

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 30/2026

Contrôle annuel : exercice 2025

ASBL TV Lux

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

1. Identification

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

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

2. Production propre

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

L'éditeur doit assurer dans sa programmation au minimum 260 minutes de production propre par semaine. Sur la base des données communiquées par l'éditeur et après vérification par les services du CSA, ce dernier assure :

Durée de la production propre		+	Durées des parts en coproduction (linéaire et non linéaire)	=	Durée totale annuelle	Durée moyenne hebdomadaire
Linéaire	210 :54 :36					
Non linéaire	7 :34 :42					
TOTAL :	218 :29 :18		20 :05 :59		238 :35 :17	275 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	215	3771
L'Hebdo	44	1070
Journal de la Foire	3	78
Totaux	262	4920

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 3229 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 1100 minutes par an.

(Convention : article 14)

L'éditeur a produit des programmes de développement culturel pour une durée de 3019 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 466 minutes.

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

L'obligation est rencontrée.

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

(Convention : article 12, al. 2)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, TV Lux répond ne pas avoir d'autres données à proposer, mais insiste sur l'intensité de son investissement dans la coproduction « Y'a pas de planète B » tout en reconnaissant que ce programme ne peut pas être comptabilisé puisque coproduit par plus de quatre médias de proximité.

Compte-tenu du manquement constaté, le Collège décide de notifier le grief

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 327 minutes.

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

L'obligation est rencontrée.

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

(Convention : article 17)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur explique qu'« un nouveau projet portant une attention particulière aux jeunes sera produit avant la fin de l'année 2026 ». L'éditeur précise par ailleurs que le débat « Les médias et vous » a été diffusé en janvier 2026 alors que sa programmation était initialement prévue en 2025, pour des raisons indépendantes de sa volonté. Ce programme sera donc valorisé en 2026 mais ne peut l'être dans le cadre du présent avis.

Le Collège invite l'éditeur à développer, concrètement, cette implication dans des programmes rencontrant la mission d'animation.

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

(Convention : article 12, al. 2)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée. Interrogé sur ce point par les services du CSA, l'éditeur indique ne pas avoir d'explication ni de commentaires additionnels, pointant le fait qu'aucune opportunité n'a été identifiée en 2025 pour concrétiser cette obligation.

Compte tenu du manquement constaté, le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief.

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

(Convention : article 12, al. 3)

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

3.6. Missions : récapitulatif

(Convention : article 11)

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

Quotas	Objectifs (convention)	Durées produites
Développement culturel	1100	3019
Éducation permanente	300	466
Animation	300	327
Total art. 11	2000	3812

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'événements 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/ Classes primaires et secondaires, enseignement spécialisé, associations, ... 2/ Dans le cadre de la semaine de l'éducation aux médias, visite dans l'école en amont et enregistrement d'un JT en studio.	2

Diffusion de programmes	Plus de 100 minutes de diffusion (capsules Betternet ; « Ca papille », Matélé ; « Vie de famille », Canal Zoom, ; « Conférence du Parlement de la FWB sur l'information, les réseaux sociaux et la politique »)	1
Production de programmes	Moins de 90 minutes.	-
Total		3

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir que l'obligation est rencontrée.

Interrogé dans le cadre d'un manquement potentiel à l'article 16, alinéa 2 de sa convention, il renvoie les services du CSA à son rapport d'activités.

Il fait valoir sa participation à la Semaine de l'éducation aux médias organisée par le CSEM. Cette participation est effectivement considérée comme une initiative comptabilisable.

Il mentionne également sa participation à l'opération « Journalistes en classe ». Pour rappel, le Collège ne considère pas la participation à cette opération comme une initiative de la télévision. Les visites sont en effet organisées et rémunérées par l'Association des Journalistes Professionnels, sans implication de l'éditeur lui-même.

Les services du CSA ont eux-mêmes identifié des programmes permettant d'atteindre un nombre de minutes de diffusion sur des thématiques d'éducation aux médias supérieur à cent, ce qui équivaut à une initiative.

En matière de production, l'éditeur a produit un programme original « Les médias et Vous » d'une durée de 54 minutes. Or, le seuil minimal de production de programmes d'éducation aux médias est établi à 90 minutes, ce qui équivaut à 3 initiatives. Même en comptabilisant la durée de ce programme dans la rubrique « diffusion de programmes sur des thématiques d'éducation aux médias », le total de diffusion resterait sous la limite de 200 minutes (100 minutes = 1 initiative) et ne permettrait donc pas de comptabiliser une initiative supplémentaire. Les éditeurs ont été informés de la manière de comptabiliser les initiatives d'éducation aux médias en matière de diffusion et production de programmes par un courrier du CSA du 20 février 2025.

Les explications apportées par l'éditeur ne permettent donc pas de considérer l'obligation analysée comme étant rencontrée. Pour les raisons qui précèdent, le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief.

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

(Convention : article 16)

Les données communiquées par l'éditeur ne permettent pas d'établir s'il a développé de tels formats sur des thématiques d'éducation aux médias en 2025.

En effet, dans son rapport annuel il mentionne pour répondre à cette obligation la production de « cinq capsules courtes conçues pour les réseaux sociaux » et « diffusées lors de la semaine de l'éducation aux médias », ainsi que le débat Médias et Vous « mis à l'antenne en début d'année 2026 ».

La diffusion des capsules produites dans le cadre de la semaine de l'éducation aux médias pourrait donc certainement contribuer à l'obligation de développer des formats digitaux d'éducation aux médias.

Cependant, dans sa réponse à la question de manquement potentiel portant sur le nombre d'initiatives en éducation aux médias (article 16, alinéa 2, supra), l'éditeur mentionne « la production et la diffusion de 5 capsules courtes conçues autour de l'émission Médias et Vous, diffusée en linéaire en janvier 2026 pour des raisons indépendantes de la volonté de TV Lux ».

Le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief afin de l'entendre sur les difficultés qu'il rencontre dans la réalisation de ses obligations en éducation aux médias figurant à l'article 16, alinéas 1^{er} et 2^e de sa convention.

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	570	
Programmes accessibles en STA et en LSFB	383h30	67%

L'obligation est rencontrée.

5.2. Audiodescription

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

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

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles ²	21h30	
Programmes audiodécrits	11h30	54%

L'obligation est rencontrée.

5.3. Accessibilité sur internet

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

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

L'obligation est rencontrée.

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 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 :

- Dans le but de consolider son audience linéaire tout en accélérant sa croissance sur les espaces numériques, l'éditeur a déployé une stratégie globale de modernisation, articulée autour de 4 principaux piliers :
 - o Modernisation des outils et infrastructures : via l'optimisation des *workflows* et le lancement du nouveau site web pour l'éditeur ;
 - o Diversification des formats et innovation *Digital First* via des podcasts et des contenus non linéaires pour TikTok, Instagram et Facebook ;
 - o Présence de l'éditeur lors d'événements phares et ancrage territorial (festivals, production documentaire, ...) ;
 - o Partenariats stratégiques et fidélisation via des événements, concours et expériences uniques.
- Plusieurs outils de communication et de marketing ont été activés par l'éditeur : relations presse, impact publicitaire, newsletters ;

² À savoir, la somme des durées de diffusions et de toutes les rediffusions des fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h au cours de l'ensemble de l'exercice.

- L'éditeur communique des chiffres d'audience témoignant d'une progression de l'univers digital de l'éditeur (Facebook, Instagram, TikTok ; YouTube et LinkedIn).

L'obligation est rencontrée.

7. Egalité et diversité

(Convention : article 21)

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

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

8. Synergies

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

8.1. Médias de proximité

(Convention : article 22)

Programmes diffusés en provenance des autres MDP	Notamment : « Les testeurs » (Qu4tre) « C'est grave, docteur ? » (Boukè), « Epikids » (Vedia) et « Petits pois et pois de senteur » (notélé).
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	▪ Le JT estival « L'info de l'été » (coproduction Matélé et TV Lux - 38 éditions de 19 minutes).

Autres synergies notables :

(Convention : article 23)

- Echanges réguliers de sujets JT avec Matélé et Vedia ;
- Echanges quotidiens d'images (info et sports) avec les autres MDP ;
- Contacts publicitaires croisés entre Boukè, TV Lux et Télésambre ;
- Synergies d'accessibilité avec d'autres MDP.

L'obligation est rencontrée.

8.2. RTBF

(Convention : article 24 §2)

Synergies notables :

- Fourniture réciproque d'images info et sport pour JT et autres programmes ;
- Coproduction d'actualité renforcée (journalistes et cadres mixtes) ;
- Partenariats événements (« Le Beau vélo de Ravel ») ;
- Coproduction du magazine mensuel d'éducation permanente « Y a pas de planète B », avec d'autres médias de proximité ;
- L'éditeur diffuse en radio filmée la matinale de Vivacité Luxembourg (6h-8h) ;
- L'éditeur et Vivacité-Luxembourg annoncent mutuellement leurs programmes.

L'obligation est rencontrée.

9. Organisation

(Décret : articles 3.2.3-1 à 3.2.3-5)

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

- Conformément à l'article 3.2.3-1, § 1er, du décret, au moins 50% d'entre eux (10) y représentent, suivant les informations communiquées par l'éditeur, les secteurs associatif et culturel tout en n'étant ni mandataires publics, ni représentants des services publics ou des pouvoirs publics ;
- Les 10 autres membres, tous mandataires communaux ou provinciaux, 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 (5 Les Engagés, 4 MR et 1 PS).

S'agissant des représentants des secteurs associatifs et culturels, le CSA appelle à l'avenir l'éditeur :

- À identifier clairement les associations ou organismes représentés par ses administrateurs respectifs ;
- À préciser le fondement de ce mandat : au cas où ces derniers ne sont pas eux-mêmes directement membres de l'Organe d'administration de l'association ou de l'organisme représenté, le mandat devra être démontré par un écrit émanant de ce dernier.

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 avec une importante perte d'exploitation de 592.531 € pour l'exercice, essentiellement liée à la constitution de réserves visant à anticiper divers risques. Cette

perte dépasse les bénéfices antérieurement reportés (perte reportée désormais de 162.301 €). L'éditeur explique à cet égard en détails dans son rapport d'activité la « situation de tension croissante entre l'augmentation de ses charges structurelles et l'incertitude pesant sur ses financements historiques, en particulier ceux de Sofilux ». D'une part, l'augmentation généralisée des coûts – notamment liée à l'indexation automatique des salaires et à la hausse des charges incompressibles – a lourdement pesé sur les finances de l'association. D'autre part, les revenus, tant commerciaux qu'institutionnels, ont connu une stagnation, voire une érosion, réduisant mécaniquement les marges de manœuvre.

Face à ces tensions, l'ASBL a fait le choix d'une « gestion prudente et résolument défensive fondée sur une discipline budgétaire renforcée et sur la constitution de provisions significatives », avec trois leviers pour redresser la situation :

1. Sécuriser des financements publics pluriannuels, notamment en consolidant le partenariat avec la Province ;
2. Redynamiser les activités commerciales, en s'appuyant notamment sur le développement de TV Lux Prod ;
3. Mener une restructuration interne ambitieuse, adaptée aux réalités économiques actuelles.

Tenant compte de ces mesures, l'éditeur présente 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 n'a pas respecté plusieurs de ses obligations pour l'exercice 2025.

En matière d'éducation permanente, s'agissant de l'obligation portant sur la coproduction d'au moins un programme par mission avec trois autres médias de proximité au maximum ou un partenaire médiatique local ou un producteur ou un créateur indépendant, prévue par l'article 12, alinéa 2, de la convention, le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief.

En matière d'animation, s'agissant de l'obligation portant sur la coproduction d'au moins un programme par mission avec trois autres médias de proximité au maximum ou un partenaire médiatique local ou un producteur ou un créateur indépendant, prévue par l'article 12, alinéa 2, de la convention, le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief.

En matière d'éducation aux médias, s'agissant de l'obligation prévue par l'article 16 de la convention en termes d'initiatives, le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief.

En matière d'éducation aux médias, s'agissant de l'obligation prévue par l'article 16 de la convention en termes de développement de formats digitaux à destination de jeunes publics ou des publics les plus fragilisés, le Collège décide de notifier à l'éditeur un grief.

Fait à Bruxelles, le 17 septembre 2026

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

Annexe – Détail de la programmation par mission

Mission	Titre	Nombre d'éditions	Durée totale (PP)	Durée totale (PP) comptabilisée en minutes
Actualités	JT	215	64:08:30	3849
Actualités	Journal de la Foire	3	1:19:15	79
Actualités	L'Hebdo	44	18:00:12	1080
Actualités	L'Invité de la rédaction	24	8:11:12	491
Actualités	L'Invité de la presse	8	2:57:36	178
Actualités	TV Lux Sport - Le Mag	22	7:00:12	420
Actualités	TV Lux Sport - Le Mag spécial			
Actualités	Legend Boucles	1	0:32:28	32
Actualités	Cérémonie d'investiture du Grand Duc Guillaume	1	3:08:59	189
Actualités	Soulier d'Or	1	0:52:00	52
Animation	Vous êtes ici	3	0:45:39	46
Animation	Lux Fashion Week	1	1:19:12	79
Animation	Luxembourg terre de cœur	18	1:15:54	76
Animation	Emissions spéciales Baudet'stival	3	2:06:24	126
Développement culturel	Arrêt Culture	41	18:08:33	1089
Développement culturel	Table et Terroir	30	11:12:30	673
Développement culturel	La Balade de l'été	8	3:56:00	236
Développement culturel	Pièces de théâtre 2e festival de théâtre amateur Centre Ardenne	5	9:40:10	580
Développement culturel	Concerts Baudet'stival 2025	9	7:21:09	441
Education permanente	Curieux de Nature	9	3:50:06	230
Education permanente	Altitude 120	2	0:24:02	24
Education permanente	Magazines de la rédaction	5	3:00:55	181
Education permanente	Printemps de l'éthique	1	0:30:31	31
	TV Lux Sport(s) - Le Direct	36	38:56:24	2336
	Coupe de la province	1	2:16:43	137

Actualités	6370
Animation	327
Développement culturel	3019
Education permanente	466

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.