

# Collège d'autorisation et de contrôle

## Décision du 16 janvier 2025

(Contrôle annuel 2023)

- 1 En cause l'ASBL Electron Libre, dont le siège est établi Quai Sur Meuse, 19 à 4000 Liège ;
- 2 Vu le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, et en particulier les articles 9.1.2-3, § 1<sup>er</sup>, 13° et 9.2.2-1 à 9.2.2-3 ;
- 3 Vu l'avis du Collège d'autorisation et de contrôle n° 79/2024 du 13 juin 2024 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Electron Libre ASBL pour le service Warm au cours de l'exercice 2023 ;
- 4 Vu le grief notifié à l'ASBL Electron Libre par lettre recommandée à la poste du 20 juin 2024 :  
  
*« non-respect des engagements pris par l'éditeur dans le cadre de l'article 4.2.3-1, alinéa 1<sup>er</sup>, 1° du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos relatif à l'obligation de veiller à la promotion culturelle » ;*
- 5 Vu le courriel de l'éditeur du 27 novembre 2024 ;
- 6 Entendu M. Pierre Mengal, président, en la séance du 28 novembre 2024 ;

### 1. Exposé des faits

- 7 Dans son avis n° 79/2024 du 13 juin 2024 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Electron Libre ASBL pour le service Warm au cours de l'exercice 2023, le Collège d'autorisation et de contrôle a notamment examiné si l'éditeur avait respecté, pour l'exercice concerné, son engagement à diffuser 636 minutes par semaine de programmes relevant de la promotion culturelle.
- 8 Sur ce point, il a constaté que, selon l'analyse des informations déclarées dans son rapport annuel, l'éditeur n'avait réalisé une moyenne que de 51 minutes de promotion culturelle hebdomadaire.
- 9 Il a dès lors décidé de notifier à l'éditeur le grief visé au point 4.

### 2. Arguments de l'éditeur de services

- 10 L'éditeur a exprimé ses arguments pendant le contrôle annuel, dans un courriel du 27 novembre 2024, et lors de son audition du 28 novembre 2024.
- 11 Il explique que sa radio existe depuis plus de vingt ans et que son projet a toujours été conçu autour de la promotion culturelle. Plus précisément, son but est de promouvoir les musiques alternatives (surtout électroniques) et les artistes peu ou pas diffusés ailleurs.
- 12 Il ne s'est jamais éloigné de cette ligne éditoriale et le CSA a également toujours eu une attitude constante et bienveillante à son égard. En cas de question, il était contacté, généralement par

téléphone, et on lui demandait d'apporter les éclaircissements nécessaires dans un esprit de dialogue, ce qui lui a permis de ne jamais se voir notifier de grief.

- 13 Les choses se sont cependant déroulées différemment pour le contrôle de l'exercice 2023. Après avoir remis son rapport dans les temps et de la même manière que les autres années, il s'est vu adresser en avril 2024, par courriel, des questions relatives à des manquements potentiels. Dès lors que c'était la première fois que cela lui arrivait et qu'il ne comprenait pas bien ce qui lui était reproché, il a répondu à ce courriel en indiquant, précisément, qu'il ne comprenait pas bien quel était le problème et en demandant si les services du CSA pouvaient l'aider. Il a ensuite reçu un accusé de réception de son courriel mais, contrairement à ce qu'il espérait, aucun appel pour lui expliquer la situation ni même de réponse écrite. Il indique avoir finalement lui-même appelé les services du CSA en été mais s'être vu répondre qu'à ce stade, il était trop tard car un grief lui avait déjà été notifié. L'éditeur regrette cette nouvelle méthode de travail du CSA.
- 14 Il reconnaît que son rapport annuel n'était pas parfaitement complété et qu'il avait omis d'y mentionner certaines émissions de promotion culturelle. Il fournit cependant, dans son courrier du 27 novembre 2024, une liste complémentaire de programmes rentrant, selon lui, dans la notion de promotion culturelle et devant être pris en compte pour vérifier le respect de son engagement. Ces programmes sont les suivants :
- « Warm Select » (9 heures par semaine), qui « *présente une sélection de morceaux exclusifs, souvent plusieurs semaines avant leur sortie officielle, afin d'offrir à nos auditeurs la crème de la musique électronique* » ;
  - « Warm Talents » (1 heure par semaine), qui « *met chaque semaine en avant un artiste auquel nous laissons carte blanche pendant une heure. (...) Nous promovons également l'invité de la semaine sur nos réseaux sociaux afin d'augmenter sa visibilité* » ;
  - Une émission dans laquelle un DJ résident, Josh Love, propose chaque semaine un mix de morceaux commentés (1 heure par semaine) ;
  - Des cases dédiées mises à la disposition de talents locaux qui peuvent s'y exprimer avec une totale liberté de format et de contenu (40 heures par semaine) ;
  - L'inclusion dans les playlists d'œuvres d'artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles qui ne sont pas diffusées ailleurs ;
  - La mise à disposition d'espaces publicitaires gratuits pour les organisateurs d'événements qui peuvent y diffuser leurs spots promotionnels.
- 15 L'éditeur ajoute qu'il lui est parfois impossible de couvrir certains événements qui sont sponsorisés par d'autres éditeurs et pour lesquels ces derniers ont négocié une exclusivité.
- 16 Cependant, bien que son rapport annuel n'ait pas mentionné tous ses programmes de promotion culturelle et bien qu'il ne puisse pas toujours couvrir tous les événements qu'il souhaiterait couvrir, l'éditeur se dit certain que les services du CSA auraient dû constater son engagement comme atteint, car il est persuadé qu'il le dépasse largement. Sa programmation est en effet, selon lui, composée essentiellement de promotion culturelle, que cela soit sous la forme d'émissions à proprement parler ou par le biais de sa programmation musicale en général.
- 17 Il s'excuse s'il n'a pas transmis toutes les informations nécessaires au moment du contrôle annuel et explique ceci par le fait que, depuis la perte de son statut de radio associative et d'expression en 2019 et du subside y afférent, il a dû travailler avec moins de moyens et une équipe entièrement bénévole. Il assure cependant le CSA du fait qu'il n'a jamais eu l'intention de dissimuler quoi que ce soit ou de ne pas respecter les règles.

### 3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

- 18 Selon l'article 4.2.3-1, alinéa 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup> du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos (ci-après, « le décret ») :

*« Les éditeurs de services sonores doivent, pour chaque service sonore qu'ils éditent, respecter les obligations suivantes :*

*1<sup>o</sup> veiller à la promotion culturelle, notamment par la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio ; (...) »*

- 19 Sur la base de cette disposition, l'éditeur s'est engagé, dans son dossier de candidature à l'appel d'offres ayant mené à son autorisation, à diffuser 636 minutes par semaine de programmes relevant de la promotion culturelle.

- 20 Le non-respect d'un tel engagement est soumis à sanction, conformément à l'article 9.2.2-1, § 1<sup>er</sup> du décret précité qui dispose que :

*« Lorsqu'il constate une violation aux lois, décrets et règlements en matière d'audiovisuel, notamment ceux visés à l'article 9.1.2-1, § 1<sup>er</sup>, 2<sup>o</sup>, approuvés par le Gouvernement, ou un manquement aux obligations découlant d'une convention conclue entre la Communauté française et un éditeur de services ou un distributeur de services, du contrat de gestion de la RTBF, de la convention conclue entre le Gouvernement et chacun des médias de proximité ainsi que d'engagements pris dans le cadre de la réponse à un appel d'offres visé par le présent décret, ou la non-exécution d'une sanction visée ci-dessous, le Collège d'autorisation et de contrôle peut, dans le respect de la procédure visée à l'article 9.2.2-3, prononcer une des sanctions suivantes : (...) »*

- 21 Dans son avis n° 79/2024 du 13 juin 2024 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Electron Libre ASBL pour le service Warm au cours de l'exercice 2023, le Collège a constaté que l'éditeur n'avait, au cours de l'exercice 2023, diffusé que 51 minutes par semaine de programmes de promotion culturelle.

- 22 Dès lors que l'éditeur conteste ce chiffre, il convient d'examiner ses arguments.

- 23 Pour ce faire, il faut, à titre préliminaire, expliquer comment le CSA calcule les engagements pris par les éditeurs et comment il contrôle ensuite leur respect.

- 24 S'agissant, d'une part, du calcul de l'engagement tel qu'il est pris dans le dossier de candidature, il dépend du type d'engagement. Compte tenu de la manière dont est rédigé le formulaire de candidature aux appels d'offres, certains engagements doivent être chiffrés par le candidat (par exemple les engagements en matière de diffusion musicale) et d'autres pas (par exemple les engagements en matière de promotion culturelle ou de programmes d'information).

- 25 En ce qui concerne la promotion culturelle, le formulaire de candidature à remplir par les éditeurs leur demande de fournir la grille de leurs programmes rentrant dans cette catégorie, mais pas d'indiquer leur durée globale. Au moment de l'analyse du dossier de candidature d'un éditeur, les services du CSA vont examiner cette grille et, sur la base du descriptif de chaque programme fourni par l'éditeur, déterminer si tous les programmes qui y sont indiqués correspondent bien à la notion de promotion culturelle. Si des programmes se trouvant dans la grille ne correspondent en réalité pas à la notion, ils ne seront pas comptabilisés dans l'engagement. Et *a contrario*, si des programmes mentionnés dans une autre rubrique du dossier de candidature (par exemple la rubrique relative à l'information) s'avèrent ne pas correspondre à cette rubrique mais bien à la notion de promotion culturelle, ils ne seront pas comptabilisés dans l'engagement lié à cette autre rubrique mais bien dans l'engagement de l'éditeur en matière de promotion culturelle.

- 26 En outre, une fois les programmes de promotion culturelle identifiés par les services du CSA, ces derniers n'en comptabiliseront pas nécessairement toute la durée pour déterminer la hauteur de l'engagement. En effet, il arrive fréquemment que des programmes contenant des séquences de promotion culturelle contiennent également une forte proportion de musique qui, elle, ne relève pas en soi de la promotion culturelle, comme cela sera exposé ci-après. Dans ce type de programmes, les services du CSA ne comptabilisent donc que les interventions parlées pour déterminer le volume de promotion culturelle diffusé par l'éditeur.
- 27 A cet égard, il faut noter que, lorsqu'ils déterminent l'engagement d'un éditeur au moment de l'examen de son dossier de candidature, les services du CSA ne fixent pas eux-mêmes le pourcentage d'interventions parlées dans ses différents programmes. Ils en seraient d'ailleurs bien incapables, s'agissant d'un service décrit sur papier et non encore autorisé. Les services se basent sur ce qui est déclaré par l'éditeur lui-même dans son dossier de candidature, dans la grille de programmes qu'il doit joindre à la fiche n° 2 de son dossier, qui contient une colonne intitulée « estimation de la proportion d'interventions parlées ». L'intitulé de cette colonne est suivie de deux astérisques qui renvoient à une note infrapaginale précisant que « *si le programme est animé, veuillez indiquer une estimation de la proportion d'interventions parlées (par rapport à la musique, hors publicités et informations de service (météo, info trafic,...) ».*
- 28 C'est en appliquant ces principes, c'est-à-dire en identifiant les programmes dont le descriptif correspondait à la notion de promotion culturelle et en ne retenant de ces programmes que les minutes d'intervention parlée, que l'engagement de l'éditeur a été calculé par le CSA lors du plan de fréquences de 2019.
- 29 S'agissant, d'autre part, du contrôle, par le CSA, du respect de cet engagement, il se fait donc au regard du chiffre déterminé par le CSA selon la méthode décrite ci-avant, soit 636 minutes par semaine.
- 30 Pour déterminer si ce chiffre est atteint, les services du CSA vont d'abord se fonder sur les déclarations faites par l'éditeur dans son rapport annuel. Ils vont ensuite regarder si ces déclarations apparaissent correctes en les confrontant à l'échantillon fourni. En cas de question sur le déclaratif de l'éditeur et/ou sur une discordance entre son déclaratif et ses échantillons, elle est adressée à l'éditeur pour qu'il puisse s'expliquer.
- 31 En l'occurrence, le formulaire de rapport annuel à compléter par l'éditeur pour l'exercice 2023 contenait un tableau à compléter avec ses programmes de promotion culturelle. Ce tableau contenait notamment une colonne intitulée « durée (en minutes) par diffusion » et une colonne intitulée « durée de la promotion culturelle (en minutes) par diffusion ». L'éditeur a mentionné seulement trois programmes dans ce tableau (« Warm Talents », « Warm Best-Of » et « Warm Select ») et a mentionné que le premier comportait 60 minutes de promotion culturelle (sur 60 minutes de programme par semaine), que le deuxième comportait 5 minutes de promotion culturelle (sur 60 minutes de programme par semaine), et il n'a pas indiqué la durée dédiée spécifiquement à la promotion culturelle dans le troisième programme diffusé à raison de 480 minutes par semaine (ce qui signifiait peut-être que, selon lui, ce programme était composé à 100 % de promotion culturelle).
- 32 Les services du CSA n'ont cependant pas pu retenir 545 minutes par semaine de promotion culturelle au crédit de l'éditeur. En effet, ils se sont aperçus, à l'écoute de l'échantillon fourni, que les programmes « Warm Talents » et « Warm Select » n'étaient composés quasiment que de musique et que donc seules quelques minutes parlées de ces programmes pouvaient effectivement être comptabilisées en tant que promotion culturelle.
- 33 Ils ont bien tenté d'obtenir des informations complémentaires de la part de l'éditeur en lui adressant des questions en avril 2024, mais ce dernier n'y a pas répondu de manière concrète.

- 34 Au terme de leur analyse, les services du CSA ont donc déterminé que le nombre de minutes hebdomadaires pouvant effectivement, en 2023, être comptabilisées dans la programmation de l'éditeur comme de la promotion culturelle s'élevait à 51.
- 35 L'éditeur invoque plusieurs arguments pour contester ce chiffre ainsi que la méthode de travail du CSA.
- 36 *Premièrement*, sur la forme, il regrette que les services du CSA n'aient pas davantage cherché à l'aider lorsqu'il a exprimé son besoin d'explications.
- 37 A cet égard, il est vrai que le courriel de l'éditeur du 24 avril 2024 dans lequel il sollicitait de l'aide est resté sans réponse écrite, si ce n'est un accusé de réception. Le Collège s'excuse de ce qui semble avoir été un oubli, une distraction, au niveau des services du CSA. Il ne s'agit cependant que d'une erreur humaine qui aurait pu être facilement dépassée si l'éditeur s'était montré plus proactif. Il reconnaît en effet lui-même que son rapport annuel était incomplet, et il aurait pu s'en rendre compte plus tôt et fournir au CSA des compléments d'information.
- 38 *Deuxièmement*, sur le fond, il ne comprend pas comment le CSA n'a pu retenir que 51 minutes hebdomadaires de promotion culturelle dans toute sa programmation, alors que lui estime dépasser largement son engagement à en diffuser 636 minutes.
- 39 Sur ce point, un rappel de ce que recouvre la notion de promotion culturelle semble nécessaire.
- 40 Il faut tout d'abord noter que la notion est (partiellement) définie dans le décret. En effet, l'article 4.2.3-1, alinéa 1<sup>er</sup>, 1° du décret impose à tous les éditeurs de services sonores de « *veiller à la promotion culturelle, notamment par la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio* ». L'on peut donc en déduire que la promotion culturelle vise, entre autres choses, « *la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio* ».
- 41 Pour savoir ce que recouvrent ces activités culturelles et socio-culturelles, l'on peut s'en référer à la recommandation du Collège du 22 décembre 2011 relative aux exigences minimales en matière de promotion culturelle et à la mise en œuvre de l'article 53, § 2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels<sup>1</sup>.
- 42 Dans cette recommandation, le Collège explique que, par activités culturelles et socioculturelles, il entend « *des spectacles, expositions, et autres activités régulières ou ponctuelles organisées dans le domaine artistique ou de l'expression en général (patrimoine, architecture, spectacles vivants, théâtre, cinéma, littérature, poésie, musique, danse, gastronomie, etc.) ainsi que les activités qui contribuent au développement du lien social (insertion, prévention, lutte contre les discriminations, etc.). L'actualité générale locale, les annonces de service, et les événements de nature sportive, commerciale ou politique ne sont en principe pas pris en compte en tant qu'éléments visant la promotion culturelle, sauf s'ils recouvrent une dimension de la nature précitée (par exemple, un match sportif assorti d'un concert, une braderie assortie d'une exposition, etc.)* ».
- 43 A côté de la présentation des activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio, la notion de promotion culturelle vise également d'autres contenus qui, eux, ne sont pas directement

---

<sup>1</sup> [Recommandation relative aux exigences minimales en matière de promotion culturelle – mise en œuvre de l'article 53 §2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels – CSA Belgique](#). Il faut noter que cette recommandation fait référence à l'article 53, § 2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels qui a été abrogé par le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos. Toutefois, l'article 4.2.3-1, alinéa 1<sup>er</sup>, 1° du nouveau décret remplace à l'identique l'article 53, § 2, 1°, a) de l'ancien décret. Le contenu de la recommandation de 2011 reste donc pertinent sous l'empire du nouveau décret.

listés dans l'article 4.2.3-1, alinéa 1<sup>er</sup>, 1° du décret. Ces contenus étaient, eux, décrits dans le guide d'aide au remplissage des dossiers de candidature que tous les candidats à l'appel d'offre radio auquel a participé l'éditeur ont pu consulter lors de la préparation de leur dossier. Il s'agit des contenus dits de « développement culturel », dont le guide de remplissage précisait qu'ils seraient également comptabilisés dans la promotion culturelle à côté de la présentation des activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio. Le guide de remplissage expose que « *par développement culturel, on entend les programmes visant l'élargissement des horizons en matière de pratiques culturelles. Cette définition englobe les programmes permettant une découverte de tous objets culturels, dont les disciplines moins médiatisées comme les arts plastiques et visuels, la photographie, le cinéma d'auteur, la danse contemporaine, etc. Les programmes thématiques musicaux peuvent être considérés comme des programmes de développement culturel à condition que la sélection musicale fasse l'objet d'une recherche et d'une éditorialisation et que la musique soit accompagnée par des séquences d'entretiens, de reportages ou de chroniques portant sur les œuvres musicales diffusées. Les programmes ayant une approche socio-culturelle transversale sont également pris en compte, par exemple les programmes consacrés à l'histoire, portant sur une analyse critique de l'actualité culturelle ou offrant une plateforme de diffusion à une démarche artistique innovante et émancipatrice* ».

- 44 Cette définition du programme de développement culturel a, par la suite, été étoffée dans une recommandation du 19 mai 2020 relative à l'évolution du traitement des demandes de qualité de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente<sup>2</sup>, qui définit le développement culturel dans les termes suivants :

*« Programmes visant l'élargissement des horizons en matière de pratiques culturelles. Les programmes ciblés orientés sur la découverte de tous produits culturels peu promus dans les médias, comme certains arts de la scène, la littérature, les arts plastiques, mais aussi d'une manière transversale tous ceux qui participent d'une démarche artistique innovante et émancipatrice.*

*Les programmes visant la découverte musicale sont éligibles s'ils font montre d'un travail de recherche ou de défrichage. En ce sens, la musique sera accompagnée de séquences d'information sur les œuvres diffusées et leurs créateurs, sous la forme de chroniques, de reportages ou d'interviews, ainsi que de la diffusion de raretés et de musique produite en direct ou à tout le moins spécifiquement pour l'occasion (sets acoustiques, captations de concerts, création radiophonique).*

*Les programmes visant la couverture de l'actualité culturelle sous un angle critique et personnel sont également pris en compte, tout comme les programmes ponctuels de couverture d'un festival, d'un événement culturel. Enfin, bien entendu, les programmes de fiction comme les feuilletons, les dramatiques et les documentaires de création entrent également dans cette catégorie. »*

- 45 En résumé, l'on peut donc considérer que la promotion culturelle au sens large, qui est une exigence de l'article 4.2.3-1, alinéa 1<sup>er</sup>, 1° du décret, recouvre, d'une part la promotion culturelle au sens strict, c'est-à-dire la présentation des activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio et, d'autre part, le développement culturel. Comme l'indique le guide de remplissage, « *La promotion culturelle<sup>3</sup> se distingue du développement culturel par le fait de promouvoir un événement actuel auquel les auditeurs ont été ou seront en mesure d'assister ou de participer* ».
- 46 Il faut noter que ces notions de promotion culturelle et de développement culturel sont également réexpliquées, dans les mêmes termes, dans le formulaire de rapport annuel qui est adressé chaque année aux éditeurs. L'éditeur disposait donc de toutes ces informations lors de la rédaction de son rapport annuel pour l'exercice 2023.

<sup>2</sup> [Recommandation du 19 mai 2020 relative au statut de radios associatives – CSA Belgique](#)

<sup>3</sup> On parle ici de la promotion culturelle au sens strict.

- 47 Sur la base ce qui précède, l'on comprend que les programmes mentionnés par l'éditeur dans la fiche « promotion culturelle » de son rapport annuel ainsi que, complémentaiement, dans son courriel du 27 novembre 2024, ne peuvent pas tous être comptabilisés intégralement.
- 48 En effet, si certains de ces programmes relèvent bien de la promotion culturelle (comme « Warm Talents », « Warm Best-Of » et « Warm Select »), ils ne peuvent cependant être comptabilisés que partiellement car ils sont composés très majoritairement (voire quasi-exclusivement) de musique. Or, il ressort des définitions exposées ci-avant que les programmes de découverte musicale ne sont comptabilisables comme de la promotion culturelle que si la musique fait l'objet d'un réel encadrement par des chroniques, reportages ou interviews et pas seulement par une annonce des titres.
- 49 Cette analyse s'applique également aux autres éléments de sa programmation que l'éditeur a cité comme relevant de la promotion culturelle, à savoir l'émission de son DJ résident, les cases mises à la disposition des artistes locaux et l'inclusion dans les playlists de titres peu ou pas diffusés ailleurs.
- 50 Seule la diffusion d'annonces gratuites pour des événements socio-culturels peut être prise en compte, parmi les éléments complémentaires fournis par l'éditeur. Ces annonces ne permettent cependant pas de combler le différentiel entre le volume de promotion culturelle hebdomadaire validé par le CSA (51 minutes) et l'engagement pris par l'éditeur (636 minutes).
- 51 Ce dernier se montre extrêmement étonné de ce différentiel alors que sa programmation est depuis très longtemps similaire à ce qu'elle est actuellement et qu'aucun grief ne lui a jamais été notifié.
- 52 A cet égard, il faut cependant noter trois choses.
- 53 *Primo*, il est malvenu, de la part de l'éditeur, de faire part de son étonnement alors qu'il n'a pas davantage cherché à dialoguer avec les services du CSA pendant la période du contrôle annuel, lors de laquelle il avait spécifiquement été invité à expliciter son rapport annuel qui était d'ailleurs, de son propre aveu, incomplet. Ce type de négligence a été constaté dans le chef de plusieurs éditeurs lors du contrôle annuel de 2023, et le Collège a dès lors décidé de ne peut plus tolérer le non-respect, par les éditeurs, des délais administratifs fixés dans le cadre du contrôle annuel, dès lors que ce non-respect porte atteinte à l'exercice de ses missions. Il attire donc l'attention de l'éditeur sur ce qui suit.
- 54 A compter du contrôle de l'exercice 2024, le Collège ne tiendra plus compte, pour aucun éditeur, des données transmises après le terme du contrôle, c'est-à-dire après l'adoption des avis. Hors cas de force majeure, un éditeur ne pourra plus rectifier un constat de manquement posé dans l'avis le concernant s'il a omis de répondre aux questions des services du CSA sur ce manquement et d'apporter des éléments rectificatifs *avant* l'adoption de l'avis. Par ailleurs, en cas de non-transmission d'éléments demandés dans le cadre du contrôle annuel, le Collège se réservera la possibilité, à l'avenir, de notifier aux éditeurs concernés un grief *spécifique* sur ce point, pour non-respect de leur obligation de transmettre au Collège les informations nécessaires à l'accomplissement de ses missions, prévue à l'article 9.1.2-3, § 6 du décret.
- 55 *Secundo*, avant le plan de fréquences de 2019, l'engagement de l'éditeur n'était pas aussi élevé que son engagement actuel. L'avis relatif au contrôle de l'éditeur pour l'exercice 2017 mentionne ainsi que « dans sa demande d'autorisation, l'éditeur annonçait un agenda, une émission hebdomadaire ainsi qu'une présence forte de la culture dans sa programmation »<sup>4</sup>. Un tel engagement pouvait facilement être atteint avec une programmation similaire à sa programmation actuelle.

---

<sup>4</sup> [Avis 2018: radios indépendantes : exercice 2017 – CSA Belgique](#)

- 56 Enfin, *tertio*, depuis le plan de fréquences de 2019, son engagement est beaucoup plus ambitieux, mais 2023 est cependant le premier exercice postérieur à 2019 lors duquel les engagements en matière de promotion culturelle ont réellement été contrôlés pour les éditeurs de radios indépendantes. Le Collège a en effet fait preuve d'une tolérance généralisée quant au non-respect de cet engagement pendant les années 2020 et 2021 caractérisées par la crise sanitaire, et l'exercice 2022 n'a pas été contrôlé, considérant le fait qu'au terme des trois premières années d'autorisation, les radios indépendantes ne sont plus contrôlées qu'une année sur deux, conformément à l'article 3.1.3-7, § 5, 1° du décret. Voilà pourquoi un problème est pour la première fois réellement identifié chez l'éditeur sans que l'on puisse parler de revirement de la part du CSA.
- 57 En réalité, il apparaît aujourd'hui que l'éditeur a pris, en 2019, des engagements beaucoup plus ambitieux que sous l'empire de sa précédente période d'autorisation. Ceci s'explique probablement par le fait qu'en 2018, la législation a changé et a supprimé l'un des deux critères sur la base desquels les radios indépendantes pouvaient, jusque-là, obtenir le statut de radio associative et d'expression. Alors que, jusqu'alors, le statut pouvait être obtenu en consacrant l'essentiel de sa programmation soit à des programmes d'actualités, d'éducation permanente, de développement culturel et de participation citoyenne, soit à des genres musicaux ne figurant pas parmi les plus vendus ou les plus diffusés, le législateur a, en 2018, supprimé cette seconde option. Les éditeurs qui bénéficiaient jusque-là du statut (et du subside y afférent) sur la base de leur programmation musicale ont, pour certains, espéré l'obtenir sur la base de leurs programmes de contenu et ont pris des engagements forts en ce sens.
- 58 Cependant, certains, comme l'éditeur, n'ont malgré tout pas obtenu le statut dès lors que le nombre de radios pouvant en bénéficier était limité au regard de la capacité du budget dédié et que le statut n'était désormais plus accordé qu'aux radios prenant les engagements les plus importants<sup>5</sup>. Ils se sont alors retrouvés avec des engagements très élevés à tenir mais sans subside pour les aider à les respecter.
- 59 Le Collège reconnaît la difficulté de cette situation mais elle n'enlève cependant rien au fait que le grief soit, en pratique, clairement établi.
- 60 Le Collège regrette en outre que l'éditeur n'ait pas pris conscience plus tôt de l'ampleur de ses engagements et de la nécessité de faire quelque chose pour les respecter. Il croit à la bonne foi de ce dernier lorsqu'il se dit persuadé de respecter son engagement, mais force est de constater qu'au regard des différents textes cités plus haut qui expliquent la notion de promotion culturelle et qui ont été portés à la connaissance de l'éditeur à plusieurs reprises, il a fait preuve d'une certaine légèreté.
- 61 Le Collège souhaite dès lors que la présente décision constitue pour l'éditeur une opportunité de prendre conscience du problème et d'y apporter une solution. Celle-ci ne peut passer que par deux options : soit l'éditeur augmente drastiquement son volume de promotion culturelle répondant à la définition exposée plus haut (ce qui semble extrêmement difficile compte tenu de ses moyens limités), soit il introduit une demande de révision à la baisse de son engagement pris dans ce domaine.
- 62 Il est important de préciser, à cet égard, qu'une révision d'engagement ne doit pas être interprétée comme un échec ou comme un signe de perte de qualité d'un projet radiophonique. La révision d'engagement est en effet un mécanisme autorisé et encadré par le décret comme un outil d'accompagnement des radios qui doivent pouvoir évoluer pendant une période d'autorisation longue de neuf ans. L'article 3.1.3-7, § 2, alinéa 2 du décret prévoit d'ailleurs que le Collège ne peut autoriser une révision d'engagement qu'à condition qu'elle « *ne remette pas fondamentalement en cause les motifs originaux de l'autorisation et ne crée pas a posteriori une rupture d'égalité de traitement entre les candidats mis en concurrence au moment de la procédure d'attribution des autorisations* ». En pratique,

---

<sup>5</sup> Voir article 3.1.3-4 du décret

cela implique généralement qu'un éditeur qui sollicite la révision à la baisse d'un engagement propose de revoir à la hausse un ou plusieurs autre(s) engagement(s), ce qui permet de maintenir la qualité globale du projet.

- 63 Compte tenu de ce qui précède, considérant le grief et son ampleur, considérant le manque d'empressement de l'éditeur pour comprendre ses propres engagements et les efforts qu'ils impliquent, considérant son absence d'initiatives prises à ce stade pour remédier au problème, mais considérant aussi le fait qu'il n'a jamais été mis en cause auparavant et qu'il a sans doute été quelque peu dépassé par la perte de son statut de radio associative et d'expression, le Collège estime qu'il est fait une juste appréciation de l'article 9.2.2-1, § 1<sup>er</sup> du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos en adressant à l'ASBL Electron Libre un avertissement.
- 64 Dès lors, après en avoir délibéré et en application de l'article 9.2.2-1, § 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup> du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, le Collège d'autorisation et de contrôle adresse à l'ASBL Electron Libre un avertissement.
- 65 Le Collège enjoint en outre l'éditeur à prendre au plus vite les mesures nécessaires pour que l'infraction constatée pour l'exercice 2023 ne se répète pas sur les exercices suivants. Concrètement, il l'encourage à solliciter une révision de son engagement en matière de promotion culturelle afin d'être confronté, à l'avenir, à des obligations qui soient plus tenables au regard de son format de radio musicale et de ses moyens limités.

Fait à Bruxelles, le 16 janvier 2025.

DocuSigned by:  
*Mathilde Alet*  
8CA19B3ED537454...

DocuSigned by:  
*Karim Bourki*  
08013E62BA9E470...