

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 24/2026

Contrôle annuel : exercice 2025

ASBL Matélé

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 Matélé 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	1978
Autorisation	22 décembre 2021
Convention	https://www.csa.be/document/convention-matele/
Siège social	Rue Joseph Wauters 22 à 5580 Jemelle
Zone de couverture	Anhée, Beauraing, Bièvre, Ciney, Dinant, Gedinne, Hamois, Hastière, Havelange, Houyet, Onhaye, Rochefort, Somme-Leuze, Vresse, Yvoir
Distribution	VOO, Proximus, Orange, internet
Mentions légales	https://www.matele.be/informations_legales

2. Production propre

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

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

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

Durée de la production propre		+	Durées des parts en coproduction (linéaire et non linéaire)	=	Durée totale annuelle	Durée moyenne hebdomadaire
Linéaire	250 :50 :32					
Non linéaire	43 :38 :06					
TOTAL :	294 :28 :38		47 :04 :08		341 :32 :46	394 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	284	4126

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 2 programmes hebdomadaires d'actualité pour une durée de 3035 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 1200 minutes par an.

(Convention : article 14)

L'éditeur a produit des programmes de développement culturel pour une durée de 1899 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 350 minutes par an.

(Convention : article 15)

L'éditeur a produit des programmes de d'éducation permanente pour une durée de 3794 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 350 minutes par an.

L'éditeur a produit des programmes d'animation pour une durée de 846 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 supplémentaire que le média de proximité peut librement répartir entre les trois missions, selon sa ligne éditoriale.

Quotas	Objectifs (convention)	Durées produites
Développement culturel	1200	1899
Éducation permanente	350	3794
Animation	350	846
Total art. 11	2200	6539

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'initiatives
Visite de studio	1/ Groupes de jeunes et associations ; mise à jour du carnet pédagogique d'accompagnement de la visite ; 2/ Semaine de l'EAM : 3 classes x 3 heures (prise en main des outils de production, sensibilisation à la désinformation).	2
Diffusion de programmes	Moins de 100 minutes.	-
Production de programmes	Plus de 150 minutes de production (« Ça papille », « Ex cathedra », « Journal sur pause » ...)	5
Autres	Stages d'observation (accompagnement en tournage, montage, régie...).	1
Total		8

L'éditeur signale en outre avoir déposé un dossier à la Loterie nationale dans le cadre du fonds pour la Démocratie, qui n'a pas été retenu, mais sera retravaillé.

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 a développé de tels formats en 2025 sur des thématiques d'éducation aux médias (capsules d'éclairage sur les choix éditoriaux, interviews de journalistes... diffusées sur Facebook, Instagram, TikTok et YouTube).

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

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

(Convention : article 16)

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

5. Accessibilité

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

Pour l'exercice 2025, les médias de proximité doivent atteindre les obligations finales prévues par le Règlement, à savoir que :

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

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

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

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

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles	549	
Programmes accessibles en STA	250h30	45%
Programmes interprétés en LSFB	8	2%
Total des programmes rendus accessibles	258h30	47%

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	38	
Programmes audiodécrits	25	66%

Le Collège constate en outre une augmentation de 57% de la durée de programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience visuelle diffusés en 2025, en dépit de l'absence de progression dans les obligations fixées par le Règlement. Le Collège salue cette évolution positive. L'obligation est rencontrée.

5.3. Accessibilité sur internet

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

L'éditeur déclare qu'environ 31% des programmes mis à disposition sur son site internet sont rendus accessibles via le sous-titrage adapté. Pour les programmes audiodécrits, l'éditeur ne dispose pas des droits lui permettant une diffusion non linéaire sur son site.

L'obligation est rencontrée.

5.4. Aspects qualitatifs

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

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

Au terme du monitoring réalisé sur 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 précise ses stratégies afin de renforcer ses notoriété et audience, notamment :

- La poursuite des efforts de l'éditeur pour faire améliorer les EPG mal ou non actualisés par des contacts nombreux avec les câblo-distributeurs ;
- La poursuite d'un référencement toujours meilleur du site web de l'éditeur dans les moteurs de recherche ;
- L'optimisation du site Internet de l'éditeur ;

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

- Le renforcement de la stratégie de multi-diffusion des contenus en linéaire et en digital (YouTube, Instagram, Facebook, TikTok), en adoptant les codes de production spécifiques aux plateformes à leurs consommations.
- Des événements in situ, pour renforcer les liens avec les publics (ex : événement au Domaine provincial de Chevetogne, #Onestlà).

L'obligation est rencontrée.

7. Egalite et diversité

(Convention : article 21)

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

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

8. Synergies

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

8.1. Médias de proximité

(Convention : article 22)

Programmes diffusés en provenance des autres MDP	Notamment : « Cut » (Quatre), « Le courrier recommandé (LCR) » (BX1), « Be Women » (TV Com), « Gender baby » (Télésambre).
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) ; ▪ « Le bon moment » : soutien de projets engagés en faveur du climat, de la biodiversité et du développement durable. Collaboration chapeautée par le RMDP et réalisation, par MDP, de reportages couvrant les projets lauréats sur la zone de couverture en question.
Programmes coproduits avec d'autres MDP	▪ Le magazine sportif de présentation des équipes namuroises de football « Coup d'envoi » (coproduction Boukè, Canal Zoom et Matélé - 7 éditions de 52 minutes) ;

	▪ Rencontres sportives (coproduction Boukè, Matélé et Canal Zoom) ; ▪ Le JT estival « L'info de l'été » (coproduction Matélé et TV Lux - 38 éditions de 19 minutes).
--	---

Autres synergies notables :

(Convention : article 23)

- Échanges fréquents de reportages et séquences de JT avec d'autres, MDP, principalement Boukè et TV Lux ;
- Co-animation de la rédactrice en chef de Matélé avec le rédacteur en chef de BX1 du collège des rédacteurs en chef des MDP ;
- Mutualisation de matériels avec Boukè et TV Lux.

L'obligation est rencontrée.

8.2. RTBF

(Convention : article 24 §2)

Synergies notables :

- Séquences fournies à la RTBF dans le cadre du JT de 13h et diffusion de sujets RTBF dans le JT de l'éditeur ;
- Chronique hebdomadaire sur Vivacité Namur ;
- Coproduction de la matinale de Vivacité Namur lors du Festival de théâtre wallon de Ciney ;
- Présence de l'éditeur sur Auvio ;
- Le responsable technique de Matélé participe au groupe de travail « Auvio ».

L'obligation est rencontrée.

9. Organisation

(Décret : articles 3.2.3-1 à 3.2.3-5)

L'Organe d'administration se compose de 9 membres :

- Conformément à l'article 3.2.3-1, § 1er, du décret, au moins 50% d'entre eux (5) y représentent les secteurs associatif et culturel tout en n'étant ni mandataires publics, ni représentants des services publics ou des pouvoirs publics ;
- les 4 autres, dont un mandataire communal, 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 (2 Les Engagés et 2 MR) ;

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. »

Les comptes annuels de l'éditeur pour 2025 font apparaître une perte d'exploitation d'un montant de 59.121 €. Suivant les explications apportées par l'éditeur, ce déficit résulte de la conjonction de trois facteurs, dont la portée lui est apparue tardivement, après le vote du budget 2025 :

La non-indexation, et même la diminution, de la subvention de fonctionnement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, passée de 659.949,20 € en 2024 à 644.378,56 € en 2025, alors qu'une indexation normale aurait dû la faire progresser. L'éditeur estime le manque à gagner, correspondant à environ 42.000 €, n'a laissé à l'association qu'une marge de manœuvre très limitée pour ajuster son budget en cours d'année. Les indexations barémiques successives des salaires, qui s'imposent et qui ont pour leur part fait progresser les frais de personnel de 61.144 € par rapport à 2024. Enfin le média a fait face à une diminution des recettes commerciales propres, (-32.848 € par rapport à 2024), principalement sous l'effet d'un marché publicitaire local sous tension.

Face à ce constat, l'éditeur indique avoir engagé plusieurs mesures, qui se traduisent concrètement dans le budget 2026 approuvé à l'unanimité par l'assemblée générale en avril 2026 :

- Le non-remplacement de deux membres du personnel qui quittent l'ASBL ;
- Un monitoring mensuel renforcé de la masse salariale et des postes clés de charges permettant des économies ;
- Une attention accrue portée aux recettes commerciales propres, avec un objectif de stabilisation des ventes et recettes d'activités.

Ces mesures permettent de présenter un budget 2026 prévoyant un retour à un résultat positif (+14.001 €), sur des recettes d'exploitation totales de 2.509.722 €.

Le CSA examinera l'évolution de la situation financière et des comptes de l'éditeur à l'aune des mesures prises pour rétablir cet 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 respecté l'ensemble de ses obligations pour l'exercice 2025.

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 Journal	284	70:26:52	4227
Actualités	Challenge	42	18:52:36	1133
Actualités	Xtra-Balles	38	32:12:18	1932
Actualités	Trajectoires	8	3:00:56	181
Actualités	Nourrir demain débat	1	1:00:30	61
Animation	L'invité	148	14:06:04	846
Développement culturel	Showcase	40	16:48:40	1009
Développement culturel	Théâtre wallon	5	9:45:50	586
Développement culturel	Cabaret du rire	6	4:38:18	278
Développement culturel	Choutoz one miete	1	0:25:54	26
Education permanente	Ex Cathedra	38	48:11:48	2892
Education permanente	Ça papille	31	13:22:23	802
Education permanente	Nos Petites victoires	1	0:50:54	51
Education permanente	Easy	32	0:48:32	49
	Peche d'enfer	29	12:36:25	756
	Padel Masters	1	3:42:32	223

Actualités	7534
Animation	846
Développement culturel	1899
Education permanente	3794

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.