

Conseil supérieur de l'audiovisuel

-

Collège d'autorisation et de contrôle

RAPPORT

Évaluation à mi-parcours de la mise en œuvre des conventions conclues entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et les éditeurs de Médias de proximité

Article 27, alinéa 2, des conventions

Juin 2026

Table des matières

I.	SYNTHESE EXECUTIVE	4
II.	CADRE DE L’EVALUATION ET METHODOLOGIE	7
A.	BASE CONVENTIONNELLE.....	7
B.	METHODOLOGIE.....	8
III.	CONTROLE DE CONFORMITE DE LA MISE EN ŒUVRE DES MISSIONS DE SERVICE PUBLIC (ART. 9 A 17)	9
A.	LES DISPOSITIONS COMMUNES AUX MISSIONS DE DEVELOPPEMENT CULTUREL, D’EDUCATION PERMANENTE ET D’ANIMATION (ART. 11, 12 ET 13) : APPLICATION ET CLARTE DES NOTIONS	14
a.	<i>Les volumes de production et l’équilibre entre production propre et coproductions (art. 11)</i>	14
i.	Constats	14
ii.	Analyse du Collège.....	15
b.	<i>Le dispositif de l’article 12 et son application au regard des avis</i>	<i>15</i>
i.	Dispositif de l’article 12.....	15
ii.	Contrôle de conformité de l’article 12.....	16
iii.	Réflexion sur les notions de l’article 12, alinéa 2.....	16
iv.	Analyse et recommandation du Collège.....	17
c.	<i>Les projets collaboratifs (art. 13).....</i>	<i>18</i>
i.	Dispositif de l’article 13.....	18
ii.	Contrôle de conformité et recommandations du Collège	18
B.	MISSION D’ACTUALITE (ART. 9 ET 10).....	18
a.	<i>L’atteinte des seuils quantitatifs (art. 9, 1°)</i>	<i>19</i>
b.	<i>La faculté de comptabilisation de journaux d’actualité coproduits (art. 9, 1°, alinéa 2)</i>	<i>19</i>
c.	<i>Les journaux d’actualité comportant des séquences diffusées préalablement (art. 9, 2°)</i>	<i>20</i>
d.	<i>Les programmes hebdomadaires d’actualité (art. 9, 3°)</i>	<i>21</i>
e.	<i>La couverture des périodes électorales (art. 10).....</i>	<i>21</i>
f.	<i>L’adéquation de la notion de « journal d’actualité » aux usages</i>	<i>22</i>
g.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	<i>22</i>
C.	MISSION DE DEVELOPPEMENT CULTUREL (ART. 14)	24
a.	Constats	24
b.	Analyse du Collège	25
D.	MISSION D’EDUCATION PERMANENTE (ART. 15), DONT LE VOLET EDUCATION AUX MEDIAS (ART. 16).....	25
a.	<i>La mission d’éducation permanente : un bilan de conformité complet.....</i>	<i>25</i>
b.	<i>Le volet éducation aux médias : constats</i>	<i>26</i>
c.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	<i>29</i>
E.	MISSION D’ANIMATION (ART. 17).....	30
a.	<i>La formulation générale de l’article 17.....</i>	<i>30</i>

b.	<i>L'attention particulière aux jeunes et aux enfants</i>	31
c.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	32
IV.	ÉVALUATION DES OBJECTIFS SPECIFIQUES DE L'ART. 27, AL. 2	32
A.	VISIBILITE DES MISSIONS DE SERVICE PUBLIC	32
a.	<i>Constats issus de la consultation du secteur</i>	32
b.	<i>Les enseignements de l'évaluation du déploiement numérique (art. 18)</i>	33
c.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	35
B.	SYNERGIES ENTRE MEDIAS DE PROXIMITE : CADRE, MISE EN ŒUVRE ET RESULTATS (ART. 22 ET 23)	35
a.	<i>État des lieux quantitatif</i>	35
b.	<i>Un cadre jugé insuffisamment incitatif</i>	36
c.	<i>Barrières identifiées</i>	37
d.	<i>Résultats constatés</i>	38
e.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	38
C.	SYNERGIES AVEC LA RTBF : CADRE, MISE EN ŒUVRE ET RESULTATS (ART. 24)	39
a.	<i>État des lieux</i>	39
b.	<i>Un déséquilibre structurel ressenti</i>	40
c.	<i>Résultats constatés</i>	42
d.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	42
D.	BESOINS SPECIFIQUES DU SECTEUR EN TERMES DE PERSONNEL ET D'EQUIPEMENT	44
a.	<i>Constats</i>	44
b.	<i>Analyse du Collège</i>	45
E.	PLAN EGALITE – DIVERSITE (ART. 21)	45
a.	<i>Cadre et méthode</i>	45
b.	<i>Constats</i>	46
c.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	47
F.	OBLIGATIONS DU CHAPITRE IX – EQUILIBRE FINANCIER ET GESTION (ART. 25).....	48
a.	<i>Cadre et méthode</i>	48
b.	<i>Constats</i>	48
c.	<i>Analyse et recommandations du Collège</i>	49
V.	CONCLUSIONS ET SYNTHÈSE DES RECOMMANDATIONS	50

I. Synthèse exécutive

Conformément à l'article 27, alinéa 2, des conventions conclues entre le Gouvernement de la Communauté française et les douze Médias de proximité (ci-après, « MdP »), le Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel (ci-après, le « Collège ») doit réaliser, pour le 30 juin 2026 au plus tard, une évaluation à mi-parcours de celles-ci. L'évaluation porte, d'une part, sur le contrôle de conformité de la mise en œuvre des missions de service public telles que visées aux articles 9 à 17 des conventions et, d'autre part, sur les cinq objectifs spécifiques énumérés par la disposition : la visibilité des missions, les résultats des synergies entre MdP et avec la RTBF, les besoins spécifiques en personnel et en équipement, le plan égalité – diversité et les obligations du Chapitre IX relatives à l'équilibre financier et à la gestion.

Un bilan de conformité globalement positif. Les avis annuels du Collège attestent que les missions de service public — actualité, développement culturel, éducation permanente et animation — sont rencontrées par l'ensemble du secteur, souvent au-delà des seuils conventionnels, les manquements relevés étant demeurés ponctuels.

L'investissement en éducation aux médias s'est sensiblement renforcé, ce qui doit être salué.

Les difficultés exprimées par les MdP sont d'une autre nature : elles tiennent à la lisibilité de certaines notions conventionnelles (article 12, al. 2 ; mission d'animation ; articulation entre les initiatives d'éducation aux médias, qui relèvent de la mission d'éducation permanente, et la mission d'animation), à la lourdeur de certains dispositifs de rapportage, à l'inadaptation croissante d'un cadre centré sur la diffusion linéaire face à la migration des usages vers le numérique, et à la soutenabilité d'une performance maintenue à moyens contraints.

Des synergies qui progressent, un cadre qui les valorise insuffisamment. Huit éditeurs sur douze ont accru leurs coproductions en 2024, et les collaborations se structurent. Le secteur pointe toutefois, avec constance, un paradoxe : les modalités

de comptabilisation des minutes coproduites pénalisent financièrement la collaboration que les conventions entendent encourager, dont le coût de coordination des projets communs n'est pas valorisé. Les synergies avec la RTBF sont denses sur le terrain, mais structurellement déséquilibrées¹ : visibilité insuffisante des MdP sur Auvio, accès limité à la RTBF Academy, faible recours aux moyens de production des éditeurs, crédit et réciprocité des échanges perfectibles.

Les objectifs spécifiques de l'article 27, alinéa 2. La visibilité des missions dans l'environnement numérique constitue un enjeu central, singulièrement auprès des publics jeunes. L'évaluation spécifique du déploiement numérique, adoptée par le Collège le 18 septembre 2025, atteste de progrès tangibles et significatifs :

- Production propre digitale passée de 45 heures en 2021 à 534 heures en 2024 ;
- Développement de formats non linéaires natifs ;
- Présence étendue sur les nouvelles plateformes.

La consolidation de cette dynamique est tributaire des moyens disponibles et son objectivation bute sur l'absence d'une mesure d'audience accessible aux MdP.

Les résultats des synergies entre éditeurs sont positifs et attestés - économies d'échelle, mutualisation de compétences, élargissement de l'offre – et plaident pour un soutien de la dynamique volontaire.

Les résultats avec la RTBF, contrastés pour les MdP, appellent une réflexion sur un possible renforcement de la structuration et de l'objectivation des engagements réciproques.

Concernant les besoins en personnel et en équipement, les MdP renvoient majoritairement à leur préalable : un financement stable, adéquat et prévisible, actuellement mis sous tension par la non-indexation des subventions, la dégradation du marché publicitaire local et les incertitudes de la réforme des APE, dans un contexte

¹ Sur la base des informations rapportées par les MdP et sous réserve d'une investigation contradictoire.

où le règlement européen sur la liberté des médias impose de garantir aux médias de service public des ressources suffisantes, stables et prévisibles.

Le plan égalité – diversité témoigne d’une montée en puissance (absence de plans en 2022, généralisation des chartes et des statistiques genrées en 2023, généralisation des plans d’actions et des indicateurs en 2024) de l’ensemble des MdP sur ces thématiques résultant d’un travail de fond substantiel entrepris sur le terrain. L’enjeu, pour la seconde période conventionnelle, consistera au passage d’une conformité documentaire à l’objectivation des mesures concrètes et de leurs effets.

Les obligations du Chapitre IX des conventions sont rencontrées par la majorité des éditeurs dans un contexte de gestion maîtrisée. Le Collège demeurera particulièrement attentif à l’évolution de leur situation dans un contexte marqué par l’adoption par le Gouvernement de plusieurs mesures d’ordre budgétaire impactantes, dont la suppression de l’indexation des subventions de base et le basculement de la subvention ad hoc d’aide au déploiement des MdP dans l’environnement numérique dans le régime de ces subventions de base.

Recommandations. Le Collège formule une série de recommandations, détaillées dans la partie conclusive du rapport, sur les enjeux suivants :

- Clarification des notions reprises dans les articles relatifs à l’information², aux obligations communes aux missions de développement culturel, d’éducation permanente et d’animation³, à l’éducation aux médias⁴ et à l’animation⁵ ;
- Poursuite du processus d’amélioration continue des reportings, en particulier en matière d’éducation aux médias ;

² Art. 9.

³ Art. 12, al. 2.

⁴ Art. 16.

⁵ Art. 17.

- Objectivation renforcée des obligations communes aux missions de développement culturel, d'éducation permanente et d'animation des articles 12 et 13 ;
- Réflexion sur la prise en compte de la migration numérique des usages et la valorisation des contenus numériques ;
- Réflexion sur la valorisation des collaborations entre MdP ;
- Poursuivre et contribuer à l'objectif d'amélioration de la relation partenariale avec la RTBF ;
- Garantir l'accès des MdP aux mesures d'audience pertinentes à des conditions transparentes, soutenables, équitables et proportionnées ;
- Veiller au respect du principe de proportionnalité entre le niveau des obligations à charge des MdP et les moyens disponibles ;
- Poursuivre le suivi de la mise en œuvre des plans égalité – diversité ;
- Clarifier l'article 21, alinéa 5, des conventions ;
- Maintenir une vigilance renforcée sur la situation financière des MdP.

II. **Cadre de l'évaluation et méthodologie**

A. **Base conventionnelle**

Le présent rapport est établi en exécution de l'article 27, alinéa 2, des conventions conclues entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et les douze MdP. Cet article dispose : « *La convention fera automatiquement l'objet d'une évaluation à mi-parcours (la première période), soit le 30 juin 2026 au plus tard. Outre la mise en œuvre des missions de service public, l'évaluation vise à mesurer la réalisation des objectifs suivants : la visibilité des missions de service public (notamment dans l'environnement digital) ; les résultats des synergies entre les médias de proximité, et avec la RTBF ; les besoins spécifiques des Médias de proximité en termes de personnel et d'équipement à l'issue de cette première période ; le plan égalité – diversité ; les obligations du Chapitre IX – équilibre financier et gestion.* ».

Cette évaluation vise à dresser un bilan qualitatif intermédiaire de la première période conventionnelle et à formuler des constats et recommandations utiles dans le cadre de la poursuite de l'exécution des conventions et, le cas échéant, de leur éventuelle révision ou reconduction.

Conformément à la structure de l'article 27, alinéa 2, le présent rapport est organisé en deux parties. La première partie est consacrée au contrôle de conformité de la mise en œuvre des missions de service public prévues aux articles 9 à 17 des conventions. Elle couvre l'application des dispositions communes des articles 12 et 13 et de la clarté de leurs notions (partie III., A.), la mission d'actualité (partie III., B.), le développement culturel (partie III., C.), l'éducation permanente, en ce compris son volet Education aux Médias (partie III., D.), l'animation (partie III., E.), ainsi que les volumes de production et l'équilibre entre production propre et coproductions de l'article 11 (partie III., F.), cette dernière disposition se rattachant directement à la mise en œuvre des missions définies aux articles 9 à 17, à la différence des articles 22 et suivants, d'application transversale. La seconde partie procède à l'évaluation de chacun des objectifs spécifiques énumérés par cette disposition. La partie conclusive du rapport rassemble les conclusions et la synthèse des recommandations.

B. Méthodologie

L'examen du contrôle de conformité repose essentiellement sur les avis du Collège pour les exercices 2022 à 2024. La présente évaluation n'a pas vocation à se substituer à ces avis.

Concernant l'évaluation des objectifs spécifiques, les services du Conseil supérieur de l'audiovisuel ont adressé, le 8 avril 2026, au Réseau des Médias de proximité (ci-après « RMDP ») et, à travers lui, à chacun des éditeurs, une série de questions⁶ spécifiques sur :

- les notions de l'article 12, alinéa 2,

⁶Annexe 2 - Questions des services du CSA adressé au RMDP et réponses écrites du RMDP et des éditeurs.

- la mission d'information,
- la mission de développement culturel,
- l'éducation aux médias (relevant de la mission d'éducation permanente) ;
- la mission d'animation,
- les synergies entre MDP et avec la RTBF,
- la visibilité des missions de service public,
- les besoins spécifiques du secteur.

Le Réseau des Médias de Proximité (ci-après, le « RMDP ») a transmis, le 15 mai 2026, une réponse coordonnée, complétée par les contributions individuelles de Matélé, Boukè et Canal Zoom (réponses conjointes), Télésambre, Notélé, TV Com, BX1, ACTV (Antenne Centre) et TV Lux. Qu4tre, Télé MB et Vedia ont indiqué n'avoir pas de commentaires particuliers à formuler. BX1 s'est rallié, pour la plupart des questions, à la position du RMDP.

Ces réponses ont été croisées avec les données quantitatives qui sont issues des avis du Collège en termes de volumes de production, programmes échangés et coproduits, séquences fournies à la RTBF, ainsi qu'avec les analyses des services et des conseillers et conseillères du CSA⁷.

L'évaluation intègre en outre les conclusions de la note relative à l'évaluation de la portée du déploiement numérique des Médias de proximité, adoptée par le Collège le 18 septembre 2025 en exécution de l'article 27 après trois années d'application des conventions⁸. Le présent rapport restitue, pour chaque thématique, les constats du Collège, son analyse, ainsi que les pistes et recommandations qui en découlent, chaque constat étant référencé en note de bas de page à la source dont il est issu.

III. Contrôle de conformité de la mise en œuvre des missions de service public (art. 9 à 17)

⁷Avis du Collège relatifs au contrôle du respect par les MdP de leurs obligations au cours des exercices 2022 à 2024 – csa.be.

⁸Annexe 3 - Note relative à l'évaluation de la portée du déploiement numérique des médias de proximité, Collège d'autorisation et de contrôle, 18 septembre 2025.

La présente partie dresse le bilan de conformité de la mise en œuvre des missions de service public prévues aux articles 9 à 17 des conventions : actualité, développement culturel, éducation permanente et animation. Elle s'appuie sur les avis rendus par le Collège dans le cadre du contrôle annuel de chaque éditeur pour les exercices 2022, 2023 et 2024. Ces avis examinent, éditeur par éditeur, programme par programme, le respect précis fixé par les conventions pour la concrétisation de leurs missions.

Le tableau 1 ci-dessous synthétise, à l'échelle du secteur et pour chacune des obligations des articles 9 à 17, l'évolution du respect des obligations telle qu'elle ressort des conclusions des avis annuels du Collège. Cette lecture agrégée, qui ne met pas en exergue les situations individuelles, fait apparaître un socle de conformité stable sur les missions historiques et une montée en charge progressive des obligations nouvelles, l'éducation aux médias suivant la trajectoire la plus marquée.

Tableau 1 – Évolution du respect des obligations des articles 9 à 17 des conventions, à l'échelle du secteur (exercices 2022 à 2024)

Obligation (référence conventionnelle)	Exercice 2022	Exercice 2023	Exercice 2024
Actualité : journaux et contenus d'information (articles 9 et 13)	Rencontrée par l'ensemble du secteur	Rencontrée par l'ensemble du secteur	Rencontrée — vigilance sur l'évolution des volumes chez certains éditeurs
Volumes de production par mission (article 11)	Rencontrée — seuils dépassés	Rencontrée — seuils dépassés	Rencontrée — seuils dépassés
Coproductions, partenariats et primo-diffusion non linéaire (article 12)	Montée en charge (période transitoire)	Montée en charge continue	Constats ponctuels de carence, sans grief avec suivi
Développement culturel (article 14)	Rencontrée par l'ensemble du secteur	Rencontrée par l'ensemble du secteur	Rencontrée — prise en compte de certains arbitrages liés à l'année électorale

Obligation (référence conventionnelle)	Exercice 2022	Exercice 2023	Exercice 2024
Éducation permanente (article 15)	Rencontrée — seuils largement dépassés	Rencontrée — seuils largement dépassés	Rencontrée — seuils largement dépassés
Éducation aux médias (article 16)	Partiellement rencontrée — initiatives très limitées ; période transitoire, sans grief	Partiellement rencontrée — cinq éditeurs atteignent l'objectif de cinq initiatives et un seul diffuse des formats digitaux	Rencontrée pour l'essentiel — dix éditeurs sur douze atteignant cinq initiatives ou plus ; point d'attention sur les formats digitaux à destination des publics jeunes ou des publics les plus fragiles
Animation (article 17)	Rencontrée par l'ensemble du secteur	Rencontrée par l'ensemble du secteur	Rencontrée + points d'attention sur la qualification des programmes

Source : conclusions des avis annuels du Collège d'autorisation et de contrôle (avis 32 à 43/2023, 81 à 92/2024 et 37 à 48/2025) et analyses des services du CSA. « Rencontrée » signifie que le Collège a conclu au respect de l'obligation à l'échelle du secteur, le cas échéant assorti de points d'attention ; « partiellement rencontrée » signale des insuffisances constatées chez une partie significative des éditeurs, traitées par voie de rappel ou de période transitoire plutôt que de grief.

Il ressort de ce corpus que les éditeurs ont, sur la première période, globalement rencontré leurs obligations, les manquements relevés ont fait l'objet d'un suivi spécifique d'une année sur l'autre et sont tous demeurés ponctuels.

Durant la période d'analyse concernée, le Collège a suivi une gradation régulatoire systématique avec, au terme du premier exercice contrôlé, la prise en considération de la première année de démarrage de la convention (cf. art. 11, dernier alinéa) pour les nouvelles obligations. Au terme du deuxième exercice contrôlé, une clarification des attentes et l'organisation de rencontres notamment avec les services du CSA et

d'autres institutions compétentes, avec des points de suivi annoncés lors du contrôle du troisième exercice – avant un éventuel durcissement.

Les principaux points d'attention du Collège ont porté sur les thématiques d'éducation aux médias, de développement numérique, de coproductions, d'animation, d'accessibilité, et d'équilibre financier des MdP.

Tableau 2 – Évolution des principaux points d'attention du Collège – exercices 2022 à 2024

Point d'attention	Exercice 2022 (avis du 21/09/2023)	Exercice 2023 (avis du 26/09/2024)	Exercice 2024 (avis du 18/09/2025)
Éducation aux médias <i>Art. 16 des conventions</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Initiatives diverses, disparates et majoritairement insuffisantes. -Activation de la période transitoire d'un an (art. 11, al. 4) ; -Balises chiffrées posées dans la synthèse transversale (150 min en 5 éditions ; -Explicitation des conditions de validité des visites de studio ; -Invitation à échanger avec le CSEM. 	<ul style="list-style-type: none"> -Nette amélioration constatée, mais des difficultés persistent en termes d'initiatives (5/12 satisfont à l'obligation minimale requise) ; -Rencontre CSA-MDP-CSEM (janvier 2024) -Suivi par les services mandatés pour expliquer les arbitrages de comptabilisation. 	<ul style="list-style-type: none"> -Amélioration continue à l'exception de 2 MdP impactés par l'organisation de l'année électorale. -Enjeu de compréhension sur les formats digitaux à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragiles. -Vigilance explicite annoncée pour l'exercice suivant.
Développement numérique <i>Art. 12, al. 3 et 18 des conventions</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Fortes disparités entre MdP dans la production digitale et son reporting. -Objectif affiché : accompagner les initiatives, définir les attentes afin d'affiner les usages. 	<ul style="list-style-type: none"> -Rappel des critères de comptabilisation (remontages comptés une seule fois, captations brutes et habillage exclus, contenus ≤ 30 sec non valorisables). -Hausse saluée (+165 % de production webnative, 386 h cumulées) mais progressivité exigée pour toutes les missions. -Évaluation dédiée annoncée après trois exercices (2025). 	<ul style="list-style-type: none"> -Obligation de primo-diffusion non linéaire globalement rencontrée. -Synthèse transversale 2025 consacrée à l'évaluation du développement numérique.
Coproductions <i>Art. 12, al. 2 des conventions</i>	<ul style="list-style-type: none"> — (pas contrôlé comme obligation autonome) 	<ul style="list-style-type: none"> — (idem). 	<ul style="list-style-type: none"> Premier contrôle effectif ; -Manquements traités sans grief ; -Vigilance annoncée pour les prochains contrôles.

Point d'attention	Exercice 2022 (avis du 21/09/2023)	Exercice 2023 (avis du 26/09/2024)	Exercice 2024 (avis du 18/09/2025)
Animation – jeunes et enfants <i>Art. 17 des conventions</i>	-Activation de la période transitoire de l'article 11, al. 4 ;	-Clarification : l'attention aux jeunes et aux enfants doit se concrétiser dans la mission d'animation elle-même.	-Rétération des attentes : les contenus issus de visites scolaires ou de débats électoraux ne relèvent pas de la mission d'animation.
Accessibilité <i>Règlement du 17/07/2018 et Charte qualité</i>	-Objectifs intermédiaires (75% des obligations finales) atteints et dépassés. -Monitoring qualité globalement conforme (échantillons février 2022).	-Obligations finales atteintes dès la première année d'application (moy. 55 % STA/LSFB ; 68 % d'audiodescription, +260 %). -Points qualité : sous-titrage du direct (vitesse, exhaustivité, tirets de changement de locuteur). Baisse de la LSFB relevée (-12 %) ; chantier de l'offre non linéaire annoncé.	Obligations rencontrées partout ; -Efforts salués ; -Critères qualitatifs respectés sur les échantillons monitorés (septembre et novembre 2024).
Équilibre financier <i>Art. 25 des conventions</i>	-Vigilance et suivi annoncé pour un éditeur.	-Perte reportée en voie de résorption à l'égard de l'éditeur identifié lors du contrôle de l'exercice précédent et suivi maintenu.	-Pas de manquement, mais suivi documenté de la situation financière des Mdp.
Synergies <i>Art. 22 à 24 des conventions</i>	-Conventions sectorielles MDP-RTBF présentées comme des « opportunités » d'une nouvelle dynamique positive entre éditeurs de service public.	-Synergies en consolidation caractérisée par la fourniture de séquences jugée « mutuellement bénéfique ». -Auvio salué pour la visibilité accrue, mais dont l'effet n'est « pas encore mesuré ».	-Obligations rencontrées ; -Densification constatée. -Pas de point critique soulevé.

Synthèse chronologique établie sur la base des avis annuels du Collège (exercices 2022, 2023 et 2024) et des synthèses transversales – Évaluation de mi-parcours des conventions Mdp.

De manière transversale, on constate un déplacement du centre de gravité des points d'attention du Collège partant des obligations nouvelles des exercices 2022-2023, en particulier en matière d'éducation aux médias et de plan égalité-diversité, vers les enjeux de développement numérique et de soutenabilité financière lors des exercices 2023-2024.

La présente partie entend dégager les enseignements transversaux et les confronter aux constats issus de la consultation du secteur, afin d'identifier ce qui, dans le cadre conventionnel lui-même, facilite ou entrave la réalisation des missions.

A. Les dispositions communes aux missions de développement culturel, d'éducation permanente et d'animation (art. 11, 12 et 13) : application et clarté des notions

a. Les volumes de production et l'équilibre entre production propre et coproductions (art. 11)

i. Constats

L'article 11 des conventions fixe, pour chaque éditeur, la durée totale annuelle de production destinée à concrétiser les missions, qu'il peut librement répartir entre celles-ci au-delà des seuils propres à chacune, et admet que cette production soit, « dans certaines proportions », constituée de coproductions. Sur le plan de la conformité, le constat est sans réserve : les avis annuels attestent que les volumes prévus à l'article 11 sont atteints, et le plus souvent largement dépassés, par l'ensemble des éditeurs sur chacun des trois exercices contrôlés (cf. tableau 1), la latitude de répartition entre missions étant effectivement mobilisée par les éditeurs selon leur ligne éditoriale.

La consultation du secteur portait conjointement sur l'expression « dans certaines proportions » de l'article 11 et sur les contours de l'article 22 ; les réponses sont restituées ici sous l'angle de l'article 11, la dimension transversale des articles 22 et suivants étant examinée dans la partie IV. Interrogés sur la capacité de ces dispositions à permettre un équilibre entre production propre et coproductions, le RMDP et la plupart des éditeurs répondent positivement : la formulation offre la souplesse nécessaire pour ajuster cet équilibre en fonction des réalités territoriales et des partenariats, et de nombreuses avancées en témoignent (« A-Sport », « Le Bon Moment » by Be Planet, « Le 22h30 », la couverture des séances parlementaires). Cette latitude permet de préserver une production propre largement majoritaire tout en développant des coproductions là où elles apportent une réelle valeur ajoutée. Un éditeur exprime en revanche un besoin de lisibilité : la notion de « certaines

proportions » est jugée peu précise et l'articulation entre obligations complexe, appelant une clarification des équilibres attendus et une sécurisation juridique.

ii. Analyse du Collège

Le Collège constate que la souplesse de l'article 11 a fait ses preuves : elle permet à chaque éditeur d'ajuster l'équilibre entre production propre et coproductions en fonction des réalités de son territoire et de ses partenariats, tout en préservant une production propre largement majoritaire. Le besoin de lisibilité exprimé quant à la notion de « certaines proportions » sera traité dans le cadre de la note interprétative recommandée, sans rigidifier un dispositif dont la plasticité constitue précisément la valeur. L'incidence des modalités de comptabilisation des minutes coproduites sur l'incitation à collaborer — qui relève des résultats des synergies et du régime transversal des articles 22 et suivants — est quant à elle examinée dans la partie IV.

b. Le dispositif de l'article 12 et son application au regard des avis

i. Dispositif de l'article 12

L'article 12 complète les volumes de l'article 11 par quatre exigences qualitatives, applicables à chacune des missions de développement culturel, d'éducation permanente et d'animation : au moins un programme par mission produit en propre (art. 12, al. 1^{er}) ; au moins un programme par mission coproduit avec trois autres MdP au maximum ou avec un partenaire médiatique local, un producteur ou un créateur indépendant (art. 12, al. 2) ; au moins un programme par mission spécifiquement adapté à l'environnement numérique et destiné à une primo-diffusion sur les services non linéaires de l'éditeur (art. 12, al. 3) ; et au moins un programme par mission récurrent, comptant au moins cinq nouvelles éditions (art. 12, al. 4). Ces obligations peuvent, s'il échet, être rencontrées de manière cumulative, un même programme pouvant en satisfaire plusieurs.

ii. Contrôle de conformité de l'article 12

Sur le plan du contrôle, l'application de la disposition est montée en charge progressivement : tandis que les composantes les plus directement vérifiables l'ont été dès les premiers exercices, les composantes relatives à la coproduction et à l'adaptation à l'environnement numérique ont fait l'objet d'un premier contrôle complet sur l'exercice 2024, dans la même logique de montée en charge que celle appliquée aux autres obligations programmatiques nouvelles. Ce premier contrôle complet conclut au respect de la disposition par la grande majorité des éditeurs, moyennant des manquements ponctuels demeurés sans grief. Le contrôle de ces composantes sera systématisé pour la suite de la période. C'est dans ce contexte que la clarté des notions employées par l'alinéa 2, discutée lors de la consultation, prend toute son importance.

iii. Réflexion sur les notions de l'article 12, alinéa 2

Interrogés sur le caractère suffisamment explicite des notions de « coproduction », de « partenaire médiatique local », de « producteur » et de « créateur indépendant », les éditeurs livrent des appréciations contrastées. Une partie du secteur estime, à la suite d'échanges avec les services du CSA, ces notions explicites et applicables sans difficulté particulière. À l'inverse, trois éditeurs jugent ces notions insuffisamment définies et sources d'interprétations variables : la distinction entre coproduction et simple partenariat éditorial ou technique n'est pas toujours claire ; le périmètre du « partenaire médiatique local », dont la définition est inscrite dans les conventions, demeure flou (acteur associatif, institutionnel, média ? une antenne régionale de la RTBF peut-elle être qualifiée de partenaire médiatique local ?) ; le statut de « créateur indépendant » soulève des questions, notamment au regard des pratiques hybrides combinant coproductions, prestations techniques et collaborations ponctuelles.

Le RMDP considère que les notions sont globalement compréhensibles mais que leur interprétation peut varier d'un éditeur à l'autre, et suggère l'adoption par le CSA d'un vade-mecum, à l'image de celui consacré à la communication commerciale, afin

d'assurer une application plus homogène. Plusieurs éditeurs insistent par ailleurs sur la nécessité de préserver une certaine souplesse d'interprétation : une définition trop restrictive risquerait d'exclure des acteurs ou des formes de collaboration innovantes, alors que les réalités de production évoluent rapidement. Certains éditeurs suggèrent que les nouvelles formes de coproduction et de partenariat identifiées dans le secteur fassent l'objet d'une mise en lumière annuelle dans la synthèse transversale du Collège, afin d'alimenter la réflexion collective.

iv. Analyse et recommandation du Collège

Le Collège constate que la divergence d'appréciation entre éditeurs confirme en elle-même l'existence d'un enjeu d'harmonisation : lorsque la moitié du secteur estime des notions limpides et l'autre moitié les juge interprétables, le risque d'une application hétérogène – et donc d'une inégalité de traitement dans l'évaluation des missions – est réel. Cette hétérogénéité n'est toutefois pas problématique en soi, dès lors qu'elle reflète la diversité légitime des pratiques de terrain.

A cadre conventionnel constant, le Collège retient une voie médiane : plutôt qu'une définition normative fermée, il privilégie l'élaboration d'une note interprétative concise – un vade-mecum – précisant les contours des notions de l'article 12, al. 2, sur la base d'exemples et de contre-exemples tirés de la pratique du contrôle. Cet instrument souple permettrait d'aligner les interprétations sans figer des catégories appelées à évoluer. Le Collège souscrit en outre à la proposition de valoriser, dans sa synthèse transversale annuelle, les formes innovantes de coproduction, de partenariat et de collaboration observées dans le secteur, ce qui contribuerait tant à la sécurité juridique qu'à l'émergence de nouvelles pratiques.

c. Les projets collaboratifs (art. 13)

i. Dispositif de l'article 13

L'article 13 prévoit de développer annuellement des projets collaboratifs avec des opérateurs culturels, publics ou privés, de sa zone de couverture, ainsi qu'avec les acteurs de terrain des mondes associatif et sportif, dans un esprit de décloisonnement et d'ouverture. Ces projets – que les conventions définissent comme des projets menés avec un ou plusieurs partenaires, s'inscrivant dans les missions de service public et renforçant l'ancrage local de l'éditeur ainsi que son lien avec les habitants de sa zone de couverture – peuvent prendre la forme d'un programme dédié, récurrent ou unique, d'une couverture d'événement ou d'une collaboration hors antenne. Dans le cadre d'une collaboration à l'antenne, le projet collaboratif ne peut constituer un reportage d'un journal télévisé.

ii. Contrôle de conformité et recommandations du Collège

Pour la très grande majorité des Mdp, l'article 13 est rédigé comme une obligation de moyens qui se vérifie dans chacune des concrétisations des missions des éditeurs. Aucun manquement n'a été relevé.

B. Mission d'actualité (art. 9 et 10)

L'article 9 des conventions érige la production et la réalisation de programmes d'actualités d'intérêt local⁹ en mission prioritaire des Mdp, consistant principalement à rendre compte des événements et de l'actualité de la vie politique, culturelle, économique, sociale et sportive de sa zone de couverture.

Dans ce cadre, la disposition prévoit trois obligations distinctes portant sur les journaux d'actualité (1°), assortis d'une faculté de coproduction ; le régime des journaux et programmes d'informations complémentaires comportant des séquences diffusées préalablement (2°) ; et les programmes hebdomadaires d'actualité (3°),

⁹ Et régional, s'agissant de la convention BX1.

examinées successivement ci-après avec l'article 10 relatif à la couverture des périodes électorales.

a. L'atteinte des seuils quantitatifs (art. 9, 1°)

L'article 9, 1°, des conventions impose à chaque éditeur de réaliser, produire et diffuser un volume minimal de journaux d'actualité répartis sur 52 semaines, dont au moins cinq nouvelles éditions hebdomadaires hors jours fériés, les seuils étant propres à chaque convention.

Le constat est unanime : aucun éditeur ne déclare éprouver de difficulté à atteindre les seuils quantitatifs de volume et de durée fixés à l'article 9, 1°, des conventions. Plusieurs éditeurs les dépassent largement.

Certains éditeurs soulignent que les difficultés tiennent au contexte structurel dans lequel la mission s'exerce : la non-indexation des subventions, qui creusent l'écart entre des charges croissantes et des moyens qui ne suivent plus l'évolution réelle des coûts, la tension sur les ressources humaines dans un contexte d'étoffement des obligations transversales (numérique, accessibilité, éducation aux médias) à enveloppe constante et la nécessité d'adapter en permanence les formats aux usages numériques (réseaux sociaux, podcasts, captations légères). Certains éditeurs ajoutent que la difficulté ne porte pas sur le volume, mais sur le maintien d'une exigence qualitative équivalente dans ces conditions.

b. La faculté de comptabilisation de journaux d'actualité coproduits (art. 9, 1°, alinéa 2)

L'article 9, 1°, alinéa 2, ouvre aux éditeurs la faculté de comptabiliser, pour atteindre les seuils fixés à l'alinéa 1^{er}, jusqu'à dix semaines par an de journaux d'actualité coproduits avec trois autres MdP au maximum, situés à proximité géographique de leur zone de couverture. Sur le plan de la conformité, cette faculté n'appelle aucun constat : lorsqu'elle est mobilisée, les journaux coproduits sont intégrés au contrôle des seuils de l'article 9, 1°, alinéa 1^{er}, et aucune utilisation excédant le plafond n'a été

relevée dans les avis. La faculté prévue par les conventions de comptabiliser jusqu'à dix semaines par an de journaux d'actualité coproduits avec trois MdP voisins au maximum a été diversement mobilisée dans la pratique.

Plusieurs éditeurs n'y recourent pas, soit parce qu'ils atteignent aisément leurs quotas seuls, soit parce que l'intérêt éditorial en est réduit au regard de leur zone de couverture. Certains éditeurs exploitent cette possibilité de manière ciblée, ce qui démontre la faisabilité d'un format mutualisé sur une période identifiée. Les éditeurs constatent que les coproductions ponctuelles, sur des temps forts identifiés, fonctionnent mieux qu'une mutualisation récurrente, l'ancrage local de l'actualité demeurant un attendu clair des publics.

Des éditeurs identifient un obstacle structurel : les minutes coproduites étant réparties entre les partenaires, la coproduction réduit mécaniquement le volume de production propre valorisé dans l'évaluation des missions et, indirectement, le financement des éditeurs concernés, alors qu'une coproduction n'allège pas nécessairement la charge de travail. Les contenus non retenus pour le JT coproduit restent diffusés sur les sites et réseaux sociaux, mais ne sont donc pas valorisés dans le calcul des minutes, faute de diffusion linéaire. Certains pointent la rigidité du cadre conventionnel (limitation à trois MdP et à dix semaines) et la complexité organisationnelle des coproductions. Le RMDP suggère un assouplissement des modalités de contrôle.

c. Les journaux d'actualité comportant des séquences diffusées préalablement (art. 9, 2°)

L'article 9, 2°, autorise par ailleurs les éditeurs à diffuser des journaux d'actualité ou des programmes d'informations complémentaires comportant des séquences diffusées préalablement, à la condition qu'ils comprennent un nouveau plateau de télévision et, au minimum, soit deux reportages inédits — dont au moins un produit en propre par l'éditeur et un en provenance d'un ou plusieurs autres Médias de proximité ou de la RTBF —, soit la présence d'un invité sur le plateau. Le dispositif intègre ainsi l'enjeu de la circulation des contenus entre télévisions de service public.

Cette hypothèse est effectivement mobilisée par une partie du secteur : les avis annuels recensent, aux côtés des journaux inédits, des journaux dits « complémentaires », composés en tout ou en partie de séquences déjà diffusées — notamment des éditions récapitulatives, qu'ils intègrent au contrôle des seuils dans le respect de ces conditions. Aucun manquement n'a été relevé à ce titre sur les trois exercices contrôlés, les volumes de journaux inédits suffisant du reste, chez la plupart des éditeurs, à rencontrer les seuils de l'article 9, 1°, indépendamment de ce complément.

d. Les programmes hebdomadaires d'actualité (art. 9, 3°)

L'article 9, 3°, impose à chaque éditeur de réaliser au minimum deux programmes hebdomadaires d'actualité, sur 38 semaines, pour une durée minimale de 1 000 minutes par an. Ces programmes peuvent aborder plus spécifiquement l'un des domaines de la vie locale visés au premier alinéa de l'article 9. Les avis annuels concluent, pour chacun des trois exercices contrôlés et pour l'ensemble des éditeurs, que cette obligation est rencontrée, généralement avec une marge confortable : plusieurs éditeurs produisent trois programmes hebdomadaires ou davantage, et les durées constatées excèdent souvent très largement les minima — de l'ordre de 2 900 à plus de 10 000 minutes pour l'exercice 2024 selon les éditeurs. Cette offre, qui complète les journaux d'actualité, couvre des registres variés — magazines et débats d'actualité, programmes sportifs, émissions consacrées à la vie communale ou, en 2024, aux élections — et n'a suscité, dans la consultation du secteur, aucune demande d'évolution particulière.

e. La couverture des périodes électorales (art. 10)

L'article 10 impose aux éditeurs, lors des élections communales, régionales, fédérales et européennes, de réaliser, produire et diffuser des programmes spécifiques d'information ou des séquences, reportages et interviews permettant aux citoyens de saisir les enjeux des scrutins. Dans la mesure de leurs moyens financiers, ils veillent, pour les élections communales et régionales, à organiser des débats et à présenter les résultats électoraux selon la forme de leur choix, et adoptent, avant le début de toute

campagne, un règlement précisant les règles applicables à la couverture de la campagne et du scrutin, en complément des règles applicables à l'ensemble des médias audiovisuels. L'exercice 2024, marqué par les scrutins de juin (élections européennes, législatives fédérales et régionales) et d'octobre (élections communales et provinciales), a donné sa pleine mesure à cette obligation : les avis relatifs à cet exercice recensent, au sein de la mission d'actualité, les programmes spécifiquement consacrés aux élections — débats, émissions d'enjeux, présentations de résultats —, sans relever de manquement, et la note du 18 septembre 2025 souligne par ailleurs le développement de formats numériques de pédagogie électorale, notamment à destination des jeunes publics. Le Collège relève que cette séquence électorale a mobilisé fortement les rédactions et pesé sur les arbitrages de programmation de l'année, ainsi qu'il a été relevé au titre de la mission de développement culturel. Cet élément a été pris en considération par le Collège dans l'évaluation du respect des obligations des éditeurs durant cet exercice spécifique.

f. L'adéquation de la notion de « journal d'actualité » aux usages

Plusieurs éditeurs interrogent la pertinence d'un cadre conventionnel centré sur la notion de « journal d'actualité », entendu dans une logique de diffusion linéaire.

Ils plaident pour l'élargissement vers une notion plus globale de « contenus d'actualité », offrant davantage de flexibilité dans les formats et les modes de diffusion, et pour une meilleure prise en compte des contenus numériques dans le calcul des minutes par mission. Suivant la même logique, certains éditeurs suggèrent d'ouvrir la possibilité d'une émission d'information, qui ne prenne pas nécessairement la forme d'un JT classique.

g. Analyse et recommandations du Collège

Le Collège se félicite de ce que la mission d'actualité, cœur du service public de proximité, soit rencontrée sans difficulté quantitative par l'ensemble du secteur, plusieurs éditeurs dépassant nettement leurs obligations. Il prend toutefois la mesure

des signaux convergents adressés par les éditeurs quant à la soutenabilité de cette performance à moyens contraints.

Le Collège recommande, dans le cadre d'un éventuel processus de révision des conventions ou à l'occasion de leur renouvellement, une clarification des notions utilisées au sein de l'article 9, dans un souci de sécurité juridique et d'amélioration des contrôles.

En effet, l'article 9, alinéa 1^{er}, fait référence à la notion de « programme d'actualités », qui est une notion décrétable spécifique, dont le champ d'application est limité aux seuls programmes traitant de l'actualité multithématique. Le reste de cette disposition recourt à la notion de « journal d'actualité » dont la portée n'est pas définie.

Le Collège estime que la question de la prise en compte des contenus d'actualité numériques mérite un examen approfondi en vue de la révision ou du renouvellement des conventions. La consommation de l'information locale migre vers les plateformes et les réseaux sociaux, singulièrement auprès des publics jeunes ; un cadre trop ancré sur le mode de diffusion linéaire, toujours prépondérant néanmoins, risque de décourager précisément les formats par lesquels les MdP remplissent leurs missions auprès de ces publics. L'évaluation de la portée du déploiement numérique adoptée par le Collège le 18 septembre 2025 objective cette dynamique : la production propre digitale du secteur, valorisable au sens de la Recommandation du 8 juillet 2021¹⁰, est passée de 45 heures en 2021 à 145 heures en 2022, 385 heures en 2023 et 534 heures en 2024 — soit 11,5 % de la production propre globale, contre 9,08 % en 2023 —, en progression chez huit éditeurs sur douze, quoique selon des volumes encore très variables d'un éditeur à l'autre. Cet examen devra néanmoins s'accompagner d'une

¹⁰Recommandation relative aux programmes de production propre des Médias de proximité, Collège d'autorisation et de contrôle, 8 juillet 2021 (www.csa.be), interprétant les critères de qualification définis par le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos.

réflexion sur les modalités de vérification et de qualification de ces contenus, ainsi que sur l'articulation avec la notion décrétable de production propre.

Dans l'intervalle, le Collège analysera les éventuelles marges d'assouplissement des modalités de comptabilisation des journaux coproduits, afin que le dispositif des dix semaines ne joue pas comme un désincitant financier à la collaboration, à rebours de l'objectif poursuivi.

C. Mission de développement culturel (art. 14)

a. Constats

Tous les MdP ont dépassé leurs objectifs conventionnels en termes de minutes de programmes culturels. La plupart des éditeurs atteignent, voire dépassent nettement, les seuils, en s'appuyant sur une offre culturelle locale riche et sur des relations anciennes avec les centres culturels, festivals, artistes et opérateurs du territoire — relations qui se traduisent par des captations d'événements, des magazines et formats dédiés, des portraits d'artistes ou des partenariats éditoriaux. Certains éditeurs soulignent la présence de centres culturels dans leurs organes de gestion et constatent une demande croissante des acteurs culturels locaux, pour qui la collaboration avec le MdP de la zone constitue un levier de démocratisation de l'accès à la culture.

Trois nuances ressortent néanmoins. Le RMDP situe les difficultés éventuelles dans l'arbitrage entre missions, dans un contexte de ressources limitées. L'attention est par ailleurs attirée sur la spécificité des territoires ruraux et étendus, où la vitalité culturelle est plus diffuse que dans les bassins urbains et exige un travail constant de prospection d'initiatives locales modestes — spécificité que le cadre conventionnel actuel ne distingue pas. Il est suggéré aussi de tenir compte, de manière transversale, du caractère particulier des années électorales, qui mobilisent fortement les équipes et les moyens, dans la répartition des quotas de production. Enfin, un éditeur relève une difficulté de qualification : le sens donné à la notion de « développement culturel » n'est pas toujours intuitif.

b. Analyse du Collège

Le Collège constate que les difficultés ponctuelles observées en 2024 relèvent davantage d'arbitrages conjoncturels entre missions — notamment en année électorale — que d'une incapacité structurelle du secteur. Il retient deux pistes de réflexion pour la suite de la période conventionnelle : d'une part, l'opportunité d'objectiver, dans le dialogue de contrôle, l'effet des années électorales sur la répartition de l'effort de production entre missions ; d'autre part, l'intérêt d'intégrer la question de la qualification des programmes culturels — et plus largement la lisibilité des critères de rattachement des programmes aux missions — dans la note interprétative recommandée dans le cadre des développements consacrés aux notions de l'article 12, alinéa 2, des conventions.

D. Mission d'éducation permanente (art. 15), dont le volet éducation aux médias (art. 16)

À titre liminaire, le Collège rappelle que l'éducation aux médias ne constitue pas une mission autonome : elle est l'un des domaines couverts par la mission d'éducation permanente confiée aux éditeurs (article 15), dont l'article 16 organise spécifiquement la concrétisation. Le présent chapitre examine dès lors d'abord la conformité de la mission d'éducation permanente dans son ensemble, telle qu'elle ressort des avis de contrôle du Collège, puis son volet d'éducation aux médias, sur lequel portait la consultation du secteur.

a. La mission d'éducation permanente : un bilan de conformité complet

La mission d'éducation permanente est pleinement rencontrée sur l'ensemble de la première période. Sur le plan quantitatif, les douze éditeurs dépassent, à chaque exercice, les seuils annuels de minutes fixés à l'article 11 — souvent très largement. Deux éditeurs mobilisent la faculté de coproduction pour atteindre leur seuil et un éditeur atteint son quota de justesse en 2024, situation qui appellera une attention

dans la suite de la période. Sur le plan qualitatif, les avis annuels concluent, pour tous les éditeurs et tous les exercices, au respect du cadre fixé par référence au décret du 17 juillet 2003¹¹, à la poursuite effective des objectifs d'analyse critique, de citoyenneté et d'émancipation, à la production, à la coproduction et à la diffusion des programmes requis ainsi qu'à la diversité thématique attendue. L'obligation de l'article 12 imposant au moins un programme d'éducation permanente récurrent (au moins cinq éditions), produit ou coproduit et primo-diffusé en non-linéaire — contrôlée pour la première fois sur l'exercice 2024 — est rencontrée par tous les éditeurs, à l'exception d'un éditeur, dont la carence à la composante coproduction a été relevée dans le cadre du contrôle annuel. Le contrôle de cette mission confirme enfin, de manière récurrente, le besoin de préciser la notion de « partenaire médiatique local » dans le cadre des coproductions, question renvoyée aux développements relatifs aux notions de l'article 12, alinéa 2.

b. Le volet éducation aux médias : constats

L'article 16 organise ce volet en deux obligations : la démonstration d'un minimum de cinq initiatives d'éducation aux médias par an et le développement de formats digitaux à destination des jeunes publics ou des « publics les plus fragiles », assorties de deux attendus transversaux — atteindre des publics diversifiés et associer, dans la mesure du possible, des experts en éducation aux médias.

Le secteur fait état d'un investissement significatif et croissant en matière d'éducation aux médias, tant à l'antenne que sur le terrain et dans l'environnement numérique. Les actions rapportées couvrent un large spectre dont notamment des visites de classes, l'ouverture des rédactions au public, la participation à la Semaine de l'éducation aux médias, des émissions dédiées, des capsules numériques diffusées et présentées en

¹¹Décret du 17 juillet 2003 relatif au développement de l'action d'Education permanente dans le champ de la vie associative, auquel renvoient les conventions.

classe, des projets pédagogiques menés en partenariat avec des institutions culturelles, scolaires ou universitaires.

La visibilité de ces actions demeure toutefois un enjeu : un éditeur observe qu'elles sont dispersées sur l'année et ne bénéficient pas toujours d'un cadre éditorial fort, et suggère un dispositif transversal au niveau du réseau (label, fenêtre éditoriale partagée) pour en renforcer la lisibilité.

Plusieurs éditeurs et le RMDP critiquent le dispositif de reporting : critères d'éligibilité jugés complexes et peu lisibles, absence de vade-mecum pratique, outils de rapportage (nouvelle annexe pour le rapport 2026) jugés lourds et peu ergonomiques, ne permettant pas de rendre compte efficacement de la diversité des initiatives (ateliers, émissions participatives, capsules, partenariats pédagogiques). Un éditeur soulève une difficulté de chevauchement entre les initiatives d'éducation aux médias — qui relèvent de la mission d'éducation permanente — et la mission d'animation : un même programme participatif peut relever des deux registres, et il lui paraît peu réaliste de multiplier les formats participatifs à l'infini pour « cocher » séparément chaque case.

Les avis de contrôle documentent, pour ce volet, une trajectoire d'appropriation progressive. Pour l'exercice 2022, première année d'application, le Collège a constaté un état des lieux jalonné d'initiatives diverses, disparates et, pour la majorité des éditeurs, insuffisantes, notamment en matière de production et de diffusion de programmes dédiés. S'agissant d'une obligation nouvelle, il s'est fondé sur une interprétation volontaire de l'article 11, alinéa 4, des conventions pour recourir à la période transitoire destinée à la mise en œuvre des nouvelles missions programmatiques, a engagé un important travail d'accompagnement — dont une séance d'information organisée en janvier 2024 à destination du RMDP avec le concours du Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM) — et a clarifié, dans sa synthèse transversale relative à l'exercice 2022 (« Contrôle annuel des médias de proximité, exercice 2022 – Éléments transversaux »), sa position quant à la

comptabilisation des initiatives éligibles. Pour l'exercice 2023, une réelle amélioration s'est dessinée : cinq éditeurs atteignaient l'objectif de cinq initiatives annuelles, mais un seul rencontrait l'obligation de diffusion de formats digitaux. L'exercice 2024 marque une nette progression : dix éditeurs réalisent cinq initiatives ou davantage, six rencontrent l'obligation de formats digitaux — souvent en très petit nombre — et trois n'en ont diffusé aucun qui soit comptabilisable, la difficulté spécifique de ce second volet étant examinée ci-après. Les premières données de l'exercice 2025, dont le contrôle est en cours, suggèrent la consolidation de cette dynamique. Sur l'ensemble de la période, le Collège a fait le choix constant de ne pas notifier de grief aux éditeurs ne remplissant pas, ou pas complètement, ces obligations, afin de laisser le temps nécessaire à leur compréhension et à leur mise en œuvre.

Cette progression doit beaucoup à la méthode d'évaluation proportionnée construite par le CSA à partir des réalisations mêmes des éditeurs, telles que rapportées dans leurs rapports annuels sur pied de la définition de l'éducation aux médias retenue par le CSEM, dont la critériologie met l'accent sur la production et la diffusion audiovisuelles – premier métier des éditeurs – qu'elle objective par des critères quantitatifs, et distingue les actions d'éducation aux médias de la formation professionnelle (tels les stages d'étudiants en audiovisuel) comme de la simple information sur des sujets relatifs aux médias.

L'évaluation de la portée du déploiement numérique, adoptée par le Collège le 18 septembre 2025, nuance ce tableau sur un point précis : si la réalisation d'initiatives d'éducation aux médias s'est globalement fortement améliorée, l'obligation de développer des formats digitaux d'éducation aux médias à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragiles demeure la plus difficilement rencontrée. Pour un certain nombre d'éditeurs, ces formats sont inexistantes ou très peu nombreux, et une mécompréhension subsiste quant à leur teneur : ils doivent porter sur des thématiques d'éducation aux médias proprement dites (fonctionnement des médias, décryptage, aspects techniques), de sorte que les séries de capsules consacrées aux

élections de 2024, destinées notamment aux primo-votants, relèvent de l'éducation à la citoyenneté ou de l'éducation permanente au sens large — et non de son volet d'éducation aux médias — et n'ont pas été comptabilisées à ce titre, pas davantage que les formats digitaux d'information générale des jeunes. Le Collège a ainsi relevé, pour l'exercice 2024, un manquement potentiel à l'article 16, alinéa 1^{er}, dans le chef d'un éditeur, dont les formats digitaux destinés aux jeunes publics ne portaient pas sur des thématiques d'éducation aux médias. S'agissant d'une modalité d'application nouvelle de l'obligation, il a cependant décidé de ne pas notifier de grief, en laissant à l'éditeur le temps de bien appréhender ce qui est attendu de lui, tout en annonçant sa vigilance lors du prochain exercice.

S'agissant des attendus transversaux de l'article 16, la diversité des publics se concrétise principalement, hormis quelques initiatives ciblées, à l'occasion des visites de studios organisées tout au long de l'année – qui touchent, au-delà des écoles auxquelles elles s'adressent d'abord, des publics accompagnés par l'asbl Article 27, des CPAS, des classes de primo-arrivants ou des associations de femmes. Quant à l'association d'experts, les éditeurs font intervenir dans leurs programmes des experts de diverses matières relatives aux médias, mais aucun ne recourt à un expert en éducation aux médias pour l'aider à construire une stratégie en la matière — ce que vise pourtant le libellé de l'article 16. Les services du CSEM sont en revanche désormais régulièrement sollicités pour intervenir dans des émissions ou donner un avis sur une production. Des avancées structurelles internes sont observées : sensibilisation du personnel, rédaction de manuels d'éducation aux médias propres à l'éditeur et désignation de référents.

c. Analyse et recommandations du Collège

S'agissant de la mission d'éducation permanente au sens large, la conformité est acquise. Le Collège salue tout particulièrement la dynamique du secteur en matière d'éducation aux médias, dont l'importance ne cesse de croître face aux enjeux de désinformation.

Le Collège entend pérenniser la méthode : la critériologie des initiatives, évolutive par essence, puisqu'elle s'enrichit des propositions des éditeurs, doit rester la base de l'analyse régulatoire pour les exercices à venir. Deux chantiers de clarification complètent ce socle : la définition de la notion de « publics les plus fragiles », que les conventions laissent indéterminée alors qu'elle conditionne le ciblage des formats digitaux – lesquels visent aujourd'hui principalement les jeunes ou le grand public –, et l'incitation des éditeurs à mobiliser une expertise en éducation aux médias au stade de la définition de leur stratégie, et non plus seulement au sein des programmes.

A ces chantiers s'ajoutent un travail de clarification relative au statut des initiatives d'éducation aux médias – que le Collège distingue de l'éducation à la citoyenneté et des autres contenus d'éducation permanente. Ces chantiers pourraient être menés dans le cadre de la note interprétative à laquelle se réfère le Collège dans ses recommandations.

En matière de reporting, le Collège entend les difficultés des éditeurs. Il les invite à poursuivre cette réflexion, avec le RMDP et les services du CSA, dans une optique d'amélioration continue des outils et des processus.

Le Collège invite par ailleurs les éditeurs à poursuivre le développement stratégique de formats d'éducation aux médias sur leurs réseaux sociaux, des exemples très positifs relevés dans les rapports annuels démontrant que l'exercice est à leur portée. Enfin, le Collège encourage le RMDP et les éditeurs à donner suite à l'idée d'un cadre de visibilité partagé (label ou fenêtre éditoriale commune) pour les actions d'éducation aux médias.

E. Mission d'animation (art. 17)

a. La formulation générale de l'article 17

Les appréciations sont, ici encore, partagées. Pour une partie des éditeurs ainsi que pour le RMDP, la formulation ouverte de l'article 17 constitue un atout : elle permet d'intégrer des formats variés et adaptés aux réalités de chaque territoire, favorise

l'émergence de formats innovants en lien direct avec les acteurs locaux et autorise l'adaptation aux nouveaux usages et canaux de diffusion.

Pour d'autres éditeurs, cette même ouverture est source d'insécurité : certains évoquent des difficultés à identifier précisément ce qui relève de la mission et une hétérogénéité des pratiques entre MdP, et plaident pour une clarification des attendus permettant une meilleure valorisation des actions et une plus grande cohérence sectorielle — tout en insistant pour que le Collège préserve la latitude d'initiative et le droit à l'essai-erreur, constitutifs de médias dynamiques. Un éditeur s'interroge sur la portée de la notion de « participation active de la population » : un invité quotidien en plateau qui préface un événement relève-t-il de la participation active ? L'éditeur cite des émissions dont des habitants assurent eux-mêmes la conception, la présentation et l'animation, qui paraissent incontestablement s'y rattacher.

b. L'attention particulière aux jeunes et aux enfants

S'agissant de l'expression « le Média de proximité apporte une attention particulière aux jeunes et aux enfants et les associe, dans la mesure du possible, à la création de contenus audiovisuels », l'objectif est unanimement partagé, mais sa mise en œuvre dépend des moyens disponibles et des partenariats locaux. Un éditeur souligne l'utilité de la réserve « dans la mesure du possible », qui reconnaît la difficulté concrète d'associer des enfants à la création de contenus compte tenu de ses implications : encadrement pédagogique, temps longs et compétences spécifiques que les équipes rédactionnelles ne peuvent porter seules. Un autre éditeur souligne que l'absence de caractère obligatoire de cet axe aide les éditeurs. Les initiatives existent néanmoins : participation d'enfants, émissions co-construites avec des jeunes, ateliers pédagogiques, capsules web nourries par les questions de jeunes, citoyens et publics fragilisés mis à contribution. Un éditeur demande des critères plus explicites, la reconnaissance des formats hybrides (numériques, participatifs, hors antenne) et une valorisation du sens de l'initiative au-delà de la seule logique de conformité. Un éditeur

réitère, sur ce point, la difficulté du chevauchement avec les initiatives d'éducation aux médias relevant de la mission d'éducation permanente.

c. Analyse et recommandations du Collège

Le Collège considère que la flexibilité de l'article 17 n'est pas, en soi, problématique : elle est même la condition de l'adaptation de la mission d'animation aux réalités très diverses des bassins de couverture et à un environnement en évolution rapide. Les interprétations variables qu'elle autorise appellent toutefois un effort de pédagogie.

Les initiatives d'éducation aux médias concrétisant par ailleurs d'autres missions que l'éducation permanente ont été valorisées.

Le Collège recommande dès lors que la note interprétative recommandée au titre de l'article 12, al. 2, précise également, sur la base d'exemples et de contre-exemples, les contours de la mission d'animation — en ce compris la notion de participation active de la population et le statut des contributions de jeunes et d'enfants — sans rigidifier le dispositif. Cette note pourra inclure utilement une clarification de l'articulation entre les missions et les initiatives d'éducation aux médias.

IV. Évaluation des objectifs spécifiques de l'art. 27, al. 2

A. Visibilité des missions de service public

a. Constats issus de la consultation du secteur

Au-delà de leurs programmations et catalogues, les éditeurs assurent la visibilité de leurs missions de service public par une approche combinant présence de terrain (événements, partenariats locaux, valorisation des plateformes lors des événements importants de la zone), diffusion linéaire et déploiement numérique (sites, réseaux sociaux, formats web-first), ainsi que par le suivi des données d'audience et des usages numériques, notamment via les outils analytiques de Google. Le Réseau pilote en outre une étude d'audience bisannuelle, dont les résultats globaux de la dernière édition

publiée (étude AQRate 2023)¹² font état d'une audience quotidienne de l'ordre de 600.000 téléspectateurs francophones en télévision linéaire, dont 450.000 en Wallonie – soit plus de 16 % de la population francophone –, un tiers des Wallons étant par ailleurs touchés chaque semaine, en linéaire ou en numérique. Ces chiffres attestent que les MdP demeurent, pris ensemble, un vecteur d'audience significatif à l'échelle de la Fédération Wallonie-Bruxelles. La visibilité demeure toutefois présentée comme un enjeu majeur – singulièrement auprès des publics jeunes et face aux grandes plateformes – dont la réponse suppose, selon les éditeurs, un financement à la hauteur des investissements humains et techniques requis. Un éditeur pointe la question de la mesure d'audience : les MdP ne bénéficient pas du retour dont disposent les grands médias via le CIM, dont les frais d'affiliation sont dissuasifs et qui refuse au demeurant de les intégrer. L'éditeur plaide pour des tarifs dégressifs ou pour l'obtention des données d'audience TV et radio par d'autres canaux, par exemple via les distributeurs.

b. Les enseignements de l'évaluation du déploiement numérique (art. 18)

La note d'évaluation de la portée du déploiement numérique, adoptée par le Collège le 18 septembre 2025, objective les progrès accomplis dans l'environnement digital¹³, qui constitue précisément le terrain visé par le premier objectif de l'article 27. En amont des productions, le déploiement s'organise structurellement :

- formations du personnel – rédactions comme autres fonctions – consacrées à l'intelligence artificielle (comme outil d'efficacité et comme horizon d'applications dont les contours déontologiques restent à appréhender), aux

¹²Étude d'audience AQRate 2023, commanditée par le RMDP (base : 4 535 personnes interrogées) ; résultats globaux publiés sur www.mediasdeproximite.be/nos-audiences.

¹³Le déploiement numérique des MdP bénéficie de subventions de fonctionnement complémentaires spécifiquement dédiées, d'un montant total annuel de 1 080 000 euros, indexé, en application de l'article 5 de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 13 octobre 2022 fixant les critères et modalités d'octroi des subventions de fonctionnement aux médias de proximité. La note du 18 septembre 2025 s'appuie notamment sur les justificatifs transmis par les éditeurs dans ce cadre, sans se substituer au contrôle administratif et financier exercé par le Service général de l'Audiovisuel et des Médias.

réseaux sociaux, aux écritures et narrations propres au web, aux outils d'analyse de données et aux pratiques de journalisme mobile ;

- échanges de bonnes pratiques, notamment au sein de Callisto¹⁴ ;
- renforcement des équipes sur les métiers de la digitalisation (community managers, marketing digital) ;
- modernisation des sites, des logiciels et des équipements, certains studios évoluant vers des configurations digitales empruntant aux codes du streaming et du podcast.

Surtout, l'approche du non-linéaire évolue d'une logique juxtaposée vers une vision intégrée et convergente : tout nouveau projet comporte désormais, chez plusieurs éditeurs, un volet numérique et sa promotion, et des offres thématiques non linéaires fédèrent des communautés engagées.

Cette dynamique se traduit dans les contenus : outre la croissance du volume de production propre digitale relevée précédemment, l'exercice 2024 voit se développer des programmes primo-diffusés en non-linéaire, dotés d'une identité propre et d'une récurrence — talks aux codes du podcast, formats de coulisses et bonus d'événements d'envergure, infos courtes et remontages adaptés aux codes des plateformes, approches pédagogiques stimulées par le contexte électoral, portraits et rencontres. Elle se traduit également dans les audiences : les sites des éditeurs ont été largement renouvelés, leur présence s'étend des réseaux historiques (Facebook, Instagram, dont les audiences cumulées continuent de progresser, contre une légère baisse sur X) vers TikTok et Twitch, prisés des publics jeunes. Un éditeur a même pu développer sa propre plateforme de diffusion en direct.

Le Collège conclut de cette évaluation que les éditeurs se sont progressivement emparés de l'enjeu de leur déploiement numérique, dans une approche convergente

¹⁴ Callisto est le fruit d'une union stratégique entre Bouké, Canal Zoom et TV Com qui assure la corégie de ces éditeurs, propose des services de sponsoring, de production et de formations.

d'éditorialisation visant à renforcer le lien, la proximité et l'engagement avec leurs communautés.

c. Analyse et recommandations du Collège

Le Collège partage le constat selon lequel la visibilité des missions de service public dans l'environnement numérique constitue l'un des enjeux centraux de la seconde partie de la période conventionnelle. L'évaluation du déploiement numérique atteste que les fondations sont posées — montée en compétences, occurrences de formats identitaires, présence multiplateforme — et que l'enjeu se déplace désormais vers la consolidation de cette dynamique dans la durée, à la hauteur des moyens humains et techniques qu'elle requiert. Le Collège renvoie par ailleurs à ses recommandations relatives à Auvio et à la prise en compte des contenus numériques dans l'évaluation des missions, cette dernière étant d'autant plus justifiée que la production digitale valorisable progresse fortement. Il appuie la réflexion sur l'accès des MdP à une mesure d'audience fiable, récurrente et financièrement soutenable, qui constituerait un puissant vecteur d'auto-évaluation et de pilotage pour le secteur. Le Collège relève par ailleurs que, si les résultats globaux de l'étude d'audience bisannuelle pilotée par le Réseau sont rendus publics sur le site de celui-ci, les résultats affinés ne lui ont, à ce jour, jamais été communiqués ; il invite le RMDP à les lui transmettre systématiquement, étant de nature à enrichir tant l'évaluation des missions que la connaissance du secteur.

B. Synergies entre Médias de proximité : cadre, mise en œuvre et résultats **(art. 22 et 23)**

a. État des lieux quantitatif

Les données issues des contrôles annuels témoignent d'une dynamique réelle. Pour la majorité des éditeurs (huit sur douze), le nombre de programmes coproduits avec d'autres MdP a augmenté en 2024 par rapport aux exercices 2022 et 2023. Les trajectoires individuelles l'illustrent. Chaque éditeur a par ailleurs coproduit avec le

Réseau quatre programmes en 2022 comme en 2024, au rythme commun des projets portés par le RMDP. Les coproductions impliquant plus de trois MdP demeurent toutefois rares, le nombre moyen de partenaires par coproduction restant stable d'exercice en exercice, autour de trois. Deux éditeurs se démarquent par leur participation à des coproductions de plus grande envergure.

Les échanges de programmes sont nourris (à titre d'exemples : « Les enfants nous parlent », « After », « Game in », « Celles qui osent », « Album », « Gender baby », « Silence en coulisses », « Ça papille », « Balade de l'été », « dBranché », « Petits pois et pois de senteur », « Arthème »), de même que les coproductions coordonnées par le RMDP (le journal commun « Le 22h30 », la couverture de séances des Parlements wallon et de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le programme sportif « A-Sport » mené avec l'ADEPS) et les coproductions entre éditeurs (« C'est dans la poche », « 5 étoiles », « Coup d'envoi », « Au gré du van », « Entrez, c'est tout vert », « Agri'stories », « Ça roule »).

Au-delà des contenus, les collaborations techniques et de services prévues à l'article 23 se déploient sous des formes variées : échanges de reportages et d'images, partage et renforts d'effectifs et de matériel, démarchage commercial concerté, interprétation en langue des signes, soutien administratif et financier, logique de groupement (Callisto, associant Canal Zoom, Boukè et TV Com), mutualisation de la fonction de directeur technique (Boukè, Télésambre et TV Com), JT partagé durant deux semaines de congés hivernaux, ou encore réunions mensuelles du collège des rédacteurs et rédactrices en chef.

b. Un cadre jugé insuffisamment incitatif

Si le RMDP estime que les coproductions sont encouragées, il considère, avec plusieurs éditeurs, qu'elles pourraient être davantage valorisées par des mécanismes incitatifs. La critique centrale, formulée avec constance, porte sur les modalités de valorisation des coproductions rencontrant des missions : les minutes coproduites sont moins valorisées dans l'évaluation des missions que la production propre, alors que la mise

en place d'une coproduction exige un investissement important en temps de coordination éditoriale, technique et organisationnelle — investissement qui n'est actuellement pas pris en compte. Les minutes coproduites n'intervenant souvent qu'en dernier recours dans le calcul des missions, l'incitant à collaborer s'en trouve limité. Certains éditeurs proposent de réfléchir à des objectifs ou quotas définis à l'échelle du réseau pour encourager les projets structurants et mutualisés, à l'image de « A-Sport » ou du « Bon Moment » by Be Planet. Un éditeur suggère une visibilité accrue des coproductions, par exemple via des bandes-annonces à diffusion simultanée sur l'ensemble des antennes concernées.

Un éditeur replace le débat dans une perspective historique : depuis cinquante ans, le cadre décretal et réglementaire demande à chaque éditeur « d'être bon tout seul » dans ses missions, et non au secteur « d'être bon ensemble » — les douze conventions distinctes en témoignent. L'éditeur plaide pour une conception élargie des collaborations, au-delà de la seule coproduction audiovisuelle : collaborations de gestion, commerciales, en matière d'innovation et d'intégration éthique de l'intelligence artificielle, de formation, ou encore sur l'évolution du cadre réglementaire — sur base volontaire, avec un rôle conforté pour le RMDP.

c. Barrières identifiées

Les barrières au développement des coproductions entre MdP voisins sont de trois ordres. La première est éditoriale et tient à la nature même du média de proximité : sa valeur ajoutée repose sur un traitement ancré dans son bassin de vie, et la mutualisation de contenus entre en tension directe avec cette attente d'hyperproximité, ce qui restreint mécaniquement le périmètre des coproductions pertinentes, auquel s'ajoutent des disparités d'identités éditoriales et graphiques. La deuxième est opérationnelle : contraintes techniques, de calendrier et de coordination des agendas. La troisième est budgétaire : le coût en temps de coordination pèse lourdement sur des équipes réduites, et les exigences qui portent séparément sur chaque éditeur le conduisent à se concentrer prioritairement sur « ses » obligations avant de penser

collaboration. Les remèdes avancés convergent : assouplissement et simplification des cadres, valorisation des coproductions dans la comptabilisation des minutes, promotion par le CSA des bonnes pratiques et d'exemples inspirants (journées d'étude, veille), et développement de collaborations volontaires dans des domaines autres qu'éditoriaux (technique, innovation, IA, commercial).

d. Résultats constatés

Les effets positifs des synergies entre MP, dont le cadre et la mise en œuvre viennent d'être décrits, sont concrets et documentés : économies d'échelle, mutualisation de compétences, élargissement des audiences, gains d'efficacité, développement de nouveaux formats et renforcement des compétences des équipes, au travers de projets structurants tels que Callisto ou Axisso. Le RMDP y ajoute l'accessibilité, l'archivage, les partenariats institutionnels avec les Parlements, la programmation commune, les synergies techniques et juridiques, les formations et la stratégie de valorisation commerciale du Réseau. Sur le plan des contenus, les éditeurs font état d'une fluidité accrue des échanges et une meilleure connaissance réciproque des enjeux et des spécificités de chacun. Les synergies doivent permettre de développer des contenus plus qualitatifs, susceptibles d'élargir l'audience et la notoriété du secteur.

e. Analyse et recommandations du Collège

Le Collège observe un paradoxe : le secteur collabore davantage — la progression du nombre de programmes coproduits chez huit éditeurs sur douze en atteste — mais le cadre d'évaluation semble les valoriser insuffisamment. Le Collège reconnaît que, dans sa pratique actuelle, les coproductions ne sont principalement visibilisées que lorsqu'il est nécessaire de les comptabiliser pour vérifier l'atteinte d'un objectif. Il s'engage dès lors à examiner, dès le prochain exercice de contrôle, les modalités d'une meilleure mise en valeur des coproductions et partenariats dans ses avis annuels et sa synthèse transversale, ainsi que les marges disponibles, à cadre conventionnel constant, pour une comptabilisation moins pénalisante des minutes coproduites — la réflexion sur une éventuelle valorisation renforcée, voire des objectifs définis à l'échelle du réseau,

relevant quant à elle de discussions à mener dans le cadre d'une éventuelle révision ou du renouvellement des conventions.

Le Collège partage par ailleurs l'analyse selon laquelle les collaborations hors antenne — techniques, commerciales, de formation, d'innovation et d'intégration éthique de l'intelligence artificielle — constituent un gisement à consolider et à amplifier. Il souligne que le RMDP dispose là d'un rôle naturel de coordination et d'impulsion : la mutualisation d'une veille sur les outils éthiques et l'IA, la diffusion de bonnes pratiques et l'organisation de travaux communs relèvent au premier chef du Réseau.

Sur l'opportunité de renforcer ces synergies dans les conventions, le secteur est partagé. Le RMDP et plusieurs éditeurs jugent un renforcement souhaitable. D'autres considèrent qu'il convient de continuer à encourager ces dynamiques sans les renforcer davantage : elles doivent demeurer volontaires, fondées sur les besoins du terrain et les complémentarités, un encadrement trop précis risquant de limiter la souplesse et la capacité d'innovation : les synergies fonctionnent d'autant mieux qu'elles sont opérationnelles, portées par la motivation des médias, et non artificielles ou imposées.

Le Collège partage cette dernière approche : les résultats des synergies entre éditeurs étant positifs et attestés, il ne recommande pas un renforcement contraignant des obligations conventionnelles — la dynamique volontaire doit être soutenue et outillée, par les mesures de valorisation et de visibilisation qui précèdent, plutôt qu'imposée.

C. Synergies avec la RTBF : cadre, mise en œuvre et résultats (art. 24)

a. État des lieux

Les synergies prévues par les conventions sont effectives et, pour partie, bien installées : échanges quotidiens d'images, de sons et de sujets (principalement à destination du JT de 13h, avec des volumes très variables d'un éditeur à l'autre), présence des éditeurs sur Auvio, diffusion de la matinale de VivaCité en décrochage local, captations communes d'événements, synergies en périodes électorales,

coproductions de programmes, interventions régulières de journalistes de la RTBF, partage des locaux, formations de personnel à la RTBF Academy, ou encore échanges de bonnes pratiques en matière d'intelligence artificielle.

Deux éditeurs n'ont coproduit aucun programme avec la RTBF durant les exercices 2022 à 2024. Les données relatives aux minutes produites pour la RTBF sont lacunaires : deux éditeurs n'ont transmis aucune durée de séquences fournies sur l'ensemble de la période, plusieurs autres éditeurs ne l'ont fait que ponctuellement, et aucune durée n'a été comptabilisée pour l'exercice 2024, qu'il s'agisse des séquences fournies ou des programmes coproduits, certains soulignant du reste la difficulté objective de quantifier des échanges éditoriaux quotidiens tels que la reprise de sons de ses reportages. Lorsqu'elles sont comptabilisées, les durées varient très fortement d'un éditeur à l'autre, de l'ordre d'une dizaine de minutes à plus de 250 minutes annuelles pour les programmes coproduits.

Certaines collaborations atteignent un degré d'intégration remarquable, telle que la couverture des Fêtes de Wallonie 2025, qui sera reconduite en 2026. Certains éditeurs bénéficient des mutualisations possibles dans le cadre des pôles médias régionaux de la RTBF, permettant une complémentarité des couvertures éditoriales : information micro-locale par des rédactions décentralisées du MdP et approche plus globale portée par la RTBF.

b. Un déséquilibre structurel ressenti

Le diagnostic d'ensemble est néanmoins contrasté. Pour le RMDP, si les collaborations de terrain fonctionnent très bien, les échanges plus structurels sont « *trop nettement à l'avantage de la RTBF* ». Le Réseau insiste sur la reconnaissance de l'indépendance et du statut spécifique des MdP, et pose un principe : les opérations menées avec la RTBF doivent générer des acquis pour les éditeurs et ne peuvent en aucun cas constituer une charge financière pour eux. Trois dossiers concentrent les attentes. Premièrement, Auvio : la plateforme est entièrement à la marque de la RTBF. Malgré des demandes réitérées, les logos des MdP sont absents de la page d'accueil de la plateforme et leurs

contenus ne sont accessibles qu'au prix de nombreux défilements. L'obligation de création d'un compte constitue, par comparaison avec d'autres services publics tels que la VRT, une barrière supplémentaire. Deuxièmement, la RTBF Academy : les éditeurs souhaitent pour leurs équipes un accès gratuit et complet aux formations, afin d'aligner compétences et processus de production et de fluidifier les collaborations. Troisièmement, le recours aux moyens de production des Mdp : les éditeurs demandent que la RTBF fasse appel de manière privilégiée à leurs moyens de production contre facturation, et qu'ils soient systématiquement et prioritairement considérés dans les appels d'offres – certains éditeurs relevant que la RTBF privilégie encore trop souvent ses propres prestataires et que l'asymétrie va jusqu'aux conditions matérielles des échanges (location payante de caméras à la RTBF, prêt gracieux du car-régie du MDP en sens inverse).

D'autres attentes s'expriment avec force : un crédit systématique et soigneux du travail des Mdp ; le respect de leur indépendance éditoriale totale ; la reconnaissance du Mdp comme acteur de référence de sa zone de couverture, ayant prioritairement la main pour fournir à la RTBF des séquences dans des formats convenus entre directions éditoriales ; la rémunération du travail spécifique réalisé pour la RTBF ; l'enjeu des grilles barémiques différentes entre RTBF et Mdp, qui devient d'autant plus sensible que les partenariats se renforcent ; et la construction de modèles de réciprocités, y compris non financières. Certains relèvent le paradoxe d'avoir à payer un loyer à la RTBF alors que les deux institutions relèvent du même pouvoir subsidiant.

Sont également suggérés un partage des revenus publicitaires générés par Auvio en soutien à la production d'informations locales, l'accès aux archives en réciprocité des contenus déjà versés, et un détail des synergies possibles aux niveaux administratif et technique.

À l'inverse, plusieurs éditeurs font état de relations solides, fluides et équilibrées : un cadre opérationnel qui fonctionne, dans lequel les flux vont naturellement davantage du Mdp vers la RTBF, ce qui est cohérent avec les vocations respectives des deux

acteurs. Télésambre, qui partage le pôle média commun avec la RTBF, et ACTV, dont les collaborations avec la RTBF Hainaut sont quotidiennes et efficaces, plaident pour le maintien du cap plutôt que pour un renforcement — ACTV appelant à une clarification des rôles (qui met quoi à disposition, quel financement, comment articuler des structures aux coûts de production très différents) plutôt qu'à un durcissement.

c. Résultats constatés

Les résultats des synergies avec la RTBF sont, de l'avis du RMDP, contrastés : certaines collaborations sont bien rôdées et appréciées – les collaborations de terrain décrites ci-avant, dont la couverture complémentaire des Fêtes de Wallonie constitue l'illustration la plus aboutie, les échanges quotidiens avec les antennes régionales de la RTBF, ou les coproductions d'envergure – tandis que d'autres demeurent ponctuelles et opportunistes. Les collaborations, rappelle un éditeur, ne sont pas une science exacte : leur résultat principal est une meilleure connaissance et une confiance accrue entre équipes, et leur bénéfice doit s'évaluer au cas par cas. Les limites pointées par plusieurs éditeurs — faible volume, manque de réciprocité, défaut de structuration, absence d'appels d'offres incluant les MdP — rejoignent le diagnostic de déséquilibre structurel posé ci-avant. Quant aux formes de collaboration à encourager, les éditeurs privilégient celles qui assurent une régularité de présence des MdP sur les antennes et plateformes de la RTBF, plutôt que des interventions ponctuelles, et celles qui organisent une mutualisation technique sur les événements à dimension à la fois locale et régionale, dans une logique de complémentarité entre les niveaux d'information.

d. Analyse et recommandations du Collège¹⁵

Dès ses avis relatifs à l'exercice 2022, le Collège concevait les conventions sectorielles conclues ou à conclure entre les MdP et la RTBF comme autant d'opportunités de lancer une nouvelle dynamique positive dans les synergies entre télévisions de service

¹⁵ Les présentes recommandations ont été établies sur la base des informations rapportées par les MdP et le RMDP et valent sous réserve d'une investigation contradiction de celles-ci avec l'ensemble des parties prenantes.

public belges francophones. À mi-parcours, le Collège constate que l'article 24 a permis l'installation de collaborations de terrain denses et appréciées, mais que le dispositif n'a pas, à mi-parcours, produit l'équilibre qu'implique la lettre même de la convention, laquelle prescrit des « *collaborations, synergies et échanges équilibrés* ». Les constats convergents relatifs à la visibilité des Mdp sur Auvio — plateforme sur laquelle les conventions imposent pourtant aux éditeurs de diffuser leur service — appellent une réponse : le Collège recommande de renforcer l'objectivation, dans le cadre du projet éditorial commun prévu à l'article 24, de la question de la mise en valeur des contenus et des marques des Mdp (présence des logos, exposition éditoriale, parcours d'accès).

Le Collège recommande par ailleurs une structuration accrue des synergies, dans le sens d'une clarification des attentes réciproques susceptible de couvrir l'identification d'interlocuteurs dédiés au sein de la RTBF, les conventions-cadres précisant les conditions de crédit, de rémunération ou de réciprocité des échanges, les conditions d'accès des équipes des Mdp aux formations de la RTBF Academy, et l'ouverture des consultations de la RTBF aux moyens de production des Mdp, lorsque leur savoir-faire le permet. L'uniformisation n'est ni possible ni souhaitable – chaque éditeur entretenant une relation *intuitu personae* avec la RTBF – et que les formes à encourager prioritairement sont celles qui assurent une régularité de présence des Mdp sur les antennes et plateformes de la RTBF ainsi qu'une mutualisation technique sur les événements à dimension à la fois locale et régionale, dans une logique de complémentarité entre information nationale, régionale et micro-locale respectueuse de l'identité éditoriale de chacun.

Enfin, le Collège invite les éditeurs à fiabiliser la comptabilisation des contenus fournis à la RTBF et coproduits avec elle, condition d'une objectivation du caractère équilibré des échanges que la convention prescrit.

S'agissant enfin de l'opportunité d'un renforcement conventionnel, les résultats contrastés et le déséquilibre structurel constatés justifient la structuration accrue

recommandée ci-avant – laquelle ne passe pas nécessairement par un alourdissement des obligations, mais par une clarification des attentes réciproques et une objectivation des engagements, sans préjudice des relations déjà équilibrées que certains éditeurs entretiennent avec la RTBF et dont ils souhaitent la continuité.

D. Besoins spécifiques du secteur en termes de personnel et d'équipement

a. Constats

La question des besoins en personnel et en équipement est unanimement reconduite vers son préalable : le financement. Le RMDP rappelle qu'un financement stable, adéquat et prévisible des médias investis de missions d'intérêt général constitue une condition structurelle de leur indépendance éditoriale, de leur capacité de production et de leur pérennité démocratique, et inscrit cette exigence dans le cadre du règlement européen sur la liberté des médias¹⁶, qui impose aux États membres de garantir aux médias de service public des ressources adéquates, durables et prévisibles correspondant à l'accomplissement de leur mission de service public et leur permettant de se développer dans le cadre de celle-ci. Or la réforme en cours du secteur met en évidence, selon le Réseau, la fragilité persistante de ce financement, avec la non-indexation des subventions qui compliquent toute planification de long terme, dans un contexte de dégradation du marché publicitaire local, de transfert des recettes publicitaires vers les grandes plateformes, d'augmentation des coûts techniques liés aux usages numériques et de nécessité d'investir dans de nouveaux formats. Le Réseau suit en outre avec attention la réforme des aides à la promotion de l'emploi (APE) engagée par le Gouvernement wallon, dossier particulièrement sensible pour le secteur, dont plusieurs éditeurs demandent que les MdP soient immunisés au regard de l'impératif de pluralisme des médias : sans un financement correct, la

¹⁶Règlement (UE) 2024/1083 du Parlement européen et du Conseil du 11 avril 2024 établissant un cadre commun pour les services de médias dans le marché intérieur (« règlement européen sur la liberté des médias »), notamment son article 5.

question des besoins spécifiques en personnel ou en équipement supplémentaires paraît incongrue.

Sous cette réserve, les besoins identifiés convergent : intégration des nouveaux métiers du numérique (compétences éditoriales et techniques liées aux réseaux sociaux, aux nouveaux formats, à l'intelligence artificielle générative et à l'accessibilité numérique), renforcement de la polyvalence des équipes par la formation continue et la transversalité, maintien et renforcement des effectifs, et soutien durable à l'investissement technique pour la production multi-plateformes (captation, montage, diffusion, outils numériques).

b. Analyse du Collège

Le Collège n'est pas l'autorité compétente pour déterminer le niveau des subventions ni la clé de leur répartition. Il lui appartient en revanche de constater, au titre de la présente évaluation, que la tension entre des obligations conventionnelles stables — voire étoffées par les enjeux transversaux du numérique, de l'accessibilité et de l'éducation aux médias — et des moyens en diminution relative constitue le risque principal pesant sur la bonne exécution des conventions durant la seconde partie de la période. Le Collège attire l'attention du Gouvernement sur ce point, ainsi que sur les incidences potentielles de la réforme des APE sur la capacité des éditeurs à maintenir leurs missions de service public, et rappelle l'orientation fixée par le règlement européen sur la liberté des médias quant au caractère suffisant, stable et prévisible des ressources des médias exerçant des missions de service public. Il renouvelle enfin sa recommandation, déjà formulée lors de la préparation des conventions en cours, d'intégrer une logique de proportionnalité entre objectifs et moyens propre à chaque éditeur.

E. Plan égalité – diversité (art. 21)

a. Cadre et méthode

L'article 21 des conventions soumet les éditeurs à un ensemble d'obligations en matière d'égalité et de diversité : la signature et la publication, sur le site de l'éditeur et sur celui du Réseau, d'une charte égalité – diversité (BX1 disposant pour sa part d'une charte interne propre) ; l'établissement d'un plan d'actions assorti d'indicateurs d'évaluation portant sur la représentation équilibrée des genres et sur une diversité inclusive ; la production de statistiques genrées en matière de ressources humaines ; la désignation d'un référent ou d'une référente égalité – diversité ; et la valorisation des sports féminins et des handisports. L'article 21 prévoit en outre, en son alinéa 5, que « *le plan d'action et la mise en œuvre des objectifs y définis sont évalués et ajustés lors de l'évaluation de la convention visée à l'article 27* » — disposition dont la portée soulève une difficulté d'interprétation examinée dans l'analyse ci-après. L'appréciation du Collège repose sur la grille d'analyse établie par ses services, qui retrace, obligation par obligation et éditeur par éditeur, la situation des exercices 2022 à 2024.

b. Constats

Les données attestent d'une appropriation progressive, en trois temps, des obligations de l'article 21. En 2022, aucun éditeur ne disposait d'un plan d'actions formalisé et accompagné d'indicateurs d'évaluation – trois d'entre eux ayant même affiché la volonté de ne pas en établir – mais les référents égalité – diversité étaient déjà désignés dans la quasi-totalité des structures et la valorisation des sports féminins et des handisports était effective partout. En 2023, la charte a été signée et publiée par l'ensemble des éditeurs, les statistiques genrées en matière de ressources humaines ont été mises en place et transmises au CSA par tous, et une première partie du secteur a adopté son plan d'actions. En 2024, les plans d'actions, assortis d'indicateurs d'évaluation, se sont généralisés à l'ensemble des douze éditeurs. Au terme de la première période, l'objectif est ainsi atteint pour chacune des obligations contrôlées, dans le chef de tous les éditeurs, selon une tendance uniformément positive. Cette progression doit se lire à la lumière de la posture d'accompagnement adoptée par le Collège dans ses avis : pour l'exercice 2022, il a pris acte des démarches entamées,

salué la créativité et la bonne volonté des éditeurs et proposé au Réseau d'organiser une rencontre entre spécialistes de l'égalité et de la diversité et référents des MdP, l'enjeu faisant l'objet d'un point détaillé dans la synthèse transversale. Pour l'exercice 2023, constatant que l'objectif du plan d'actions n'était pas atteint, il a décidé – compte tenu de l'adoption tardive, fin 2023, de l'avis relatif à l'exercice précédent et de la tenue, en mars 2024, d'une séance d'information et d'échanges organisée avec Actiris à destination du Réseau – de ne pas notifier de grief, tout en annonçant une attention particulière au contrôle suivant et en encourageant les échanges de bonnes pratiques entre MdP, avec l'appui du Réseau. L'exercice 2024 a confirmé la généralisation des plans.

c. Analyse et recommandations du Collège

Le Collège salue ce rattrapage, réel mais récent : la conformité atteinte en 2024 est d'abord documentaire et structurelle (chartes, plans, indicateurs, statistiques, référents), et l'enjeu de la seconde période est la mise en œuvre effective des plans d'actions des MdP.

À cette fin, le Collège recommande d'intégrer dans les prochains formulaires de contrôle annuel, d'une part, les statistiques générées et, d'autre part, un descriptif des objectifs et actions concrètement menées dans le cadre de leurs plans. Leur transmission systématique au CSA constitue le seul moyen d'en objectiver le suivi dans la durée, et relève enfin que la visibilité de ce volet des missions de service public — premier objectif de l'article 27.

Le Collège relève enfin une difficulté de texte qui affecte directement le présent exercice. L'article 21, alinéa 5, dispose que « *le plan d'action et la mise en œuvre des objectifs y définis sont évalués et ajustés lors de l'évaluation de la convention visée à l'article 27* ». Cette disposition génère un paradoxe : alors que la définition du plan d'actions et sa mise en œuvre relèvent de chaque éditeur – l'article 21 lui imposant de l'établir conformément aux principes de la Charte et en tenant compte des particularités locales -, son ajustement paraît rattaché à l'évaluation à mi-parcours

conduite par le Collège, auquel il n'appartient pourtant pas de se substituer aux éditeurs dans la détermination de leurs objectifs. Sa clarification fait l'objet d'une recommandation spécifique.

F. Obligations du Chapitre IX – équilibre financier et gestion (art. 25)

a. Cadre et méthode

Le Chapitre IX des conventions, et singulièrement son article 25, soumet les éditeurs à des obligations en matière d'équilibre financier et de gestion : présentation d'un budget annuel à l'équilibre ; en cas de déficit, présentation d'une justification et d'un plan d'assainissement ; documentation des évolutions de gestion prévues ; et démonstration d'une trajectoire financière soutenable. Le Collège suit en outre, au travers des comptes transmis, l'évolution du résultat et du bénéfice reporté de chaque structure. L'appréciation repose sur la grille d'analyse établie par ses services pour les exercices 2022 à 2024, éditeur par éditeur.

b. Constats

La situation financière du secteur est contrastée, et appelle une lecture en trois cercles. Pour la majorité des éditeurs, la situation est saine et maîtrisée : deux éditeurs présentent des résultats structurellement positifs et une trajectoire sous contrôle.

Un deuxième cercle rassemble les situations à surveiller. Un éditeur présente un résultat et un bénéfice reporté proches de zéro : la situation est contrôlée par l'éditeur mais il ne dispose d'aucune marge d'absorption. Un autre éditeur a clôturé deux des trois exercices en déficit mais ses fonds propres ne mettent pas actuellement la structure en péril et lie ses résultats négatifs à une évolution salariale que les subventions ne couvrent plus, mais la récurrence des déficits impose un suivi. Un éditeur, dont les comptes ont été à l'équilibre de manière pérenne sur la période, a clôturé l'exercice 2024 sur une perte provisoire liée à la non-confirmation du refinancement attendu. Cette situation illustre la dépendance de l'équilibre financier des éditeurs à des décisions de refinancement qui leur échappent.

Le troisième cercle est celui du déséquilibre structurel d'un éditeur dont le déficit a été constaté au cours des trois exercices contrôlés – avec un cumul de pertes reportées significatif. L'éditeur fournit les informations requises et justifie sa situation, notamment par l'explosion de ses coûts d'exploitation, qui représentent 20% de sa subvention de fonctionnement depuis son installation dans les locaux partagés avec la RTBF. Il a consenti des efforts (réduction de 20 % du recours aux pigistes, suppression d'une émission, contrôle des coûts) et avance des pistes d'assainissement (recherche de financements alternatifs, gel des pigistes, limitation des investissements), mais ne présente pas de budget à l'équilibre jusqu'à présent. L'analyse de son bilan 2024 par les services du CSA conclut à une situation financière à haut risque : déséquilibre structurel important (fonds de roulement négatif), niveau d'endettement élevé et, malgré une trésorerie nette positive, forte dépendance à la dette à court terme. Si l'avis relatif à l'exercice 2024 conclut, sur le plan formel, que l'éditeur a globalement respecté ses obligations, le Collège restera attentif aux efforts de rétablissement de l'équilibre. Le Collège relève plus largement que la présentation d'un budget à l'équilibre ou, à défaut, des pièces complètes requises par l'article 25 (justification, plan d'assainissement, évolutions de gestion) n'est pas systématique.

c. Analyse et recommandations du Collège

Le Collège retient de ces constats que la gestion du secteur est globalement rigoureuse – les mutualisations de fonctions support décrites y contribuent — et la majorité des éditeurs aborde la seconde période dans une situation financière maîtrisée. La trajectoire d'ensemble confirme toutefois l'analyse selon laquelle, à comportement de gestion constant, c'est l'évolution relative des recettes et des charges qui détermine désormais l'équilibre, et les marges d'absorption de plusieurs éditeurs s'amenuisent. Le Collège sera particulièrement attentif à l'évolution de la situation financière des MdP et leur rappelle les obligations documentaires de l'article 25, dont le respect conditionne la capacité du régulateur – et du Gouvernement – à anticiper les difficultés plutôt qu'à les constater. Il relève enfin que plusieurs pistes

évoquées dans le présent rapport – valorisation des coproductions, prestations techniques rémunérées pour la RTBF, partage de revenus liés à Auvio, stratégie commerciale commune du Réseau – participent également à la consolidation de l'équilibre financier du secteur.

V. Conclusions et synthèse des recommandations

À mi-parcours de la période conventionnelle, le Collège dresse un bilan globalement positif de la mise en œuvre des conventions. Les missions de service public – information, développement culturel, éducation permanente et animation – sont rencontrées, souvent au-delà des seuils, par un secteur qui a démontré sa capacité d'adaptation aux mutations des usages. Les synergies entre éditeurs progressent et produisent des effets mesurables ; les collaborations avec la RTBF se sont densifiées sur le terrain. Les fragilités identifiées sont de trois ordres : un cadre d'évaluation qui valorise insuffisamment la collaboration qu'il entend pourtant encourager ; des notions et des modalités de rapportage dont le manque de lisibilité crée de l'insécurité et de la charge administrative ; et un déséquilibre persistant, structurel et financier, tant dans la relation avec la RTBF que dans l'adéquation entre obligations et moyens. S'agissant des deux derniers objectifs énumérés à l'article 27, alinéa 2, l'évaluation atteste, d'une part, d'une appropriation progressive des obligations du plan égalité – diversité, généralisées à l'ensemble des éditeurs en 2024 et dont l'enjeu est désormais le passage d'une conformité documentaire à des résultats mesurés, et, d'autre part, d'une gestion financière globalement maîtrisée mais contrastée, marquée par le déséquilibre structurel caractérisé d'un éditeur et par plusieurs situations à surveiller. Les recommandations du Collège s'ordonnent en conséquence :

Recommandation n° 1. – CSA – Élaborer, au plus tard à l'occasion de l'envoi des formulaires pour le contrôle de l'exercice 2026, une note interprétative concise (vademecum), fondée sur des exemples et contre-exemples, concernant notamment :

- le sens et la portée des notions de l'article 12, alinéa 2, ainsi que des articles 16 et 17 ;

- le statut des « initiatives » d'éducation aux médias et de la question de la teneur attendue des formats digitaux d'éducation aux médias à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragiles.

Cette note veillera à préserver un cadre d'interprétation dynamique et évolutif, nécessaire à l'innovation.

Recommandation n° 2. – Gouvernement, RMDP, MdP, CSA – Rationaliser, à l'occasion d'une éventuelle révision ou du renouvellement des conventions, l'utilisation des notions de l'article 9 – la notion décrétales de « programme d'actualités », dont le champ est limité aux programmes traitant de l'actualité multithématique, y coexistant avec celle, non définie, de « journal d'actualité » -, dans une optique de sécurité juridique et d'amélioration des contrôles.

Recommandation n° 3. – CSA, RMDP – Poursuivre, avec le RMDP et les services du CSA, la réflexion sur la simplification et la clarification du dispositif de reporting en matière d'éducation aux médias (critères d'éligibilité, outils de rapportage), dans une optique d'amélioration continue.

Recommandation n° 4. – Gouvernement, RMDP, MdP, CSA – Examiner, en vue d'une éventuelle révision ou du renouvellement des conventions, l'élargissement potentiel de la notion de « journal d'actualité » vers celle de « contenus d'actualité » et les modalités de prise en compte des contenus numériques dans l'évaluation des missions, assorties de modalités de vérification et de qualification adéquates et d'une articulation avec la notion décrétales de production propre.

Recommandation n° 5. – CSA – Explorer, à cadre conventionnel constant, les marges potentielles d'assouplissement des modalités de comptabilisation des journaux d'actualité coproduits et, plus largement, des minutes coproduites, afin que la coproduction ne joue pas comme un désincitant financier à la collaboration ; inscrire la réflexion sur des mécanismes incitatifs, voire des objectifs définis à l'échelle du réseau, dans la préparation de la révision ou du renouvellement des conventions.

Recommandation n° 6. – Gouvernement, MdP, RMDP, CSA – Contribuer à renforcer la visibilité dans les avis des coproductions, partenariats et formes innovantes de collaboration observés dans le secteur.

Recommandation n° 7. – Gouvernement, RMDP - Soutenir, sans les rendre contraignantes, les collaborations volontaires hors antenne entre éditeurs (technique,

formation, commercial, innovation et intégration éthique de l'intelligence artificielle), en invitant le RMDP à se saisir de cette question dans son rôle de coordination et d'impulsion en la matière.

Recommandation n° 8. ¹⁷ – **RTBF, MdP, RMDP, Gouvernement** – Contribuer au renforcement de la relation partenariale entre les MdP et la RTBF en explorant la possibilité de mettre en place de nouvelles mesures structurantes, telles que :

- La désignation de référents « synergies » au sein de la RTBF, des MdP et du RMDP ;
- L'instauration d'une coopération horizontale non institutionnalisée permettant de mutualiser certaines missions de service public, en vue d'atteindre des objectifs communs (notamment en termes de visibilité respective, de complémentarité éditoriale locale, d'échanges, de prestations, de formations...);
- L'objectivation des mesures (logos, exposition éditoriale, parcours d'accès) visant à garantir la visibilité et la facilité de l'accès du public aux programmes des MdP sur la plateforme Auvio.

Recommandation n° 9. – **MdP, RMDP** – Améliorer la comptabilisation, par les éditeurs, des contenus fournis à la RTBF et coproduits avec elle, condition de l'objectivation du caractère équilibré des échanges.

Recommandation n° 10. – **Gouvernement, RMDP, MdP, CSA** – Garantir l'accès des MdP à une mesure d'audience pertinente, fiable, récurrente et financièrement soutenable et permettre au CSA d'accéder à ces données.

Recommandation n° 11. – **Gouvernement, CSA** – Vigilance accrue sur la tension croissante entre obligations conventionnelles et moyens disponibles, sur les incidences potentielles de la réforme des APE et sur les exigences du règlement européen sur la liberté des médias en matière de ressources suffisantes, stables et prévisibles, ainsi que sur l'opportunité d'une logique de proportionnalité entre objectifs et moyens propre

¹⁷ Cette recommandation a été établie sur la base des informations rapportées par les MdP et le RMDP. Elle vaut sous réserve d'une investigation contradiction de celles-ci avec l'ensemble des parties prenantes.

à chaque éditeur, renouvelant en cela une recommandation déjà formulée lors de la préparation des conventions en cours.

Recommandation n° 12. – CSA – Intégrer dans les prochains formulaires de contrôle, les statistiques générées et un descriptif de l'état d'avancement des objectifs et des actions menés dans le cadre de leurs plans d'actions.

Recommandation n° 13. – Gouvernement, MdP, RMDP, CSA – Clarifier, lors de la révision ou du renouvellement des conventions, l'article 21, alinéa 5, aux termes duquel « *Le plan d'action et la mise en œuvre des objectifs y définis sont évalués et ajustés lors de l'évaluation de la convention visée à l'article 27* ». En l'état, cette disposition génère un paradoxe qui la rend inopérante : la définition du plan d'actions et sa mise en œuvre relèvent de chaque éditeur, tandis que leur ajustement paraît rattaché à l'évaluation conduite par le CSA, auquel il n'appartient pas de se substituer aux éditeurs dans la détermination de leurs objectifs. Le Collège recommande de réécrire la disposition en distinguant clairement les rôles : aux éditeurs, l'auto-évaluation et l'ajustement de leurs plans, dans une temporalité à définir et sur la base d'indicateurs définis par eux ; au Collège, la vérification de la réalité de cet exercice et l'appréciation de ses résultats dans le cadre du contrôle annuel.

Recommandation n° 14. – CSA – Maintenir une vigilance renforcée sur l'évolution de la situation financière des MdP durant toute la seconde période conventionnelle.

Le Collège transmettra le présent rapport à la ministre du Gouvernement de la Communauté française qui a les médias dans ses attributions, au RMDP et aux éditeurs concernés. Il en tirera les conséquences dans la conduite de ses contrôles annuels et versera ses constats aux travaux préparatoires du renouvellement des conventions.

DocuSigned by:
Marie Coomans
DC9C4D582F4644B...

DocuSigned by:
Karim Bourki
08013E62BA9E470...