la santé, l'enseignement, les indépendants, la culture et le sport, avec invités en plateau et reportages (5 éditions de 49 minutes).

Cet aspect de l'offre est complété par au moins un programme d'information diffusé exclusivement sur internet et consacré à la crise sanitaire.

Le Collège ne comptabilise à ce stade que 66 éditions. L'obligation n'est pas rencontrée.



Interrogé quant à une infraction potentielle à l'article 9, 2° de sa convention, l'éditeur expose les arguments suivants :

- les rythmes de production bouleversés depuis le mois de mars 2020 ;
- la consigne en interne de privilégier la réalisation du journal télévisé quotidien ;
- la volonté des anciens Directeur général et Rédacteur en chef d'organiser une refonte de l'offre de programmes pour la rentrée de septembre 2020, sans que cette période de réflexion n'ait pu se concrétiser à l'antenne ;
- les décisions prises par le Conseil d'administration de se séparer du Directeur général (fin 2020) et du Rédacteur en chef (2021) afin « *d'implémenter une dynamique nouvelle* » susceptible de « *mieux répondre aux missions de service public* ».

L'éditeur demande en conséquence au Collège d'appliquer la marge de tolérance de 25% sur les obligations quantitatives qu'il a annoncée en vue de tenir compte de l'impact de la crise sanitaire sur l'activité de production.

Le Collège prend acte des arguments avancés par l'éditeur. Il décide de ne pas notifier de grief. Néanmoins, même en appliquant la marge de tolérance de 25%, l'obligation reste rencontrée de justesse. Le Collège considère cette situation comme très préoccupante.

Par ailleurs, le Collège constate qu'une partie importante des programmes d'information porte exclusivement sur l'actualité sportive. Il invite donc l'éditeur à diversifier son offre de manière à ce que d'autres thématiques prévues à l'article 9-2° de la convention soient plus régulièrement couvertes.

B. Mission de développement culturel : convention - articles 11 et 12

L'éditeur diffuse au minimum un programme mensuel destiné à mettre en valeur le patrimoine culturel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. L'obligation porte sur 12 mois.

Télé MB valorise les artistes et le patrimoine de sa zone de couverture via trois programmes récurrents :

- « Ça passe quand » et « Ça repasse quand » : magazines culturels (11 éditions de 30 minutes et 11 éditions de 20 minutes) ;
- « Teatime » : programme consacré aux arts et aux cultures (8 éditions de 28 minutes).

Cet aspect de l'offre est renforcé par un programme de format court :

« La minute de l'artiste » : capsules de présentation d'artistes locaux (24 éditions de 3 minutes).

Télé MB couvre en outre les événements culturels et folkloriques phares de la région tels que le concert de carillon de fin d'année, Les Restos du Rire 2020, la Ducasse de Mons et la Pucelette de Wasmes.

L'obligation est rencontrée.

C. Mission d'éducation permanente : convention - article 14

L'éditeur produit et diffuse au minimum un programme mensuel relevant de l'éducation permanente telle que définie par la convention (article 14). L'obligation porte sur 12 mois.

Télé MB produit un programme touchant à l'éducation permanente :



Quartiers d'histoire » : programme consacré à l'Histoire locale (40 éditions de 14 minutes).

L'obligation est rencontrée.

D. Mission d'animation / participation : décret – article 65

Cette mission consiste à « *promouvoir la participation active des citoyens de la zone de couverture* » (article 65 al.2 du décret). Au-delà des interventions habituelles du public dans les programmes d'information ou de développement culturel, la mission d'animation/participation encourage la production de programmes dont l'objectif premier est d'impliquer directement des quidams, des associations, des clubs sportifs amateurs ou semi-professionnels, etc.

L'éditeur produit un programme spécifiquement axé sur la participation du public :

« Atout sport rétro » : les activités sportives locales étant à l'arrêt à cause de la crise sanitaire, ce programme est revenu sur les grands événements sportifs locaux, en dialoguant avec les sportifs de l'époque et les supporters (9 éditions de 95 minutes).

Cet aspect de l'offre est renforcé par un programme de format court :

« Créons des liens » : diffusion de messages et photos liés aux résidents des homes de Mons-Borinage, privés de visites en période de crise sanitaire (3 éditions de 5 minutes).

En outre, Télé MB couvre des événements fédérateurs de sa zone de couverture tels que le « Prix Mercure », qui met en exergue le dynamisme des indépendants de la région. La remise de prix pour 2020 s'est faite au travers d'une cérémonie virtuelle réalisée et diffusée par l'éditeur.

L'obligation est rencontrée.

PROGRAMMATION

(Décret : article 67 §1^{er} 6° - Convention : article 8)

La programmation des médias de proximité consiste en la multidiffusion de « boucles ». Par conséquent, seules les premières diffusions de programmes sont prises en considération dans le calcul des durées ci-dessous. Elles constituent l'assiette éligible de base, de laquelle sont déduits les contenus commerciaux (publicité, annonce de parrainage...), le vidéotexte, ainsi que les autopromotions et les habillages d'antenne.

A. Première diffusion

Pour l'exercice 2020, la durée quotidienne moyenne de la programmation en première diffusion est de 2 heures 16 minutes (3 heures 22 minutes en 2019).

B. Production propre

L'éditeur assure dans sa programmation un nombre minimal de 250 minutes de production propre, en moyenne hebdomadaire, calculée par année civile et hors rediffusions.



Durée de la production propre	+	Durées des parts en coproduction	=	Durée totale annuelle	Durée moyenne hebdomadaire
176:49:27		40:39:04		217:28:31	251 minutes

L'obligation est rencontrée de justesse.

ACCESSIBILITE

(Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle – 2018)

(Charte relative à la qualité des mesures d'accessibilité à destination des personnes en situation de déficience sensorielle et Guide de bonnes pratiques à destination des professionnels de l'audiodescription)

2020 est le dernier exercice de transition avant le contrôle effectif des quotas de diffusion prévus par le Règlement du Collège d'avis en matière d'accessibilité des programmes, entré en vigueur en janvier 2019, et auquel le Gouvernement a donné force contraignante. Le premier seuil d'obligations s'appliquera sur l'exercice 2021 (contrôlé en 2022). Les médias de proximité devront alors atteindre 50% des obligations, ce qui signifie que 17,5% de la programmation devra être rendue accessible via le sous-titrage ou l'interprétation en langue des signes.

Pour l'exercice 2020, les avis poursuivent l'état des lieux des initiatives prises par les éditeurs et par le Réseau des Médias de proximité.

L'éditeur dispose d'un référent accessibilité.

Télé MB fait partie des trois médias de proximité pilotes, qui travaillent à la mise en place de l'accessibilité des programmes pour l'ensemble du Réseau.

Le Réseau continue de concentrer une partie des développements du secteur en matière d'accessibilité. D'une part, via le JT quotidien « Vivre Ici », coproduit par les 12 médias de proximité, et rediffusé sur l'ensemble du Réseau accompagné d'une interprétation en langue des signes. En première diffusion, ceci représente 49h de programmes rendus accessibles en 2020. Et d'autre part, via la concrétisation des tests réalisés fin 2019 pour interpréter en langue des signes la diffusion en direct des séances parlementaires (Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et Parlement wallon). En 2020, ces diffusions représentent 72 heures supplémentaires de programmes rendus accessibles. Ces durées sont comptabilisables par chaque éditeur.

Pour l'exercice 2020, le Collège constate que Télé MB atteint 121 heures annuelles de programmes rendus accessibles en primo-diffusion. Cette durée est atteinte exclusivement par les initiatives du Réseau.

Le Collège note que Télé MB n'a pris aucune initiative propre pour rendre sa programmation accessible. Il invite l'éditeur à intensifier fortement sa prise en charge de cet enjeu d'intérêt général en vue de rencontrer les objectifs du nouveau Règlement, notamment en réfléchissant aux moyens de rendre son JT accessible, ainsi qu'en s'appuyant sur les démarches entreprises au sein du Réseau de médias de proximité pour développer le sous-titrage de ses coproductions et de ceux parmi ses programmes qui sont les plus échangés.



SYNERGIES

(Décret : 70 – convention : articles 18, 21 et 22)

A. **Médias de proximité**

Échange

L'éditeur rappelle que les médias de proximité, plus particulièrement ceux qui couvrent une même Province, s'échangent régulièrement des reportages dans le but d'optimiser leur couverture de l'actualité.

Les données du rapport attestent d'échanges réguliers de programmes entre Télé MB et ses consœurs. L'article 18 al2 2° de la convention impose à chaque média de proximité de diffuser au moins 4 programmes par mois en provenance du Réseau. Pour l'exercice 2020, Télé MB mentionne notamment : « Labeléco » (Notélé - 13 éditions), « Le geste du moi » (Canal Zoom - 12 éditions), « Game in » (RTC - 11 éditions) et « Éric remet le couvert » (TV Lux - 10 éditions).

Coproduction

L'éditeur participe aux coproductions coordonnées par le Réseau :

L'éditeur participe aux coproductions coordonnées par le Réseau :

- Un journal télévisé quotidien qui propose un condensé de l'actualité traitée par les médias de proximité (« Vivre ici » - 200 éditions). Ce journal télévisé est rediffusé avec interprétation en langue des signes (199 éditions) ;
- Un magazine centré sur le tourisme de proximité (« Bienvenue chez vous » - 12 éditions). Sur l'exercice 2020, le format propose des déclinaisons : « Bienvenue chez vous : Les bons plans du week end » (9 éditions produites par Matélé, Notélé et Vedia), « Bienvenue chez vous Nature » (11 éditions produites chacune par un média de proximité wallon), et « Bienvenue chez vous automnal » (14 éditions produites par Matélé) ;
- La couverture de certaines séances du Parlement wallon et du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- Le programme « Enter », capsule à destination des réseaux sociaux qui valorise les initiatives locales en matière de technologies numériques. Il s'agit d'une coproduction impliquant les 11 médias de proximité wallons, avec le soutien de Digital Wallonia ;
- Trois programmes de valorisation des artistes locaux : « Music 4 Seasons », « L'été des artistes » et « Showcase ».

Coproduction entre télévisions hennuyères :

- Un magazine de présentation d'initiatives locales (« C dans la poche » - 41 éditions de 7 minutes). Ce partenariat implique aussi la Province.

Le Collège salue cette initiative de coproduction particulière renforçant les synergies locales.

Prospection concertée

Le Réseau s'est lancé dans une politique exceptionnelle d'acquisition de programmes. Il s'est adressé à des partenaires locaux¹ afin de diversifier l'antenne des médias de proximité dans une période marquée par une baisse importante de la production. L'objectif était également de proposer du divertissement afin d'alléger le climat anxigène induit par la crise. Types de programmes acquis : fictions, animation, programmes jeunesse. Le Collège salue cette synergie entre les médias de proximité qui vient renforcer

¹ Notamment : Cinéart, Ambiances ASBL, Haute Ecole Albert Jacquard, ASBL Les Grignoux et Camera-etc.



leur rôle dans la diffusion de productions soutenues par la Fédération Wallonie-Bruxelles (art. 12 des conventions).

Le Collège constate que Télé MB a instauré une dynamique de collaboration efficace avec les autres éditeurs locaux de service public.

B. **RTBF**

Échange

- Une convention de partenariat a été signée entre la RTBF et les médias de proximité en décembre 2020 qui prévoit, dès janvier 2021, de manière structurelle, l'intégration dans le JT de 13h de La Une de la séquence « Vivre ici ». Cette dernière valorise quotidiennement un reportage produit par les Médias de proximité. En réciproque, les médias de proximité intègrent des reportages de la RTBF dans leurs propres journaux télévisés et magazines.
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.
- 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.

Coproduction

- Télé MB s'est engagée avec la RTBF et d'autres médias de proximité dans la production du mensuel « Alors on change ». Il s'agit d'un magazine d'éducation permanente destiné à mettre en valeur les « acteurs du changements », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis sociétaux.
- Télé MB relaye en radio filmée le direct vidéo de la matinale du décrochage de Vivacité en Province du Hainaut (« Hainaut matin »). L'éditeur précise qu'il élabore une partie du contenu visuel associé au flux sonore.

Prospection

L'éditeur relève la collaboration autour du portail d'information locale « Vivre ici ». À noter que la RTBF n'est cependant pas partie prenante au journal télévisé du même nom.

Le Collège constate que des collaborations existent mais qu'elles pourraient encore gagner en intensité afin de couvrir plus largement les pistes portées par l'article 21 des conventions. Il invite l'éditeur à prendre des initiatives concrètes en ce sens.

ORGANISATION

(Décret : articles 71 à 74)

Suite aux élections communales du 14 octobre 2018, le conseil d'administration du média de proximité a été renouvelé en date du 13 juin 2019, soit dans les délais impartis.



La composition du conseil d'administration a connu une modification : la désignation de deux nouveaux représentants des secteurs associatif et culturel.

Le conseil d'administration actuel se compose de 18 membres :

- 7 mandataires publics au sens du décret « dépolitisation ». Leur répartition entre les différentes tendances politiques s'établit comme suit : 4 PS, 1 CDH, 1 MR, 1 Ecolo ;
- Le Collège constate que le quota de minimum 50% de représentants des secteurs associatif et culturel est atteint de justesse.

À l'exception du représentant d'Ecolo, observateur avec voix consultative, tous les membres du conseil d'administration disposent d'une voix délibérative.

Télé MB déclare qu'aucun de ses administrateurs n'est en situation d'incompatibilité au regard des articles 71 et 73 du décret.

Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur la modification récente de l'article 3.2.3-1 du décret : « 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 ». Ceci implique que les « mandataires publics » ne puissent dorénavant plus se prévaloir en parallèle de la qualification de représentant des secteurs associatifs et culturels. L'interprétation à donner à la notion de « représentant des pouvoirs publics » pourrait nécessiter un éclairage de la part du législateur. Elle fera dès lors l'objet d'échanges ultérieurs avec les médias de proximité.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Pour l'édition de son service de média de proximité Télé MB au cours de l'exercice 2020, l'éditeur a respecté ses obligations en matière de remise d'un rapport annuel, de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation-participation, de production propre, de collaboration avec les autres médias de proximité et de composition de son conseil d'administration.

Le Collège constate que l'éditeur n'atteint pas son quota de programmes hebdomadaires d'information. Toutefois, afin de tenir compte de l'impact du contexte de crise sanitaire sur les activités de production, il consent exceptionnellement, comme concerté avec le Réseau des médias de proximité, à appliquer une marge de tolérance de 25% sur les obligations quantitatives des conventions, En conséquence, aucun grief n'est notifié à l'éditeur. Toutefois, le Collège sera très attentif à ce que la mission soit à nouveau concrétisée dès l'exercice prochain.

En matière d'accessibilité, le Collège invite l'éditeur à intensifier fortement sa prise en charge de cet enjeu d'intérêt général en vue de rencontrer les objectifs du nouveau Règlement, notamment en réfléchissant aux moyens de rendre son JT accessible, ainsi qu'en développant le sous-titrage de ses coproductions et de ceux parmi ses programmes qui sont les plus échangés.

Le Collège constate que des collaborations sectorielles se développent entre les médias de proximité et la RTBF. Cependant, il invite l'éditeur à prendre davantage d'initiatives concrètes de rapprochement afin que ces synergies gagnent en intensité pour couvrir plus largement les pistes portées par l'article 21 des conventions.

Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur la modification récente de l'article 3.2.3-1 du décret portant sur les règles de composition des conseils d'administration.

Nonobstant ces observations, le Collège d'autorisation et de contrôle constate que Télé MB a respecté ses obligations pour l'exercice 2020. Il salue la capacité d'adaptation dont a fait preuve l'éditeur afin de maintenir ses activités dans un contexte inédit de crise sanitaire.

Fait à Bruxelles, le 8 juillet 2021

DocuSigned by:
Karim Hourki
08013E62BA9E470...

DocuSigned by:
Mathilde Alet
8CA19B3ED537454...