

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 44/2025

Contrôle annuel : exercice 2024

ASBL TVRC Mons-Borinage

En exécution de l'article 9.1.2-3 du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos (ci-après « le décret »), le Collège d'autorisation et de contrôle rend un avis sur la réalisation des obligations décrétales et conventionnelles de l'ASBL TVRC Mons-Borinage pour l'édition de son service de média de proximité au cours de l'exercice 2024.

1. Identification

(Décret : articles 3.2.1-1 et 3.2.1-2)

Année de création	1985
Autorisation	22 décembre 2021
Convention	https://www.csa.be/document/convention-tele-mb/
Siège social	Rue des Sœurs Noires 4 A à 7000 Mons
Zone de couverture	Boussu, Colfontaine, Dour, Frameries, Hensies, Honnelles, Jurbise, Lens, Mons, Quaregnon, Quévy, Quiévrain et Saint-Ghislain
Distribution	VOO, Proximus, Orange, internet
Mentions légales	https://www.telemb.be/content/mentions-legales

2. Production propre

(Décret : article 3.2.1-4.- §1er 6° - Convention : article 8)

L'éditeur doit assurer dans sa programmation au minimum 280 minutes de production propre par semaine.

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, ce dernier assure :

Durée de la production propre		+	Durées des parts en coproduction (linéaire et non linéaire)	=	Durée totale annuelle	Durée moyenne hebdomadaire
Linéaire	247:28:58					
Non linéaire	18:09:36					
TOTAL :	265:38:34		39:01:16		304:39:50	352 minutes

L'obligation est rencontrée.

3. Missions

(Décret : articles 3.2.1-2 et 3.2.2-1 – Convention : articles 9 à 19)

Les conventions déterminent un cadre précis pour la concrétisation par les médias de proximité de leurs missions d'actualité, de développement culturel, d'éducation permanente et d'animation : programmes dédiés avec fréquences, durées et conditions de production imposées. Le CSA qualifie chaque programme en fonction de la mission principale qu'il concrétise.

Par ailleurs, conformément à l'article 12 des conventions,

- Au moins un programme par mission doit faire l'objet d'une coproduction avec 3 autres Médias de proximité maximum ou un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant ;
- Au moins un programme doit être spécifiquement adapté à l'environnement numérique et destiné à une primo-diffusion sur les services non linéaires du Média de proximité ;
- Au moins un programme par mission doit être un programme récurrent d'au moins 5 nouvelles éditions.

3.1. Mission d'actualité

(Convention : articles 9, 10 et 12)

3.1.1. L'éditeur doit produire au minimum 250 journaux d'actualité pour une durée minimale de 3750 minutes par an.

(Convention : article 9, 1°)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, ce dernier produit :

	Nombre d'éditions	Durée
JT inédits	302	5861

L'obligation est rencontrée.

3.1.2. L'éditeur doit produire au minimum 2 programmes hebdomadaires d'actualité, sur 38 semaines, pour une durée minimale de 1000 minutes par an.

(Convention : article 9, 3°)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, ce dernier produit 2 programmes hebdomadaires d'actualité pour une durée de 2014 minutes.

Le détail des programmes, par mission¹⁶, figure en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

¹⁶ En annexe sont repris : les JT, les programmes d'actualité (au-delà des 38 semaines) et les programmes d'actualité traitant des élections. La totalité de la durée de la mission actualité en annexe dépasse donc logiquement la somme des durées des points 3.1.1. et 3.1.2.

3.1.3. Lors des élections communales, provinciales, régionales, fédérales et européennes, le média de proximité réalise, produit et diffuse des programmes spécifiques d'information ou des séquences, reportages et interviews permettant aux citoyens de saisir les enjeux des élections. Dans la mesure de ses moyens financiers, il veille, pour les élections communales, provinciales et régionales, à organiser des débats et à présenter les résultats électoraux selon la forme de son choix.

(Convention : article 10)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, lors des élections communales, provinciales et régionales de 2024, l'éditeur a proposé notamment :

Titre	Débat (si oui : X)
Capsules élections	
Elections	X

L'obligation est rencontrée.

3.1.4. L'éditeur doit coproduire au moins 1 programme avec 3 autres médias de proximité maximum ou un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant.

(Convention : article 12, al. 2)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur explique que « les deux périodes électorales successives ont fortement mobilisé [ses] équipes et ont eu un impact sur l'attention [qu'il a pu] consacrer à certaines productions ».

S'agissant, cependant, du premier exercice pour lequel cette obligation est contrôlée, conformément à sa pratique décisionnelle, le Collège décide de ne pas notifier de grief à l'éditeur, mais sera attentif à l'évolution de la mise en œuvre de cette obligation lors du prochain exercice.

3.1.5. Au moins un programme doit être spécifiquement adapté à l'environnement numérique et destiné à une primo-diffusion sur les services non linéaires du média de proximité.

(Convention : article 12, al. 3)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'obligation est rencontrée.

3.2. Missions de développement culturel, éducation permanente et animation

(Convention : articles 11 à 17)

L'article 11 de la convention prévoit des obligations de durées des programmes de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation, ainsi qu'une durée de programmes supplémentaire que le média de proximité peut librement répartir entre les trois missions selon sa ligne éditoriale.

Le présent avis détaille chaque mission puis propose un récapitulatif des durées de ces trois grandes missions.

3.3. Mission de développement culturel

(Convention : articles 12 et 14)

3.3.1. L'éditeur doit produire des programmes de développement culturel pour une durée minimale de 1200 minutes par an.

(Convention : article 14)

L'éditeur a produit des programmes de développement culturel pour une durée de 905 minutes. Cet aspect de la programmation est renforcé par 1471 minutes de programmes coproduits. Le détail des programmes, par mission, se trouve en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

3.3.2. L'éditeur doit coproduire au moins 1 programme avec 3 autres médias de proximité maximum ou un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant.

(Convention : article 12, al. 2)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'obligation est rencontrée.

3.3.3. Au moins un programme doit être spécifiquement adapté à l'environnement numérique et destiné à une primo-diffusion sur les services non linéaires du média de proximité.

(Convention : article 12, al. 3)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'obligation est rencontrée.

3.4. Mission d'éducation permanente

(Convention : articles 12 et 15)

3.4.1. L'éditeur doit produire des programmes d'éducation permanente pour une durée minimale de 350 minutes par an.

(Convention : article 15)

L'éditeur a produit des programmes de d'éducation permanente pour une durée de 351 minutes.

Le détail des programmes, par mission, se trouve en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

3.4.2. L'éditeur doit coproduire au moins 1 programme avec 3 autres médias de proximité maximum ou un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant.

(Convention : article 12, al. 2)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur reconnaît ne pas avoir coproduit de programme d'éducation permanente avec 3 autres médias de proximité maximum ou un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant. Il s'en explique par une année électorale particulièrement chronophage.

S'agissant, cependant, du premier exercice pour lequel cette obligation est contrôlée, conformément à sa pratique décisionnelle, le Collège décide de ne pas notifier de grief à l'éditeur, mais sera attentif à l'évolution de la mise en œuvre de cette obligation lors du prochain exercice.

3.4.3. Au moins un programme doit être spécifiquement adapté à l'environnement numérique et destiné à une primo-diffusion sur les services non linéaires du média de proximité.

(Convention : article 12, al. 3)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'obligation est rencontrée.

3.5. Mission d'animation

(Convention : articles 12 et 17)

3.5.1. L'éditeur doit produire des programmes d'animation pour une durée minimale de 350 minutes par an.

L'éditeur a produit des programmes d'animation pour une durée de 1749 minutes.
Le détail des programmes, par mission, se trouve en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

3.5.2. Le média de proximité doit apporter une attention particulière aux jeunes et aux enfants et les associe, dans la mesure du possible, à la création de contenus audiovisuels.

(Convention : article 17)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur s'en explique, sur ce point également, par une année électorale particulièrement chronophage.
Le Collège invite l'éditeur à développer cette implication dans des programmes rencontrant la mission d'animation.

3.5.3. L'éditeur doit coproduire au moins 1 programme avec 3 autres médias de proximité maximum ou un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant.

(Convention : article 12, al. 2)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'obligation est rencontrée.

3.5.4. Au moins un programme doit être spécifiquement adapté à l'environnement numérique et destiné à une primo-diffusion sur les services non linéaires du média de proximité.

(Convention : article 12, al. 3)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'obligation est rencontrée.

3.6. Missions : récapitulatif

(Convention : article 11)

La durée de production prévue pour concrétiser l'article 11 de la convention intègre les durées des programmes de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation ainsi que d'une durée

de programmes supplémentaire que le média de proximité peut librement répartir entre les trois missions, selon sa ligne éditoriale.

Quotas	Objectifs (convention)	Durées produites
Développement culturel	1200	905 + 1471
Éducation permanente	350	351
Animation	350	1749
Total art. 11	2250	3005 + 1471

4. Education aux médias

(Convention : article 16)

La convention stipule que « le média de proximité démontre un minimum de 5 initiatives par an, soit sous la forme de séquences dédiées ou d'édition d'un programme, de formats, de couverture d'évènements ou de collaboration hors antenne, [...] », « il développe des formats digitaux à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragiles » et « associe, dans la mesure du possible, des experts en éducation aux médias ».

4.1. Initiatives

(Convention : article 16)

Pour l'exercice 2024, l'éditeur renseigne les initiatives en éducation aux médias suivantes :

Type d'initiative	Précisions	Comptabilisation d'initiatives
Visite de studio	1/ Classes primaires et secondaires (conduite du JT, choix des sujets et des invités, montage, création graphique et web, studio, régie..), chefs d'entreprise, acteurs locaux (visites adaptées) ; 2/ Semaine de l'éducation aux médias : étudiants du secondaire accueillies 2 jours (réalisation de 2 émissions de type talk-show et chroniques : travail sur le contenu et mise en image.	2
Diffusion de programmes	Capsules du CSEM, « C dans la poche » (sur l'AI), « Une éducation presque parfaite » (L'AI et la fracture numérique), « Epistèmes » : plus de 100 minutes.	1
Production de programmes	Moins de 90 minutes	-
Autres		-
Total		3

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur complète les données en matière de diffusion de programmes, mais répond qu'il n'a pas d'autres initiatives à faire valoir, ses équipes ayant été particulièrement mobilisées par les deux périodes électorales successives.

Les explications apportées par l'éditeur ne permettent pas de considérer l'obligation analysée comme étant rencontrée. Cependant, le Collège estime qu'il y a lieu de tenir compte des circonstances liées à l'année électorale de 2024, qui ont pu bouleverser l'organisation interne du média de proximité. Le Collège décide, pour cette raison, de ne pas notifier de grief à l'éditeur.

4.2. Développement de formats digitaux à destination des jeunes publics ou des publics fragilisés

(Convention : article 16)

L'éditeur n'a pas développé de tels formats en 2024 sur des thématiques d'éducation aux médias.

Les données communiquées par l'éditeur, consistant en productions digitales dont les thématiques ne relèvent pas de l'éducation aux médias (information électorale), ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée.

Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur répond ne pas avoir d'éléments complémentaires à apporter.

S'agissant d'une modalité d'application nouvelle des obligations de l'éditeur en matière d'éducation aux médias, le Collège souhaite lui laisser encore un peu de temps pour bien appréhender ce qui est attendu de lui et traduire cela sous la forme de contenus conformes. Il décide dès lors de ne pas notifier de grief à l'éditeur sur ce point, mais sera attentif, lors de l'exercice prochain, à la mise en œuvre, par ce dernier, des aménagements nécessaires pour satisfaire complètement à son obligation, par la mise en ligne de formats digitaux traitant spécifiquement de thématiques relevant de l'éducation aux médias à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragilisés.

4.3. Association d'un expert en éducation aux médias à l'élaboration des initiatives de la télévision

(Convention : article 16)

L'éditeur n'a pas fait appel à un expert en la matière.

5. Accessibilité

(Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle – Charte relative à la qualité des mesures d'accessibilité).

Pour l'exercice 2024, les médias de proximité doivent atteindre les obligations finales prévues par le Règlement, à savoir que :

- 35% de la programmation soit rendue accessible via le sous-titrage ou l'interprétation en langue des signes ;
- 15% des fictions et documentaires diffusés aux heures de grande écoute soient rendus accessibles via la mise à disposition d'une version audiodécrite.

5.1. Sous-titrage adapté et interprétation en langue des signes

(Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle : art. 4)

L'éditeur fournit les données relatives à un échantillon de 4 semaines. Les durées ci-dessous intègrent le temps d'antenne total (coproductions et rediffusions comprises).

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles	633	
Programmes accessibles en STA	356h30	56%
Programmes interprétés en LSF	15	2%
Total des programmes accessibles	4429	58%

L'obligation est rencontrée.

5.2. Audiodescription

(Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle : art. 4)

L'éditeur fournit la liste exhaustive des programmes audiodécrits sur l'exercice.

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles ¹⁷	59h30	
Programmes audiodécrits	46h45	79%

Le Collège relève et salue les initiatives de l'éditeur qui a collaboré, avec l'ASBL Les Amis des aveugles pour audiodécrire une émission de la série « On improvise ». En outre, l'éditeur précise qu'une part non négligeable des AD est diffusée en dehors des heures de grande écoute.

L'obligation est rencontrée.

5.3. Accessibilité sur internet

(Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle : art. 10)

L'éditeur déclare qu'environ 30% des programmes mis à disposition sur son site internet sont rendus accessibles via le sous-titrage adapté. Cette proportion représente le volume de production propre rendu accessible par l'éditeur. L'éditeur ne dispose pas des droits permettant la mise à disposition des contenus audiodécrits sur son site internet.

L'obligation est rencontrée.

5.4. Aspects qualitatifs

(Charte relative à la qualité des mesures d'accessibilité)

Le CSA veille à l'application des critères de qualité prévus par la Charte du Collège d'Avis du 26 novembre 2019. Ces critères portent à la fois sur le sous-titrage adapté, sur l'interprétation en langue des signes et sur l'audiodescription.

Au terme du monitoring réalisé sur des échantillons de 2024, le Collège constate que l'éditeur respecte globalement les critères de qualité prescrits.

¹⁷ Total des fictions et documentaires diffusés sur l'exercice entre 13 heures et minuit (rediffusions comprises).

6. Notoriété et audiences

(Convention : articles 18 et 20)

La convention stipule que « le média de proximité développe des stratégies de promotion et de communication des contenus et des services qu'il édite dans l'objectif de renforcer sa notoriété, de toucher l'ensemble des publics de sa zone de couverture et de renforcer le lien avec la communauté ».

Les objectifs de notoriété, d'impact sur les publics ou d'audience, tout particulièrement relatifs aux stratégies de promotion visées à l'article 18 des conventions sont traités dans le cadre de la synthèse transversale dédiée en 2025 à l'évaluation du développement numérique.

Dans son rapport annuel, l'éditeur fait état des points suivants :

- Lancé en 2022, le projet Ici TéléMB propose des contenus autour d'actualités événementielles de la région sur Facebook, Instagram et TikTok. La présence d'Ici Télé MB se décline via des reportages, des directs, des réels et stories ;
- Instagram et Facebook permettent à « Atout Sports » de relayer des infos sportives de la région, mais aussi de proposer des interviews et contenus inédits ;
- La musique et les festivals de la région sont également une voie d'ancrage de diffusion digitale de contenus destinés à un des publics jeunes ;
- Le développement d'une page Facebook par commune couverte par l'éditeur permettent de rassembler des informations ultra locales, dont la pertinence a été démontrée dans le cadre des élections communales de 2024 notamment ;
- L'outil de monitoring des audiences sur les plateformes utilisées mis en place par l'éditeur permet une meilleure granularité des consommations des contenus TéléMB, véritable indicateur pour des décisions programmatiques.

L'obligation est rencontrée.

7. Egalité et diversité

(Convention : article 21)

La convention prévoit l'adoption d'une charte sectorielle, la mise en place d'un plan d'action par l'éditeur, la récolte de statistiques genrées au sein de son personnel, la désignation d'un.e référent.e en matière d'égalité et de diversité ainsi qu'une attention particulière aux sports pratiqués par des femmes ainsi que par des personnes en situation de handicap.

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, l'éditeur satisfait à ses obligations en matière d'égalité et de diversité.

8. Synergies

(Décret : article 3.2.2-3 – Convention : articles 22, 23 et 24)

8.1. Médias de proximité

(Convention : article 22)

Programmes diffusés en provenance des autres MDP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Notamment : « After » (BX1), « Ça part en live » (Qu4tre), « C à découvrir » (Télésambre) et « Petits pois et pois de senteur » (notélé).
--	---

Programmes coproduits avec le Réseau des médias de proximité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le journal commun « Le 22h30 » (202 éditions de 15 minutes) (202 éditions, sous-titrées) ; ▪ La couverture de certaines séances du Parlement wallon (18 éditions de 88 minutes) et du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (19 éditions de 75 minutes). ▪ Les débats tête de liste (1 édition de 99 minutes). ▪ A-Sport (initiative commune aux 12 MDP, en partenariat avec l'ADEPS et coordonnée par le RMDP, tendant à la mise en valeur des sports amateurs et des fédérations sportives par des captations et diffusions (linéaires et non linéaires).
Programmes coproduits avec d'autres MDP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ « C'est dans la poche » (coproduction ACTV, Télé MB, notélé, TéléSambre et la Province du Hainaut – 51 éditions de 9 minutes) ; ▪ « 5 étoiles » (coproduction ACTV et Télé MB – 10 éditions de 16 minutes) ; ▪ Le « Débat tête de liste Hainaut » (coproduction ACTV, TéléSambre, notélé et Télé MB – 1 édition de 99 minutes).

Autres synergies notables :

(Convention : article 23)

- Échanges réguliers d'images dans le cadre de la couverture de l'actualité ;
- Prêts de matériel et renfort d'effectifs fréquents entre MDP ;
- Mutualisation du poste de responsable financier avec BXI ;
- Collaborations avec Télé MB pour l'interprétation en langue des signes du programme « Face à vous ».

L'obligation est rencontrée.

8.2. RTBF

(Convention : article 24 §2)

Synergies notables :

- Echanges réguliers entre rédactions ;
- Présence de l'éditeur sur Auvio ;
- Renfort dans le cadre de la couverture de la course cycliste « Le Grand Prix de Samyn » ;
- Doudou de Mons : retransmission sur La Une d'une heure de direct TéléMB et soutien de promotion par la RTBF ;
- Coproduction du magazine mensuel d'éducation permanente « Y a pas de planète B », avec d'autres médias de proximité ;
- Diffusion quotidienne en radio filmée de la tranche 6h-8h du décrochage hennuyer de Vivacité.

L'obligation est rencontrée.

9. Organisation

(Décret : articles 3.2.3-1 à 3.2.3-5)

Les paragraphes 2 et 3 de l'article 3.2.3-1 du décret précisent que l'élection des administrateurs d'un média de proximité a lieu dans les 8 mois qui suivent l'installation du dernier conseil communal de sa zone de couverture à la suite des élections communales (pour les médias de proximité situés en région de langue française) ou qui suivent l'installation de l'Assemblée de la Commission communautaire française à la suite des élections régionales (pour le média de proximité situé en région bilingue de Bruxelles-Capitale).

Le présent avis porte plus spécifiquement sur le renouvellement des organes d'administration des médias de proximité à la suite de l'année électorale de 2024. Interrogé en ce sens, l'éditeur précise que « les instances de TéléMB sont toujours en cours de renouvellement ». Dans sa réponse, l'éditeur s'engage à transmettre la nouvelle composition de son organe d'administration au plus vite.

Le Collège restera attentif à la composition de l'organe d'administration de l'éditeur en suivi du présent avis.

10. Equilibre financier et gestion

(Convention : article 25)

La convention indique que « le média de proximité présente son budget à l'équilibre et qu'en cas de déséquilibre budgétaire ou d'un déficit d'exploitation, le média de proximité présente une justification du déséquilibre ou du déficit, un plan d'assainissement et une présentation des évolutions de gestion prévues. »

L'éditeur fournit les informations nécessaires et ne présente pas de budget à l'équilibre.

Résultat 2024 : +35.000 EUR

Résultat budgété en 2025 : -33.000 EUR

Il justifie la situation de la manière suivante :

« L'engagement de dépenses supplémentaires visant à faire évoluer TELE MB vers une orientation plus digitale ne sera déclenchée que sous la condition du respect du plan de refinancement par toutes les communes jusque 2026. Au 31 décembre 2024, 5 communes n'avaient pas accepté l'augmentation souhaitée, et quelques communes ne s'étaient engagés que pour deux années. L'on souhaite proposer une formule intermédiaire selon les possibilités des communes. Elle est à l'étude, mais le but est d'arriver à l'équilibre pour les années 2025 à 2026 ».

Le Collège constate un bénéfice de 35.000 EUR lors de la clôture de l'exercice 2024 ainsi qu'une perte reportée de 6.000 EUR, ce qui laisse cet éditeur dans un état financier à l'équilibre. La société est solide à court terme grâce à sa trésorerie et à sa liquidité. Une analyse à plus long terme reste incertaine, cette dernière étant largement tributaire du contexte et des perspectives à venir dans le secteur audiovisuel et, plus particulièrement, celui des médias de proximité.

AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Sur base des déclarations et informations consignées dans son rapport annuel et des réponses fournies par l'éditeur aux questions qui lui ont été posées par les services du CSA, le Collège considère que l'éditeur a globalement respecté ses obligations pour l'exercice 2024.

Fait à Bruxelles, le 18 septembre 2025

Annexe – Détail de la programmation par mission

Mission	Titre	Nombre d'éditions	Durée totale
Actualités	LES INFOS	302	99:04:22
Actualités	FACE A VOUS	40	16:34:40
Actualités	FACE A VOUS en LDS (50%)	29	12:23:51
Actualités	ELECTIONS	19	24:09:42
Actualités	ATOUT SPORTS	35	26:48:50
Actualités	LUNDI SPORTS	41	17:21:24
Actualités	Live PRIX_MERCURE_MONS_2024	1	1:01:18
Animation	CELLES QUI OSENT	5	2:11:35
Animation	JUSTE A TEMPS AVEC FARID	87	6:59:03
Animation	ON IMPROVISE	8	3:39:44
Animation	C'EST PAS SI COMPLIQUE	14	15:58:46
Animation	JE SUIS D'ICI	7	0:20:04
Développement culturel	DOUDOU 2024 - Ducasse de Mons	7	5:48:08
Développement culturel	ET SI ON PRENAIT L'AIR ?	8	4:00:00
Développement culturel	MA MAISON MON HISTOIRE	10	2:44:00
Développement culturel	TREMPAINS BACKSTAGE	10	0:51:30
Développement culturel	PUCELETTE_2024_2020521	1	1:41:26
Education permanente	SUIVEZ-MOI	8	1:53:44
Education permanente	C'EST NOTRE HISTOIRE	9	3:56:51

Actualités	11844
Animation	1749
Développement culturel	905
Education permanente	351