

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 45/2025

Contrôle annuel : exercice 2024

ASBL Téléambre

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 Téléambre 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	1973
Autorisation	22 décembre 2021
Convention	https://www.csa.be/document/convention-telesambre/
Siège social	Place de la Digue à 6010 Charleroi.
Zone de couverture	Anderlues, Aiseau-Presles, Beaumont, Charleroi, Châtelet, Chimay, Courcelles, Chapelle-lez-Herlaimont, Erquennes, Farciennes, Fleurus, Fontaine l'Evêque, Froidchapelle, Gerpennes, Ham-sur-Heure/Nalinnes, Jemeppe-sur-Sambre, Les Bons Villers, Lobbès, Merbes-le-Château, Momignies, Montigny-le-Tilleul, Pont-à-Celles, Sambreville, Sivry-Rance et Thuin
Distribution	VOO, Proximus, Orange, internet
Mentions légales	https://www.telesambre.be/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 300 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	284:24:17					
Non linéaire	21:33:22					
TOTAL :	305:57:39		13:56:28		319:54:07	369 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	262	5384
Hebdo signé	52	698
Le récap	52	913
Totaux	366	6995

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 3 programmes hebdomadaires d'actualité pour une durée de 3237 minutes.

Le détail des programmes, par mission¹⁸, figure en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

¹⁸ 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)
Elections 2024 émission/débat	X
Elections 2024 : débat politique en vue des élections régionales du 9 juin 2024 (Région wallonne) - BX1	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)

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

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 600 minutes par an.

(Convention : article 14)

L'éditeur a produit des programmes de développement culturel pour une durée de 628 minutes.

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 600 minutes par an.

(Convention : article 15)

L'éditeur a produit des programmes de d'éducation permanente pour une durée de 1143 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)

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

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 600 minutes par an.

L'éditeur a produit des programmes d'animation pour une durée de 979 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 explique qu'un projet de cocréation de contenus avec des jeunes, prévu pour 2024, n'a finalement pas pu voir le jour pour des raisons principalement budgétaires. Par ailleurs, l'éditeur met en exergue l'implication des jeunes dans le cadre du programme « Tous Terrains Le Club ». Or, ce programme relève de la mission d'actualités et non de la mission d'animation.

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	600	628
Éducation permanente	600	1143
Animation	600	979
Total art. 11	2300	2750

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	Groupes de jeunes, seniors, associations (article 27, Avia,...).	1
Diffusion de programmes	Capsules Betternet, « Autrement » (BX1), « Ça papille » (Matélé), Epikids et Epistèmes (Vedia), « Vit@l » (Qu4tre), capsules « Zoom » (BX1) : plus de 200 minutes de diffusion.	2
Production de programmes	Reportages, notamment dans le cadre de la semaine de l'éducation aux médias, « Une éducation presque parfaite » (l'Al au service de l'éducation » et « la fracture numérique », « Gender baby » (la pornographie) : plus de 90 minutes de production.	3
Autres	1/ Stages d'observation des rhétoriciens de 2 à plusieurs jours (parcours pédagogique) ; 2/ Formation interne sur l'éducation aux médias : note d'explication, obligations conventionnelles de la télévision, exemples d'initiatives, ... 3/ Participation à l'évaluation du Plan d'Action relatif aux Droits de l'Enfant avec des enfants de classes primaires : visite des studios, échanges avec les	5

	<p>journalistes et réflexion sur la place des enfants dans les médias ;</p> <p>4/ Projet pédagogique (Ze Pitch Challenge) pour les étudiants louvanistes et élèves du secondaire : 6 équipes accompagnées par des professionnels (Télésambre, RTBF, ...) ont réalisé un pitch en vidéo professionnel ;</p> <p>5/ Dans le cadre de la semaine de l'éducation aux médias, participation à un débat à la Maison de la Presse sur l'accès à l'information, la désinformation, le journalisme et la communication + rencontre avec les rhétoriciens sur l'éducation aux médias.</p>	
Total		11

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

Le Collège salue les initiatives prises en nombre par l'éditeur, lesquelles dénotent son engagement plein et entier à l'égard de cette mission de service public.

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 une seule capsule extraite de l'émission « Une éducation presque parfaite » et 25 vidéos consacrées aux enjeux des scrutins locaux, ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée.

Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur explique qu'il produit des contenus digitaux adaptés à un public jeune mais reconnaît que les capsules mentionnées « relèvent davantage de l'éducation à la citoyenneté ». Il déclare qu'il ne dispose « pas d'autres productions numériques spécifiques destinées aux jeunes ou aux publics dits fragilisés qui entreraient pleinement dans le champ de l'éducation aux médias. »

Il souligne cependant avoir produit « des capsules « Replay » et « Grands Témoins » qui proposent une analyse critique d'archives et illustrent l'évolution des représentations médiatiques dans le temps. » Ces contenus relèvent selon lui de la sensibilisation à la construction de l'information mais ne s'adressent pas spécifiquement aux publics visés par l'article 16.

L'éditeur souhaite une clarification « des attendus concrets liés à cette obligation, notamment en ce qui concerne les publics cibles ». Il souligne que, dans le cadre de formations professionnelles, il a été énoncé que l'éducation aux médias ne devait pas être restreinte à certains publics. Selon lui, « la vigilance critique concerne aujourd'hui l'ensemble des citoyens, quel que soit leur âge ou profil, face à des contenus manipulés, des images générées par l'IA ou des deepfakes. »

L'éditeur « reste pleinement engagé à renforcer cette mission dans les années à venir, avec le souci de garantir une mise en œuvre conforme à l'esprit et à la lettre de la convention. »

Selon l'analyse du CSA, « Replay » est un programme qui revient sur d'anciennes informations (La Villette, championne d'Europe ; L'euro, la nouvelle monnaie ; La tour de contrôle de la gare du Sud ; ...) assorties de commentaires actuels sur les faits d'époque. « Grands Témoins » consiste en reportages et archives sur divers sujets (les scouts ; Charleroi terre de cyclisme ; le devoir de mémoire, ...) assortis de souvenirs de témoins de l'époque. Il s'agit donc de programmes de relecture d'archives dans lesquels la dimension d'éducation aux médias n'est pas apparente.

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 a fait appel à un expert en la matière, psychopédagogue et chercheur en pédagogie familiale et scolaire, actif dans le domaine de l'éducation aux médias.

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 de programmes. Les durées ci-dessous intègrent le temps d'antenne total (coproductions et rediffusions comprises).

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles	587	
Programmes accessibles en STA	288	49%
Programmes interprétés en LSFB	33	6%
Total des programmes accessibles	299.5	55%

Le Collège constate et salue une augmentation de 7% du volume de programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience auditive, induite par une hausse de 20% du volume de

programmes interprétés en langue des signes en 2024, en dépit de l'absence de progression dans les obligations fixées par le Règlement depuis 2023.

En outre, l'éditeur qui s'est approprié l'enjeu de l'accessibilité en innovant avec son émission « L'Hebdo Signé » (programme qui fait figure d'exception dans le paysage audiovisuel belge francophone puisqu'il s'agit du seul programme conçu et produit en langue des signes) s'inquiète du futur de ce programme, faute de moyens financiers suffisants pour le financer.

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 ¹⁹	30	
Programmes audiodécrits	14h30	49%

Le Collège relève et salue la prise en charge de l'enjeu qu'est l'accessibilité aux personnes en situation de déficience visuelle puisque l'éditeur a diffusé plus de 4h de programmes de divertissement (en dehors de toute obligation) avec « On improvise ».

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 mettre à disposition, sur son site tous les programmes interprétés en langue des signes. Il témoigne par ailleurs de difficultés techniques, en cours de résolution, concernant la mise à disposition des sous-titres en non linéaire.

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 les critères de qualité prescrits.

¹⁹ Total des fictions et documentaires diffusés sur l'exercice entre 13h 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 :

- Les données d'audience récoltées en 2023 ont été transmises dans le cadre du rapport annuel en 2024 et l'éditeur remet à jour les données principales de cette étude ;
- Le déploiement numérique était un objectif fixé pour 2024 : les données de production non linéaire sont en effet en augmentation ;
- Autre objectif, atteint via cette progression numérique : rajeunir les publics. Sur les contenus non linéaires, ce sont désormais les 16-34 qui sont les plus branchés ;
- Les élections communales furent un terrain d'évaluation in situ de la notoriété de TéléSambre via des micros-trottoirs ;
- L'éditeur a élaboré, en ayant recours à Charleroi Entreprendre, à une stratégie à un horizon de 5 ans ;
- En termes d'abonnés, la progression se maintient sur Facebook (+ 6% par rapport à 2023) et sur Instagram (+ 12% par rapport à 2023).

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	Notamment : « L'Album » (Vedia), « Game In » » (Qu4tre), « Celles qui osent » (Télé MB) et « Mon jardin c'est le pied » (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) ; ▪ Débat européen (coproduction BX1, Matélé et Télésambre – 1 édition de 90 minutes) ; ▪ « Débat électoral élections régionales » (coproduction Qu4tre, BX1 et Télésambre – 1 édition de 89 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)

- Echanges de reportages avec d'autres MDP ;
- Mutualisation de prestations techniques avec Boukè et TV Com ;
- Mutualisation des ressources (développeur web) avec Boukè, Canal Zoom et TV Com ;
- Synergies d'accessibilité avec d'autres MDP.

L'obligation est rencontrée.

8.2. RTBF

(Convention : article 24 §2)

Synergies notables :

- Séquences d'actualités de l'éditeur diffusées par la RTBF ;
- Images d'actualité de la RTBF diffusées par l'éditeur ;
- Présence de l'éditeur sur Auvio ;
- Collaborations autour de « Vivre ici » ;
- Coproduction du magazine d'écologies « Y'a pas de planète B » (avec Matélé, Télé MB, notélé, Canal Zoom, TV Lux, Vedia, Qu4tre et Boukè) ;
- Les rédactions de Télésambre et de la RTBF partagent les locaux de MédiaSambre, ce qui les amène à développer de nombreux échanges, d'images, de sons et d'idées. Les équipes partagent également certaines infrastructures de production (studio modulable) ;
- Collaborations renforcées dans le cadre des élections ;
- Collaborations dans les espaces digitaux de Média Sambre (RTBF, Charlewood et le MiIL (UCLouvain) ;

- Promotions mutuelles ;
- L'éditeur diffuse en radio filmée la matinale quotidienne (tranche 6h00-8h00) du décrochage de Vivacité Charleroi (Charleroi Matin).

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 a adressé aux services du CSA les données à jour, tout en précisant que « les sièges MR sont encore à pourvoir ».

Par conséquent, 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 : -113.000 EUR

Résultat budgété en 2025 : -34.000 EUR

Il justifie sa situation en raison de l'« explosion » de ses coûts d'exploitation, lesquels représentent 20% de sa subvention de fonctionnement, depuis son déménagement dans les locaux partagés avec la RTBF.

L'éditeur a cependant pu réaliser un résultat meilleur que celui prévu au budget au prix d'une réduction drastique des pigistes (- 20%), la suppression d'une émission (« Sans Langue de Bois ») et l'absence de nouvelles émissions pendant l'été. Ceci explique, selon l'éditeur, la baisse de production propre, même si le niveau de celle-ci reste en phase avec ses obligations.

L'éditeur explique avoir dû liquider une société de production, engendrant une charge exceptionnelle de 17.000 EUR, sans laquelle son déficit aurait été en-dessous des 100.000 EUR.

Le Collège constate une perte de 113.000 EUR à la clôture de l'exercice 2024, ainsi qu'une perte reportée de 1,8M EUR. Hormis le contrôle de certains coûts, l'éditeur propose les pistes d'assainissement suivantes : « la collaboration avec Charleroi Entreprendre est toujours d'actualité pour essayer de

trouver des pistes de financement alternatives et réformer le fonctionnement de notre média pour essayer de parvenir à l'équilibre. Nous continuons à maintenir un gel des pigistes, à diminuer les dépenses quand c'est possible et à limiter les investissements ». L'éditeur déplore « la décision de la Ministre de diminuer la subvention de fonctionnement des MDP dans leur ensemble sans tenir compte de cet état de fait pour les missions à accomplir ». Après une analyse de son bilan en 2024, il ressort que l'entreprise est dans une situation financière à haut risque. Elle souffre d'un déséquilibre structurel important (fonds de roulement négatif) et d'un niveau d'endettement élevé. Même si la trésorerie nette est positive en 2024, la dépendance à la dette à court terme et la faible couverture des dettes par les actifs liquides demeurent importantes.

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	CLUB ENDIABLE	8	3:00:18
Actualités	CLUB ZEBRE	31	10:31:30
Actualités	ELECTIONS 2024 EMISSION, 27		32:09:56
Actualités	JT	262	91:18:51
Actualités	L'HEBDO SIGNE	42	9:33:49
Actualités	LE RECAP	52	15:33:46
Actualités	SANS LANGUE DE BOIS	24	16:01:13
Actualités	TOUS TERRAINS DIMANCHE	33	19:19:30
Actualités	TOUS TERRAINS EXTRA TIM	63	24:17:49
Actualités	TOUS TERRAINS LE CLUB	9	4:37:54
Actualités	TOUS TERRAINS LUNDI	25	7:37:00
Animation	C LOCAL	52	14:32:21
Animation	PLACE TO C	4	1:46:48
Développement culturel	ARTHEME AGENDA	40	3:34:52
Développement culturel	ARTHEME MAGAZINE	7	3:06:40
Développement culturel	OPEN BAR	8	3:46:51
Education permanente	BIO VILLAGES - EMISSION	9	2:29:17
Education permanente	C A DECOUVRIR	6	1:58:09
Education permanente	GENDER BABY	9	3:45:59
Education permanente	LOCAL ARCHIVES	9	3:56:30
Education permanente	PENSE-BÊTES	34	3:42:31
Education permanente	UNE EDUCATION PRESQUE	8	3:10:19

Actualités	13585
Animation	979
Développement culturel	628
Education permanente	1143