

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 47/2025

Contrôle annuel : exercice 2024

ASBL TV Lux

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 TV Lux 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	1997
Autorisation	22 décembre 2021
Convention	https://www.csa.be/document/convention-tv-lux/
Siège social	Avenue d'Houffalize 58a à 6800 Libramont
Zone de couverture	Arlon, Attert, Aubange, Bastogne, Bertogne, Bertrix, Bouillon, Chiny, Daverdisse, Durbuy, Erezée, Etalle, Fauvillers, Florenville, Gouvy, Habay, Herbeumont, Hotton, Houffalize, La Roche, Léglise, Libin, Libramont, Manhay, Marche, Martelange, Meix, Messancy, Musson, Nassogne, Neufchâteau, Paliseul, Rendez, Rouvroy, Saint-Hubert, Sainte-Ode, Saint-Léger, Tellin, Tenneville, Tintigny, Vaux sur Sûre, Vielsalm, Virton, Wellin
Distribution	VOO, Proximus, Orange, internet
Mentions légales	https://www.tvlux.be/informations-legales.html

2. Production propre

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

L'éditeur doit assurer dans sa programmation au minimum 260 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	230:41:42					
Non linéaire	19:52:49					
TOTAL :	250:34:31		31:14:33		281:49:04	325 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^o)

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	213	3646
L'Hebdo	43	1012
Editions spéciales	5	219
Totaux	261	4877

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^o)

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 3269 minutes.

Le détail des programmes, par mission²², figure en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

²² 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 débats pré-électoraux	X
Elections octobre 2024 : les débats	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 1100 minutes par an.

(Convention : article 14)

L'éditeur a produit des programmes de développement culturel pour une durée de 1983 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 300 minutes par an.

(Convention : article 15)

L'éditeur a produit des programmes de d'éducation permanente pour une durée de 355 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 explique que la programmation consacrée au 80ème anniversaire de la Bataille des Ardennes a été coproduite avec Vivacité Luxembourg qu'il identifie comme un partenaire local.

Compte tenu des explications apportées par l'éditeur, eu égard notamment au caractère local du partenaire, le Collège considère que 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 300 minutes par an.

L'éditeur a produit des programmes d'animation pour une durée de 211 minutes.

Cet aspect de la programmation est renforcé par 97 minutes d'un programme diffusé exclusivement sur Internet.

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 que dans le cadre de visites scolaires organisées dans leurs locaux, de impressions de visiteurs ont été recueillies sous formes de contenus pour les réseaux sociaux. Les équipes ayant été fortement sollicitées par les élections, l'initiative n'a pas été systématisée. Néanmoins, cette initiative ne relève 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	1100	1983
Éducation permanente	300	355
Animation	300	211 + 97
Total art. 11	2000	2549 + 97

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, plaines d'été du CPAS, Lire et écrire ; 2/ Dans le cadre de la semaine de l'éducation aux médias, visite d'échanges approfondis avec le rédacteur en chef de TVLux et des journalistes de Vivacité Luxembourg.	2
Diffusion de programmes	Moins de 100 minutes.	-
Production de programmes	Moins de 90 minutes.	-
Autres	-	-
Total		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 qu'il n'a « pas diffusé ou produit de contenus d'éducation aux médias à hauteur du nombre de minutes minimal auquel il est fait référence » dans la question du CSA.

Il ajoute que les visites de ses locaux « ont évolué en proposant la possibilité aux visiteurs de créer leur propre journal et de le lire dans notre studio et celui de Vivacité Luxembourg ». Il envisage de « travailler sur un dossier pédagogique à transmettre en amont aux enseignants afin de mieux répondre encore à la mission d'éducation aux médias. »

Les explications apportées par l'éditeur ne permettent pas de considérer l'obligation analysée comme étant rencontrée. Cependant, le Collège prend note des mesures prises par l'éditeur pour lui permettre

de mieux répondre à sa mission d'éducation aux médias à l'avenir et décide de ne pas lui notifier de grief.

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 d'une part en enregistrements diffusés sur les réseaux sociaux de séquences de questions-réponses auprès des jeunes primo votants présents dans le public lors des débats pour les élections européennes et d'autres part « Les p'tits curieux » : une rubrique spécifique sur le web pour les plus jeunes mais dont les thématiques ne relèvent pas de l'éducation aux médias, ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée.

Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur signale qu'il n'a pas d'autres productions à faire valoir.

Il informe ensuite le CSA du fait qu'il a développé la rubrique « Les p'tits curieux » « afin de proposer plus de contenus audiovisuels destinés aux enfants et aux adolescents ». Il s'agit « de diversifier le produit en l'orientant vers les tranches d'âge 8-12 ans et 12 ans et +. » Il essaye aussi « de toucher ces publics via TikTok et YouTube ».

Les explications apportées par l'éditeur ne permettent pas de considérer l'obligation analysée comme étant rencontrée.

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

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles	548	
Programmes accessibles en STA	339h30	62%
Programmes interprétés en LSFB	27h40	5%
Total des programmes accessibles	387	67%

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 ²³	24	
Programmes audiodécrits	15	62%

Le collège constate que le volume de programmes audiodécrits diffusés durant les heures de grande écoute sur le service de l'éditeur a augmenté de près de 30% depuis 2023, en dépit de l'absence de progression dans les obligations fixées par le règlement. Il salue les efforts de l'éditeur pour augmenter son offre de programmes accessibles aux personnes en situation de déficience visuelle.

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, la totalité des programmes qu'il produit et coproduit et qui sont rendus accessibles sur son service linéaire. Il s'agit donc des programmes sous-titrés et interprétés en langue des signes. L'éditeur ne dispose pas des droits de diffusion des programmes audiodécrits sur son service non linéaire.

L'obligation est rencontrée.

²³ À savoir, la somme des durées de diffusions et de toutes les rediffusions des fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h au cours de l'ensemble de l'exercice.

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 septembre et novembre 2024, le Collège constate que l'éditeur respecte les critères de qualité prescrits.

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 :

- Fin 2024, l'éditeur a commandé une analyse approfondie de ses audiences numériques afin de mieux cerner les attentes du public en ligne, comprendre ses comportements et fort de ces données, adapter les stratégies de programmation. Par ailleurs, ces données sont utilisées pour objectiver et valoriser les relations de partenariat et commerciales ;
- Divers événements ont renforcé la visibilité et l'engagement, tels que des présences actives à des événements importants de la région (ex : Foire agricole de Libramont) ;
- L'année électorale et le 80eme anniversaire de la Bataille des Ardennes furent des moments importants pour l'éditeur, qui ont rassemblé une forte audience ;
- La diffusion de contenus sur le site de l'éditeur et sur les réseaux sociaux a été repensée et améliorée via la collaboration d'un expert en numérique (projet entamé en 2023) ;
- Une community manager, engagée en 2024, s'inscrit dans le renforcement de la stratégie digitale de l'éditeur ;
- Le compte YouTube de l'éditeur a été réorganisé, harmonisé visuellement et enrichi ;
- Les audiences réseaux sociaux de l'éditeur sont en progression (Facebook : + 12% ; Instagram : + 15% ; TikTok : +48% par rapport à 2023) ;
- L'éditeur communique des chiffres d'audience de soirées spéciales élections ainsi que les audiences de ces lettres d'information (sport et info).

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 générées 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 : « Les testeurs » (Qu4tre) « C à découvrir » (Télésambre), « L'Album » (Vedia) et « Celles qui osent » (Télé MB).
Programmes coproduits avec le Réseau des médias de proximité	▪ 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	▪ Finale de basket (coproduction Matélé et TV Lux – 1 édition de 174 minutes) ; ▪ Le JT estival « L'info de l'été » (coproduction Matélé et TV Lux – 39 éditions de 19 minutes).

Autres synergies notables :

(Convention : article 23)

- Echanges réguliers de sujets JT avec Matélé et Vedia ;
- Echanges quotidiens d'images (info et sports) avec les autres MDP ;
- Mutualisation technique avec Matélé dans le cadre des finales de basket (coupe AWBB) ;
- Mise à service du web développeur de l'éditeur pour TV Com et Vedia ;
- Synergies d'accessibilité avec d'autres MDP.

L'obligation est rencontrée.

8.2. RTBF

(Convention : article 24 §2)

Synergies notables :

- Fourniture réciproque d'images info et sport pour JT et autres programmes ;
- Synergies dans le cadre des élections 2024 ;
- Collaborations autour de « Vivre ici » ;
- Coproduction du magazine mensuel d'éducation permanente « Y a pas de planète B », avec d'autres médias de proximité ;
- L'éditeur diffuse en radio filmée la matinale de Vivacité Luxembourg (6h-8h) ;
- L'éditeur et Vivacité-Luxembourg annoncent mutuellement leurs programmes.

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 fourni aux services du CSA l'ensemble des informations requises, dont il ressort que :

L'organe d'administration se compose de 20 membres :

- 10 mandataires publics au sens de l'article 3.2.3-1, § 1er, al. 3. Leur répartition entre les différentes tendances politiques s'établit comme suit : 1 PS, 4 MR, 5 Les Engagés ;
- L'éditeur ne renseigne pas de représentants politiques, à savoir des membres désignés par les autorités publiques mais qui ne sont pas titulaires d'un mandat ;
- Au moins 50% des membres de l'organe d'administration démontrent un lien avec les secteurs associatif et culturel tout en n'étant ni mandataires publics, ni représentants des services publics ou des pouvoirs publics.

L'éditeur déclare qu'aucun de ses administrateurs n'est en situation d'incompatibilité au regard des articles 3.2.3-1, § 1er, al. 2 (incompatibilités politiques) et 3.2.3-3 (incompatibilités sectorielles) du décret.

L'obligation est rencontrée.

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 : +19.000 EUR

Résultat budgété en 2025 :

-405.000 EUR (si octroie de 1,5EUR/ habitant par Sofilux)

-108.000 EUR (si octroie de 2,5EUR/ habitant par Sofilux)

Il justifie la situation de la manière suivante :

« Une décision de précaution prise par TVlux suite à une subvention octroyée par Sofilux normalement fixé à 2,5EUR/habitant au lieu de 1,5EUR/habitant en application à l'accord politique conclu en 2019 entre les présidents de partis. Toutefois, ce point n'ayant pas été inscrit à l'ordre du jour par Sofilux lors de leur assemblée générale, TVlux a décidé d'établir leur budget de manière conservatrice avec l'hypothèse d'une subvention à son niveau minimal actuel. Cette situation devrait désormais être régularisé. »

Le Collège note que TV Lux affiche un bénéfice de 19.000 EUR en 2024 ainsi qu'un bénéfice cumulé de 430.000 EUR. Si le résultat budgété en 2025 se confirme, dans le cas où Sofilux attribue 1,5€/habitant à TV Lux, sa situation financière s'en trouverait dégradée, sans toutefois menacer sa viabilité financière.

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	JT	213	61:03:18
Actualités	JT édition spéciale élections régionales, fédérales et européennes	1	0:48:07
Actualités	JT édition spéciale élections communales	1	1:44:51
Actualités	Journal de la Foire	3	1:08:50
Actualités	L'Hebdo	43	17:08:00
Actualités	Elections juin 2024 : les débats	6	4:57:29
Actualités	Soirée électorale du 9 juin	1	3:42:30
Actualités	Elections octobre 2024 : les débats	45	35:18:43
Actualités	Soirée électorale du 13 octobre	1	6:04:05
Actualités	L'invité de la rédaction	20	6:28:44
Actualités	L'invité de la presse	9	3:32:05
Actualités	Le Débat	1	0:52:11
Actualités	TV Lux Sport - Le Mag	31	11:12:22
Animation	Printemps de l'éthique	1	0:30:37
Animation	Vous êtes ici	2	0:51:40
Animation	Lux Fashion Week 2024	1	1:35:16
Animation	Luxembourg, terre de cœur	9	0:33:42
Développement	Arrêt Culture	33	15:00:34
Développement	Ciné Lux	33	2:50:24
Développement	Table et terroir	30	11:00:37
Développement	Tubes	2	0:43:20
Développement	La Balade de l'été	4	1:53:44
Développement	Arrêt Culture - 100ème	1	1:34:24
Education per	Curieux de Nature	4	1:40:58
Education per	Altitude 120	4	0:57:16
Education per	Magazines de la rédaction	3	1:50:25
Education per	Emission spéciale Nuts Weekend - 80e Bataille des Ardennes	1	1:25:59

Actualités	9241
Animation	211
Développement culturel	1983
Education permanente	355