



Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 20/2026

Contrôle annuel : exercice 2025

ASBL Antenne Centre

En exécution de l'article 9.1.2-3 du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos (ci-après « le décret »), le Collège d'autorisation et de contrôle rend un avis sur la réalisation des obligations décrétales et conventionnelles de l'ASBL Antenne Centre pour l'édition de son service de média de proximité au cours de l'exercice 2025.

1. Identification

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

Année de création	1982
Autorisation	22 décembre 2021
Convention	https://www.csa.be/document/convention-actv/
Siège social	Rue de la Tombelle 92 à 7110 Houdeng-Aimeries
Zone de couverture	Binche, Braine-le-Comte, Ecaussinnes, Estinnes, La Louvière, Le Roeulx, Manage, Morlanwelz, Seneffe, Soignies
Distribution	Proximus, VOO, Orange, internet
Mentions légales	https://www.antennecentre.tv/actv/documents-legaux

2. Production propre

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

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

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

Durée de la production propre		+	Durées des parts en coproduction (linéaire et non linéaire)	=	Durée totale annuelle	Durée moyenne hebdomadaire	
Linéaire	288:37:15						
Non linéaire	49 :57 :04						
TOTAL :	338 :34 :19						
			19 :00 :22		357 :34 :41	413 minutes	

L'obligation est rencontrée.

3. Missions

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

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

Par ailleurs, pour les missions de développement culturel, d'éducation permanente et d'animation, l'article 12 des conventions prévoit que :

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

3.1. Mission d'actualité

(Convention : articles 9, 10 et 12)

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

(Convention : article 9, 1^o)

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

	Nombre d'éditions	Durée
JT inédits	292	5276

L'obligation est rencontrée.

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

(Convention : article 9, 3^o)

Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, ce dernier produit 3 programmes hebdomadaires d'actualité pour une durée de 2989 minutes.

Le détail des programmes, par mission¹, figure en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

¹ En annexe sont repris : les JT, les programmes d'actualité (au-delà des 38 semaines) et les programmes d'actualité traitant des élections. La totalité de la durée de la mission actualité en annexe dépasse donc logiquement la somme des durées des points 3.1.1. et 3.1.2.



3.2. Missions de développement culturel, éducation permanente et animation

(Convention : articles 11 à 17)

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

Le présent avis détaille chaque mission puis propose un récapitulatif des durées de ces trois grandes missions. Ces données concernent uniquement les programmes primo-diffusés en linéaire, sauf exceptions précisées.

3.3. Mission de développement culturel

(Convention : articles 12 et 14)

3.3.1. L'éditeur doit produire des programmes de développement culturel pour une durée minimale de 1300 minutes par an.

(Convention : article 14)

L'éditeur a produit des programmes de développement culturel pour une durée de 1914 minutes. Le détail des programmes, par mission, se trouve en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

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

(Convention : article 12, al. 2)

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

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

(Convention : article 12, al. 3)

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

3.4. Mission d'éducation permanente

(Convention : articles 12 et 15)

3.4.1. L'éditeur doit produire des programmes d'éducation permanente pour une durée minimale de 300 minutes par an.

(Convention : article 15)

L'éditeur a produit des programmes de d'éducation permanente pour une durée de 1286 minutes. Le détail des programmes, par mission, se trouve en annexe de l'avis.

L'obligation est rencontrée.

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

(Convention : article 12, al. 2)

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



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

(Convention : article 12, al. 3)

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

3.5. Mission d'animation

(Convention : articles 12 et 17)

3.5.1. L'éditeur doit produire des programmes d'animation pour une durée minimale de 300 minutes par an.

L'éditeur a produit des programmes d'animation pour une durée de 352 minutes.

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

L'obligation est rencontrée.

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

(Convention : article 17)

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

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

(Convention : article 12, al. 2)

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

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

(Convention : article 12, al. 3)

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

3.6. Missions : récapitulatif

(Convention : article 11)

La durée de production prévue pour concrétiser l'article 11 de la convention intègre les durées des programmes de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation ainsi que d'une durée de programmes supplémentaires que le média de proximité peut librement répartir entre les trois missions, selon sa ligne éditoriale.

Quotas	Objectifs (convention)	Durées produites
Développement culturel	1300	1914
Éducation permanente	300	1286
Animation	300	352
Total art. 11	2200	3552

4. Education aux médias

(Convention : article 16)

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

4.1. Initiatives

(Convention : article 16)

Pour l'exercice 2025, l'éditeur renseigne les initiatives en éducation aux médias suivantes :

Type d'initiative	Précisions	Comptabilisation d'initiative
Visite de studio	1/ Visites de groupes scolaires ; 2/Un dispositif spécifique d'une journée de visite de plusieurs groupes d'acteurs économiques	2
Diffusion de programmes	Plus de 300 minutes de diffusion	3
Total		5

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

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

(Convention : article 16)

L'éditeur mentionne les programmes « What's up » et « Nakama club manga » sur YouTube comme répondant à cette obligation. Selon les services du CSA, aucun de ces deux programmes ne traitent des sujets qu'ils abordent dans une perspective d'éducation aux médias.

En réponse à une question complémentaire relative à la dimension d'éducation aux médias du programme « What 's up », l'éditeur indique lui-même que les thématiques du format ne sous-tendent pas cette dimension mais bien la participation des jeunes à la réalisation du format.

Concernant le « Nakama Club Manga », l'éditeur considère que le manga « est une culture à part entière » et « un médium consommé en masse par les jeunes ». Ces aspects ne sont pas contestés par le Collège. Cependant, le programme est consacré à l'actualité du manga et aux anecdotes relatées par les invités, sans perspective explicative.

Interrogé sur une potentielle infraction à l'article 16, 1^{er} alinéa, de sa convention, l'éditeur argumente sur les deux programmes « What's up » et « Nakama Club Manga ».

Concernant « What's up » : premièrement, l'éditeur rappelle « l'ambition originelle » du programme de « rapprocher les jeunes de l'univers des médias », en leur permettant de « participer à la fabrication et

à la réalisation d'une émission qui les concerne ». « Le simple fait de permettre à des jeunes de prendre les commandes d'un format audiovisuel, encadrés par deux journalistes » jouerait, selon lui, « un rôle éducatif aux médias dans la mesure où les jeunes découvrent l'envers du décor, apprennent comment se fabrique une émission/des contenus qu'ils soient audiovisuels traditionnels ou digitaux ».

L'éditeur souligne que le format du programme a évolué au cours des dernières années. Dans sa version 2025, les jeunes « contribuent directement aux choix des thèmes abordés, des sujets et à leur déclinaison sous forme de rubriques adaptées au jeune public dans l'émission ».

Selon cette description, l'apport des jeunes concerne la conduite du programme et sa présentation (une discussion entre eux sur différents sujets). Il n'apparaît pas clairement au Collège quelle dimension « critique » ou technique de la fabrication d'une émission pourrait sous-tendre leur participation. Celle-ci paraît plutôt relever du « media coaching » grâce à la participation au programme.

Deuxièmement, l'éditeur insiste sur « la volonté de tourner ce contenu dans un format talk qui parle beaucoup plus aux jeunes générations que l'ancien format (jusqu'en 2024) où on était sur un format 100% télé linéaire avec une narration aux antipodes des codes de consommation des jeunes d'aujourd'hui ». « Cette refonte pour parler aux jeunes dans leurs codes et leurs habitudes est un geste qui est fait pour rapprocher les jeunes de ce contenu [...] d'éducation aux médias ».

Selon le Collège, la refonte du programme en un « talk » mieux adapté à un public jeune est une évolution positive vu le public visé mais ne constitue pas en soi une démarche d'éducation aux médias.

L'éditeur affirme en effet, dans sa réponse à la question sur un manquement potentiel, que « What's Up est bien un contenu qui fait la part belle à l'éducation aux médias » également « sur le fond ». Il détaille les différentes émissions et rubriques de l'année 2025.

Sur cet aspect, si certaines des rubriques de l'émission telles que « Ça fait le buzz » ou « Fake news » ont en effet un rapport avec les médias, elles ne sont pas réellement traitées sous l'angle de la mise en perspective ou du décryptage.

Certaines émissions – dans la version antérieure à la rentrée 2025 – contiennent des interviews axées sur l'éducation aux médias (rédacteur en chef d'ACTV, intervenant d'Action Média Jeunes, ...) mais ces interventions n'apparaissent plus à partir du mois d'octobre. « What's up » ne pourrait donc être considéré comme un programme traitant de thématiques d'éducation aux médias.

Concernant « Nakama Club Manga » : l'éditeur maintient que le manga est un média et une culture mais admet que les interprétations peuvent diverger. En réalité, le Collège ne conteste pas le rôle du manga en tant que média et vecteur culturel ; il considère que le programme « Nakama Club Manga » n'est pas traité sous l'angle de l'éducation aux médias.

Par conséquent, le Collège conclut que le respect de l'obligation de développer des formats digitaux traitant de thématiques d'éducation aux médias à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragiles n'est pas établi par l'éditeur. Le Collège estime qu'il y a lieu d'entendre l'éditeur à ce sujet et de lui notifier un grief.

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

(Convention : article 16)

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

5. Accessibilité

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

Les médias de proximité doivent atteindre les obligations finales prévues par le Règlement, à savoir que :

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

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

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

L'éditeur fournit les données relatives à l'exercice entier. Les durées ci-dessous intègrent le temps d'antenne total (coproductions et rediffusions comprises).

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles	7093	
Programmes accessibles en STA	3431	48%
Programmes interprétés en LSFB	430	6%
Total de programmes sous-titrés et interprétés	3860	54%

L'obligation est rencontrée.

5.2. Audiodescription

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

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

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles ²	82h30	
Programmes audiodécrits	70h	85%

L'obligation est rencontrée.

5.3. Accessibilité sur internet

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

L'éditeur déclare que 25% des contenus disponibles sur son site disposent de sous-titres et/ou d'interprétation en langue des signes en 2025. L'éditeur déclare augmenter progressivement, depuis octobre 2025, l'offre de programmes accessibles aux personnes en situation de déficience auditive disponible sur son site. En revanche, l'éditeur ne dispose pas des droits permettant la mise à disposition de contenus audiodécrits sur son site internet.

L'obligation est rencontrée.

² Total des fictions et documentaires diffusés sur l'exercice entre 13 heures et minuit (rediffusions comprises).

5.4. Aspects qualitatifs

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

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

Au terme du monitoring réalisé sur les échantillons de l'exercice 2025, le Collège constate que l'éditeur respecte les critères de qualité prescrits.

6. Notoriété et audiences

(Convention : articles 18 et 20)

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

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

- La poursuite du changement progressif de paradigme dédié au linéaire vers une convergence linéaire et non linéaire des contenus, tant dans leur conception que dans leurs productions et déclinaisons. Le recrutement d'un profil spécialisé en digital permet à l'éditeur de dynamiser présence et visibilité digitales ;
- L'augmentation de la base d'abonnés sur les réseaux sociaux se poursuit en 2025 et l'objectif d'atteindre la barre des 100.000 followers est rempli (avec une augmentation de 14%).

L'obligation est rencontrée.

7. Egalité et diversité

(Convention : article 21)

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

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

8. Synergies

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

8.1. Médias de proximité

(Convention : article 22)

Programmes diffusés en provenance des autres MDP	Notamment : « Les enfants nous parlent » (Boukè), « Les Dérailleurs » (notélé), « Entrez c'est tout vert » (Canal Zoom) et « Résistantes » (Télé MB).
Programmes coproduits avec le Réseau des médias de proximité	Le journal commun « Le 22h30 » (205 éditions de 15 minutes) (205 éditions, sous-titrées) ;

	▪ La couverture de certaines séances du Parlement wallon (23 éditions de 98 minutes) et du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (24 éditions de 32 minutes) ; ▪ A-Sport (initiative commune aux 12 MDP, en partenariat avec l'ADEPS et coordonnée par le RMDP, tendant à la mise en valeur des sports amateurs et des fédérations sportives par des captations et diffusions (linéaires et non linéaires).
Programmes coproduits avec d'autres MDP	▪ « C'est dans la poche » (coproduction ACTV, Télé MB, notélé, Télésambre et la Province du Hainaut – 51 éditions de 8 minutes) ; ▪ « 5 étoiles » (coproduction ACTV et Télé MB – 9 éditions de 18 minutes).

Autres synergies notables :

(Convention : article 23)

- Echanges réguliers de reportages et d'images avec la rédaction de Télé MB ;
- Echanges occasionnels de séquences avec Télésambre ;
- Echanges fréquents d'images et de séquences sportives avec les autres médias de proximité ;
- Echanges et partages de matériel avec Télé MB (couverture d'événements d'envergure) ;
- Renforts de cadres provenant d'autres MDP lors de captations de grande ampleur ;
- Collaborations avec Télé MB pour l'interprétation en langue des signes du programme « Face à vous ».

L'obligation est rencontrée.

8.2. RTBF

(Convention : article 24, §2)

Synergies notables :

- Echanges de séquences dans le cadre du JT de 13h ;
- Captation commune des Fêtes de Wallonie de La Louvière ;
- Auvio : augmentation du volume des programmes de l'éditeur disponibles, notamment des journaux d'information et programmes sportifs ;
- Diffusion de la matinale de VivaCité Hainaut et mise en images par l'éditeur en direct depuis le carnaval de Binche pour la matinale.

L'obligation est rencontrée.

9. Organisation

(Décret : articles 3.2.3-1 à 3.2.3-5)

L'Organe d'administration de l'éditeur se compose de 30 membres :

- Conformément à l'article 3.2.3-1, § 1er, du décret, au moins 50% d'entre eux (16) y représentent les secteurs associatif et culturel tout en n'étant ni mandataires publics, ni représentants des services publics ou des pouvoirs publics ;
- les 14 autres membres, dont 6 mandataires communaux, ont été désignés en tenant compte du poids des différentes groupes politiques dans la composition de l'ensemble des conseils communaux de la zone de couverture du média (6 PS, 4 MR, 4 Les Engagés) ;



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

Suivant les informations à disposition du CSA, cette composition apparaît dès lors conforme aux dispositions du décret qui encadrent la composition de l'organe d'administration des médias de proximité.

10. Equilibre financier et gestion

(Convention : article 25)

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

L'éditeur a clôturé ses comptes 2025 à l'équilibre, avec un bénéfice de 265.590 € pour l'exercice. Il présente en outre un budget 2026 à l'équilibre.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Sur base des déclarations et informations consignées dans son rapport annuel et des réponses fournies par l'éditeur aux questions qui lui ont été posées par les services du CSA, le Collège considère que l'éditeur a globalement respecté ses obligations pour l'exercice 2025.

En matière d'éducation aux médias, concernant le développement de formats digitaux à destination de jeunes publics ou des publics les plus fragiles prévu par l'article 16 de la convention, le Collège décide d'adresser à l'éditeur un grief.

Fait à Bruxelles, le 17 septembre 2026

DocuSigned by:	DocuSigned by:
	
8CA19B3ED537454...	DF17779B49424C4...

Annexe – Détail de la programmation par mission

Mission	Titre	Nombre d'éditions	Durée totale (PP)	Durée totale (PP) comptabilisée en minutes
Actualités	Le 18-18	292	88:10:04	5290
Actualités	L'invité	42	18:05:09	1085
Actualités	C Sport (football)	34	22:35:52	1356
Actualités	C Sport	51	23:29:39	1410
Actualités	C Live (inauguration Easy Arena)	1	2:13:02	133
Actualités	Edition Speciale Easy Arena	1	1:10:03	70
Actualités	Face à face	9	4:50:44	291
Actualités	Parole de loup	5	1:26:29	86
Actualités	Forum	20	9:11:46	552
Animation	Itinéraire bis	4	1:44:22	104
Animation	Itinéraire bis (les raccourcis)	6	0:27:30	28
Animation	What's up	6	2:48:19	168
Animation	Tattoo compris	4	0:51:39	52
Développement culturel	Les bons plans de l'été	6	0:38:14	38
Développement culturel	Point C	54	8:47:29	527
Développement culturel	L'interview spectaculaire	42	10:40:48	641
Développement culturel	Tremplin Ronquières	6	1:24:41	85
Développement culturel	Le Laetare	1	1:04:14	64
Développement culturel	Carnaval de Binche	3	2:39:13	159
Développement culturel	Wow !	41	3:12:46	193
Développement culturel	Roulez tambours	8	0:52:24	52
Développement culturel	Pentecôte à Soignies	1	1:11:11	71
Développement culturel	Spécial Dragone	1	1:23:41	84
Education permanente	Replay	22	9:36:41	577
Education permanente	Info magazine	11	4:50:34	291
Education permanente	Pause santé	27	6:19:08	379
Education permanente	Quinze	7	0:39:15	39
	C Sport (le match)	30	50:23:08	3023
	C Live (rugby)	2	3:56:01	236
	Pas à pas	6	1:21:11	81
	Fidèle au poste	6	1:21:35	82
	PLAK-O	8	1:10:23	70

Actualités	10273
Animation	352
Développement culturel	1914
Education permanente	1286

Les programmes sans mention de mission ont été comptabilisés dans les calculs de production propre (linéaire), mais ne concrétisent pas de mission de service public particulière.