



## Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°20/2007

### Contrôle de la réalisation des obligations d'Antenne Centre pour l'exercice 2006

En exécution de l'article 133 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations d'Antenne Centre au cours de l'exercice 2006, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur selon les modalités définies dans l'arrêté du gouvernement du 15 septembre 2006 et sur des compléments d'informations demandés par le CSA.

Le présent avis porte sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2006.

#### **IDENTIFICATION**

(art. 63 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Le Gouvernement peut autoriser des éditeurs locaux de service public de radiodiffusion télévisuelle, ci-après dénommés télévisions locales.*

*L'autorisation est donnée pour une durée de neuf ans. Elle est renouvelable.*

(art. 65 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Par zone de couverture, on entend l'espace géographique dans lequel la télévision locale réalise sa mission.*

*Sur avis du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA, le Gouvernement fixe la zone de couverture de chaque télévision locale en déterminant les communes qui en font partie. Cette zone est notamment fixée en fonction des caractéristiques socioculturelles communes à certaines entités communales et des contraintes techniques liées à l'organisation des réseaux de télédistribution.*

*Une commune ne peut faire partie que d'une seule zone de couverture.*

*La zone de réception d'une télévision locale n'est pas limitée à sa zone de couverture.*

*L'extension de cette zone de réception au-delà de la zone de couverture ne peut être effective que de commun accord entre la télévision qui entend étendre sa zone de réception au-delà de sa zone de couverture et la télévision dont la zone de couverture est, en tout ou en partie, visée par cette extension de zone de réception. L'accord conclu entre les télévisions locales concernées prévoit la durée pour laquelle l'accord est conclu, qui ne peut être plus longue que celle des autorisations des télévisions locales, et les modalités selon lesquelles il peut être mis fin par anticipation à l'accord. L'accord est notifié au ministre qui a l'audiovisuel dans ses attributions et au Conseil supérieur de l'audiovisuel.*

*Les télévisions locales concernées par l'extension d'une zone de réception déterminent entre-elles les conditions de cette extension afin de prévenir toute entrave au développement de l'une ou de l'autre de ces télévisions locales.*

Par arrêté du 23 décembre 1996, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle Antenne Centre dont le siège social est établi rue de la Tombelle 92 à 7110 Houdeng-Aimeries.



L'autorisation est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1997. L'article 63 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion souligne que l'autorisation donnée par le gouvernement aux éditeurs locaux de service public de radiodiffusion télévisuelle l'est pour une durée de 9 ans. Cette autorisation est donc échue depuis le 31 décembre 2005. Toutefois, l'article 167 §4 du décret mentionne, dans ses dispositions transitoires, que les autorisations délivrées aux télévisions locales sur la base du décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel viennent à échéance à la date fixée par le gouvernement, date que celui-ci, à ce jour, n'a pas déterminée.

Les statuts de la télévision n'ont pas connu de modification en 2006.

La zone de couverture est composée des communes suivantes : Anderlues, Binche, Braine-le-Comte, Ecaussinnes, Estinnes, La Louvière, Le Roeulx, Manage, Morlanwelz, Soignies.

Cette zone correspond à la zone de réception.

Ideatel, Seditel et Igeho distribuent la télévision locale sur sa zone de couverture. La première sur Anderlues, Binche, Estinnes, La Louvière, Le Roeulx, Manage et Morlanwelz, la deuxième sur Braine-le-Comte, Ecaussinnes et Naast (Soignies), la troisième sur Soignies. Le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique.

L'intégration d'Antenne Centre à la plate-forme de programmes Belgacom TV est effective depuis le 8 juin 2007.

## **MISSION**

(art. 64 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Les télévisions locales ont pour mission de service public la production et la réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente. Elles s'engagent à promouvoir la participation active de la population de la zone de couverture. Cette mission s'exerce dans leur zone de couverture. (...)*

(art. 67 §§1 et 2 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*En arrêtant son offre de programmes, la télévision locale veille à ce que la qualité et la diversité des programmes offerts permettent de rassembler des publics les plus larges possibles, d'être un facteur de cohésion sociale, tout en répondant aux attentes des minorités socioculturelles, et permettent de refléter les différents courants d'idées de la société, en excluant les courants d'idées non démocratiques, sans discrimination, notamment culturelle, ethnique, sexuelle, idéologique ou religieuse et sans ségrégation sociale.*

*Ces programmes tendent à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques de la société, à contribuer au renforcement des valeurs sociales, notamment par une éthique basée sur le respect de l'être humain et du citoyen, et à favoriser l'intégration et l'accueil des populations étrangères ou d'origine étrangère vivant dans la région de langue française et dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.*



*La télévision locale veille à la valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et des spécificités locales.*

**Production et réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente**

De manière générale, l'éditeur précise, concernant le respect de ses missions, qu'« Antenne Centre développe dans ses programmes une communication spécifique de proximité dont la finalité tend à favoriser le développement de la démocratie et de la citoyenneté. Ses émissions d'information rendent compte des événements qui marquent la vie de la communauté en proposant aux téléspectateurs certaines clés d'analyse qui leur permettent de se situer dans leur environnement (cadre de vie, milieu professionnel, contexte socioculturel, loisirs...) ». Il indique que « la télévision locale est aussi particulièrement attentive à favoriser l'expression et la participation des acteurs de la vie associative et culturelle en assurant la valorisation des initiatives qu'ils mettent en œuvre et en leur offrant un espace de dialogue ».

Selon l'éditeur, le temps de diffusion accordé aux missions se répartit comme suit :

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 <sup>ère</sup> diffusion	14.440'	80	1.800'	10	4.500'	25	13.500'	75
rediffusion	173.280'	80	21.600'	10	54.000'	25	162.000'	75
Total des diffusions	187.720'		23.400'		58.500'		175.500'	

Il précise que ces données sont « purement estimatives », même si « elles traduisent néanmoins une représentation globale relativement fidèle des proportions accordées à chaque mission ».

En matière d'information, l'éditeur propose « Le Journal », un journal télévisé quotidien de 20 minutes, diffusé du lundi au samedi, « Le Journal de la semaine », une séquence rétrospective de l'actualité hebdomadaire, ainsi que différents magazines thématiques : « Info Magazine », un magazine d'information générale qui présente un invité, un débat ou un reportage ; « Carte blanche », une séquence sur les coulisses des clubs de football régional ; « Chrono-Foot » et « Chrono-sports », deux hebdomadaires consacrés aux résumés et comptes rendus footballistiques et d'autres compétitions sportives de la région. L'éditeur classe également, pour 50% de son contenu, le magazine culturel « Label culture » parmi les programmes d'information.

A ces productions propres s'ajoutent les coproductions « Dialogue Hainaut », un magazine d'information provincial produit en collaboration avec la province du Hainaut et les télévisions locales hennuyères ; « Le Journal des régions », sélection de reportages réalisés par les autres télévisions locales de la Communauté française et



« Hainaut, un nouveau regard », une illustration des projets Phasing Out en Hainaut (avec No Télé, Télésambre et Télé Mons-Borinage).

Au registre éducation permanente, l'éditeur range pour 50% de son contenu « La bonne adresse », une présentation de producteurs et de produits locaux, pour 25%, « Label culture » et, pour 20% des sujets traités, « Info magazine » et « Le Journal ». « Le geste du mois », une émission de jardinage produite par Canal Zoom et « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par les 12 télévisions locales, figurent également dans les émissions qui remplissent la mission d'éducation permanente.

Pour l'éditeur, la mission d'éducation permanente se rencontre dans de nombreuses autres émissions : « (...) Une part importante des programmes d'Antenne Centre se situe dans une perspective d'éducation permanente, cette dernière traversant quelque 75% de la programmation totale ».

En matière de développement culturel, l'éditeur propose, « en marge de ses éditions quotidiennes d'information générale », « La mémoire des rues », un jeu de 30 minutes basé sur la découverte des rues et quartiers, « Memento », un agenda hebdomadaire de la vie associative et « Arrêt sur images », le rendez-vous mensuel de la vidéo et du cinéma amateurs. « Label Culture » et « Le Journal » contribuent respectivement à hauteur de 25 et 20% de leur contenu au registre culture. « Ricto Verso », l'émission humoristique produite par MATélé, entre également à 50% dans la rubrique.

A la rubrique animation, l'éditeur reprend les émissions « Kabaret Rock », un magazine musical, et « 7 en salle », l'agenda cinématographique, ainsi que, pour partie, « La bonne adresse » et « La mémoire des rues ». Il y joint des émissions produites ou coproduites par d'autres télévisions locales : « Table et terroir », une émission culinaire produite par TV Lux, « Ricto Verso », une émission humoristique produite par MATélé et « Les Amuse-gueules », une émission coproduite par Télésambre et la société Dubuisson.

Plusieurs programmes spéciaux souvent coproduits par les TVL complètent cette offre de programmes : la finale du jeu « La mémoire des rues » (produite en propre), les matches de basket-ball (Télésambre, No Télé, RTC Télé Liège, RTBF), le « Doudou » (Télé Mons-Borinage), « Le Festival du rire de Rochefort » (coproduction des 12 TVL), le « Le mérite sportif » de la Communauté française (coproduction des 12 TVL), le « Trophée de la robotique » (une coproduction des TVL), la captation de la séance du conseil provincial du Hainaut (Antenne Centre, Télé MB, Télésambre, No Télé), l'« American Style Music Festival » de Cerexhe (RTC Télé Liège) et le concert classique « Hommage Beethoven » (RTC Télé Liège).

Sur base du classement et de la liste des programmes proposés par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2006 par Antenne Centre se répartissent comme suit :



Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2006

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	10	5	1	10
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) <sup>1</sup>	7	4	0	7

Parts de l'information, de l'animation, du développement culturel et de l'éducation permanente produites en propre ou coproduites dans la 1<sup>ère</sup> diffusion des quatre semaines d'échantillon

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	8,63%	9,86%	0,00%	9,59%
Développement culturel	12,39%	10,10%	4,15%	7,05%
Education permanente	0,41%	0,48%	0,30%	0,28%
Information	46,62%	62,35%	75,50%	32,47%

La mission d'éducation permanente passe à l'arrière-plan. Toutefois, tant la qualification variable des programmes que la réalisation transversale des missions nuancent cette observation.

**Participation active de la population de la zone de couverture**

L'éditeur favorise la participation de la population de sa zone de couverture au travers de plusieurs émissions. Ainsi, « La mémoire des rues », un jeu relatif à l'histoire régionale, confronte chaque semaine les connaissances de deux candidats qui sont amenés à solliciter par téléphone et en direct l'aide active de téléspectateurs. En 2006, le concept s'est ouvert aux enfants, avec la mise sur pied d'une émission spéciale visant à les sensibiliser à la connaissance de leur région. Par ailleurs, la finale du jeu a donné l'occasion d'inviter quelque 300 personnes sur un site touristique local. De son côté, « La bonne adresse » valorise les petits producteurs locaux œuvrant dans le domaine de l'agro-alimentaire. « Kabaret rock » s'ouvre aux groupes musicaux régionaux. « Les clips réalisés sont mis à la disposition des groupes afin de les aider à assurer leur promotion ».

L'éditeur relève aussi que des représentants d'associations locales sont régulièrement invités dans le JT « pour présenter une activité ou exprimer une revendication ».

**Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales**

Outre la mise en avant d'émissions comme « Label Culture » ou « Infos magazine » qui, selon lui, en plus du JT, permettent une expression large de la diversité culturelle,

<sup>1</sup> Ces émissions sont celles qui ont été prioritairement attachées à la catégorie par l'éditeur. On notera qu'elles relèvent parfois subsidiairement d'une autre catégorie.



L'éditeur indique que « afin de clarifier les enjeux démocratiques, pas moins de 10 débats de 55 minutes ont été mis sur pied en septembre dans le cadre des élections communales et provinciales 2006. Un direct de quatre heures trente a été consacré aux résultats et analyses du scrutin ». Il souligne que d'autres émissions ponctuelles ont également contribué à sensibiliser aux enjeux démocratiques et valeurs sociales : « Portraits croisés d'un bourgmestre, d'un échevin et d'un président de CPAS », « Une mutuelle des soins de santé au Sénégal », « Le projet des greniers alimentaires au Burkina Faso », « Les camps Valentine Devos », « Le plan de prévention proximité à Morlanwelz participe à la création d'une comédie musicale »...

### **Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales**

Selon l'éditeur, « un certain nombre de reportages diffusés dans le journal quotidien concourent directement ou indirectement à la valorisation du patrimoine de la Communauté française ». Il précise à ce propos que « l'attention particulière accordée à la promotion des manifestations mises sur pied par le Musée de Mariemont, le Château de Seneffe, ou les Centres culturels de la zone témoignent de cette démarche qui s'exprime également au travers de la mise en valeur des spécificités locales ». A l'appui, il cite les dossiers hebdomadaires développés dans le jeu d'histoire régionale « La mémoire de rues », consacrés à la découverte du patrimoine local et régional : « La faïencerie Royal Boch », « Les chapelles à répit dans le Centre », « Max Elskamp dans le Centre », « La ferme de Bonne Espérance », « Le petit patrimoine à Anderlues », « Le carmel de Soignies »...

Enfin, il indique que des émissions comme « Label Culture » ou « Le mérite sportif de la Communauté française » « contribuent à promouvoir les personnalités artistiques ou sportives de la Communauté ».

Pour ce qui concerne la mise en valeur des spécificités locales, l'éditeur retient encore que ses éditions quotidiennes d'information ont consacré plus de quatre cents reportages à des initiatives originales relevant du secteur associatif et culturel de la région.

Il estime la répartition du temps de première diffusion annuel accordé à la valorisation du patrimoine de la Communauté française à 54 heures minimum (soit 18% des programmes en 1<sup>ère</sup> diffusion) et celui accordé à la valorisation des spécificités locales à 84 heures (soit 28% des programmes en première diffusion).



## **PROGRAMMATION**

(art. 66 §1<sup>er</sup> 6° et art. 66 §1<sup>er</sup> in fine du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)  
*Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer dans sa programmation, par année civile, une production propre d'au moins la moitié du temps de diffusion de l'ensemble des programmes à l'exclusion des rediffusions. (...)*  
*Pour l'application du point 6°, une coproduction assurée par une télévision locale est assimilée à de la production propre au prorata du budget réellement engagé par celle-ci. Les échanges de productions propres entre télévisions locales sont assimilés à des productions propres.*

(art. 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)  
§ 1<sup>er</sup>. *Le temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat est fixé par le Gouvernement.*  
*Pour la publicité, ce temps de transmission ne peut dépasser 15 p.c. du temps de transmission quotidien.*  
*Toutefois, ce temps de transmission peut être porté à 20 p.c. s'il comprend le télé-achat, à condition que le volume des spots publicitaires ne dépasse pas 15 p.c.*  
§ 2. *Le temps de transmission maximum des écrans de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge est fixé par le Gouvernement.*  
*Il ne peut dépasser 20 p.c. de cette période.*

## **Grille de programmes**

Selon l'éditeur<sup>2</sup>, la durée annuelle des programmes en première diffusion s'élève à 411 heures 29 minutes, pour une moyenne quotidienne d'environ 1 heure 7 minutes 38 secondes.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte en fait à 411 heures 14 minutes 54 secondes, hors publicité. En prenant en compte la publicité, cette première diffusion s'élève à 458 heures 42 minutes 54 secondes.

L'analyse de la liste de programmes des quatre semaines d'échantillon, réalisée sur base des indications de production et de diffusion fournies par l'éditeur, donne une première diffusion quotidienne moyenne de 1 heure 10 minutes 42 secondes.

La production propre et assimilée de ces échantillons<sup>3</sup> s'élève à 68,05% la première semaine, 82,79% la deuxième, 79,94% la troisième et 49,08% la quatrième.

## **Production propre**

En 2006, l'éditeur a produit, en propre<sup>4</sup> :

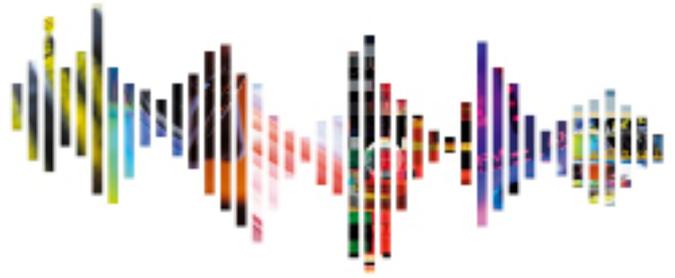
- 278 éditions du « Journal » quotidien du lundi au samedi ;

---

<sup>2</sup> La déclaration de l'éditeur se base sur la durée théorique des émissions.

<sup>3</sup> Seuls les échanges de production propre au sens strict du terme (100% et contrat d'échange) sont assimilés. La valorisation d'une coproduction en production propre ne peut se faire que si la TV a valorisé de façon précise son intervention dans le coût total.

<sup>4</sup> Seules les émissions régulières sont reprises.



- 40 séquences du « Journal de la semaine » ;
- 40 numéros de « Chrono sports », un hebdomadaire sportif ;
- 40 éditions de « Chrono foot », hebdomadaire footballistique ;
- 23 « Carte blanche », une séquence consacrée aux coulisses de clubs sportifs régionaux ;
- 40 éditions de deux versions de « Memento », une séquence hebdomadaire reprenant d'une part les différentes activités culturelles de la semaine, d'autre part celles du week-end ;
- 40 numéros de « Label culture », un hebdomadaire culturel ;
- 5 « Kabaret », une émission musicale bimestrielle ;
- 50 numéros de « Info magazine », le magazine hebdomadaire de l'information ;
- 34 émissions « La bonne adresse », qui met en avant les produits du terroir ;
- 36 éditions, dont 2 « spéciales », de « La mémoire des rues », un jeu sur l'histoire de la région ;
- 5 séquences estivales de ce même jeu ;
- 7 « Arrêt sur images », une émission pour cinéastes et vidéastes amateurs ;
- 31 séquences « 7 en salle », l'actualité cinématographique de la région ;
- 44 « Jeu de l'été » ;
- 5 émissions spéciales consacrées au « Spring blues Festival » ;
- 10 débats et un direct organisés dans le cadre des élections communales et provinciales.

L'éditeur déclare une production propre pour l'année 2006 de 252 heures 7 minutes, soit 61,27% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 247 heures 56 minutes soit 60,29% de la première diffusion vérifiée par le CSA, hors publicité. Cette production propre prend en compte l'autopromotion identifiée en première diffusion par l'éditeur. Hors celle-ci, la production propre atteint 241 heures 25 minutes (58,70% de la première diffusion).

### **Coproduction**

En 2006, l'éditeur a coproduit<sup>5</sup> :

- 20 numéros du « Journal des régions » valorisé à hauteur de 50% ;
- 21 éditions de « Hainaut, un nouveau regard » coproduit avec les autres télévisions du Hainaut ;
- 40 numéros de « Dialogue Hainaut », coproduits également avec les télévisions locales du Hainaut ;
- 32 numéros de « Profils » auxquels elle a également fourni à chaque fois des séquences locales ;

---

<sup>5</sup> Seules les émissions régulières sont reprises.



L'éditeur identifie une participation dans les coproductions équivalente à 5 heures 35 minutes 40 secondes, soit 1,36% des premières diffusions.

Le CSA, après contrôle, estime la part de Antenne Centre dans la coproduction à 9 heures 46 minutes 02 secondes, soit 2,37% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Les émissions de « commande » comme « Dialogue Hainaut », qui est présentée dans le générique et en visuel comme une production du service de relations publiques de la Province de Hainaut et dont la convention passée avec l'une des TVL précise que la responsabilité de la collaboration est confiée à ce même service, ne peuvent être considérées comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

### Echanges de programmes

Au nombre des échanges de programmes, l'éditeur cite « Table et terroir » (TV Lux), « L'âme des châteaux » (TV Lux), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Les amuse-gueule » (Télésambre), « Pierre, papier... » (Télé Mons-Borinage), « Les poissons philosophes » (Télé Mons-Borinage), « 18 au carré » (Télé Mons-Borinage), « La minute citoyenne » (Canal Zoom), « Le geste du mois » (Canal Zoom), « La grande famille » (MATélé), « Ricto verso » (MATélé), « Au fil de l'eau » (RTC Télé Liège)...

Il valorise ces échanges à hauteur de 24 heures 12 minutes, au regard des programmes fournis en échange aux différentes télévisions locales concernées.

Devant la difficulté d'évaluer correctement les équivalences des programmes échangés et constatant l'absence de contrat d'échange, le CSA ne peut valider ces chiffres avec certitude. Il retient donc que l'éditeur souhaite valoriser 21% des programmes qu'il a reçus des autres TVL. Ces échanges représentent 5,93% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Selon l'éditeur, la production propre et assimilée s'élève donc à 281 heures 54 minutes 40 secondes. Elle représente selon lui 68,51% des émissions en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée, hors échanges, à 257 heures 42 minutes 02 secondes, soit 62,66% de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre et assimilée prend en compte l'autopromotion identifiée en première diffusion par l'éditeur. Hors celle-ci, la production propre et assimilée atteint 251 heures 11 minutes 2 secondes (61,08% de la première diffusion).

Avec les échanges retenus par Antenne Centre, la production propre et assimilée avec autopromotion passerait à 281 heures 54 minutes 02 secondes, soit 68,55% de la première diffusion vérifiée par le CSA.



### Programmes mis à disposition

L'éditeur liste les différentes émissions qu'il a mises à disposition des autres TVL dans le courant 2006 : « Spring blues », « Kabaret », « Décrocher la lune », « Projet Sénégal », « Projet Zinder », « Marguerite Bervoets »... ont été ainsi diffusées par Téléambre, TV Lux, MATélé, Télé Mons-Borinage, TV COM, RTC Télé Liège ou Télé Bruxelles.

### Achat et commandes de programmes

Dans le courant 2006, Antenne Centre a acquis les droits de la série « Le Rêve » (API Productions) qu'elle a diffusée à raison d'un épisode par semaine à partir d'août 2006.

### Publicité

L'éditeur estime la durée publicitaire annuelle à 47 heures 28 minutes en première diffusion et à 563 heures 12 minutes rediffusions comprises. La publicité représente ainsi 11,58% de la programmation.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 9,72% et 14,47% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 12,59%) de l'ensemble des programmes diffusés. Au cours de deux semaines au moins, le temps de transmission quotidien consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion a été dépassé.

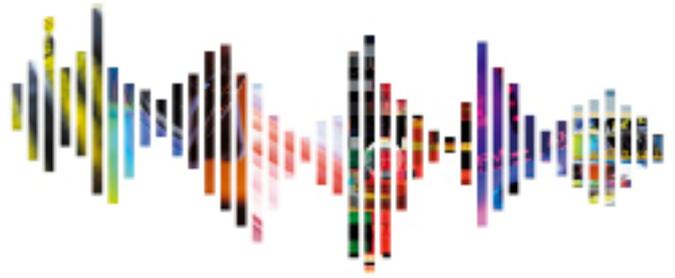
L'éditeur n'est pas en mesure de préciser la durée des publicités insérées dans les directs de basket-ball. Celle-ci est néanmoins communiquée par la Fédération des télévisions locales.

## **CONDITIONS DE MAINTIEN DE L'AUTORISATION**

(art. 66 §1<sup>er</sup> 5°, 7°, 8°, 9°, 10°, 11°, 12° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) :*

- *compter, parmi les membres du personnel un ou des journalistes professionnels ou une ou des personnes travaillant dans des conditions qui permettent de le devenir conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel ; (...)*
- *reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ;*
- *être responsable de sa programmation et assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un esprit d'objectivité, sans censure préalable ou quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée ;*



- *assurer dans le traitement de l'information un équilibre entre les diverses tendances idéologiques respectant les principes démocratiques, présentes dans la zone de couverture ;*
- *assurer, dans sa programmation, son indépendance par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et intercommunales, aux distributeurs de services de radiodiffusion, aux partis politiques, aux organisations représentatives des employeurs ou de travailleurs et aux mouvements philosophiques ou religieux ;*
- *Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes ;*
- *Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) avoir mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins.*

### **Journalistes professionnels**

L'éditeur fournit le nom et le numéro de carte de presse de 18 journalistes professionnels, dont un réalisateur et un cadreur, et de 2 journalistes stagiaires. 5 journalistes agréés occupent des fonctions de direction (direction, édition, coordination technique, coordination des programmes, chargé de production et de gestion de projets).

La rédaction se compose de 7 journalistes « info » et de 6 journalistes de « secteurs spécifiques » (culture, phasing out, emploi, magazine, sport, vidéo).

L'éditeur déclare recourir à la pige dans le cadre de prestations liées à l'imprévu (actualité urgente) ou pour renforcer son équipe pour des soirées et durant les périodes de récupération du personnel permanent. Il souligne : « *L'ensemble de ces prestations représente environ l'équivalent de 6 emplois temps plein* ».

### **Société interne de journalistes**

La société interne de journalistes a été constituée le 7 mai 2004 et reconnue par le conseil d'administration le 22 juin 2004. Les journalistes professionnels en sont membre, à l'exception de ceux qui occupent des fonctions de direction (rédacteur en chef, chef d'édition...).

En 2006, cette société a été consultée sur un certain nombre de points relevant de la désignation du futur rédacteur en chef de la télévision (échancier, procédure, définition de profil...). L'éditeur souligne à ce propos que « *le conseil d'administration s'est prononcé sur le principe d'un appel à candidatures interne et externe* ». Cet appel a été lancé le 11 mai 2007 et s'est clôturé le 10 juin 2007. La procédure de sélection a débouché sur un engagement. L'entrée en fonction du nouveau rédacteur en chef était prévue pour début septembre 2007.



### **Règlement d'ordre intérieur**

Antenne Centre dispose d'un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information selon les principes généraux inspirant la déclaration des devoirs et droits des journalistes, adopté le 22 décembre 1987.

### **Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information**

L'éditeur déclare, comme l'an dernier, que *« dans le respect des missions telles que définies par le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le rédacteur en chef assume la maîtrise éditoriale de l'information en collaboration avec les secrétaires de rédaction, ces derniers assurant au quotidien le choix et la répartition des reportages, en concertation avec les journalistes de la rédaction »*. Il ajoute que *« bien que veillant à la bonne application du décret et au respect des orientations générales de la programmation découlant des missions décrétales (...), le conseil d'administration de la télévision n'intervient pas dans la gestion courante et l'organisation des programmes d'information, mais son avis peut être sollicité quant au contenu des créneaux généraux de programmation »*.

L'éditeur rappelle que *« pour ce qui relève de la maîtrise éditoriale, la rédaction doit se conformer aux articles 10 à 15 du ROI tel qu'adopté par la télévision »*. Ainsi, l'article 10 de ce règlement d'ordre intérieur est consacré à la couverture de la responsabilité du journaliste qui a l'accord de son chef hiérarchique et l'article 15 énonce qu'*« en matière de coproduction, de sponsoring, en ce qui concerne les émissions dont un apport financier est amené par une personne, une société ou une institution extérieure à la TVCL, l'émission est considérée comme étant de l'information si, et seulement si, le journaliste et le rédacteur en chef gardent le libre choix du commentaire et, au sens large, leur liberté journalistique »*.

L'éditeur ajoute encore sur ce point relatif à la responsabilité éditoriale que *« si aucun problème particulier ne s'est posé en 2006 sur cette question, les instances d'Antenne Centre examinent les modalités de la distinction des fonctions de directeur et de rédacteur en chef telle que recommandée par le CSA »*. La procédure de recrutement a conduit à l'engagement d'un nouveau rédacteur un chef dont l'entrée en fonction était prévue pour début septembre 2007.

L'éditeur fait état d'une plainte déposée par un parti le 22 mai 2006 mettant en doute le respect du pluralisme démocratique et de l'objectivité dans le traitement de l'information par Antenne Centre et classée sans suite par le CSA suite aux indications transmises par la télévision.

### **Equilibre entre les diverses tendances idéologiques**

Le règlement d'ordre intérieur recommande en son article 5 la représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion. Un équilibre qui *« ne doit pas nécessairement s'établir à l'intérieur de chaque émission, mais (...) doit ressortir soit d'une série d'émissions, soit de l'ensemble de l'information au cours d'un*



*certain laps de temps* ». Le ROI garantit le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.

L'éditeur souligne encore à ce propos que *« le rédacteur en chef épaulé par ses responsables d'édition veille à la bonne application de ces mesures. Ne pouvant garantir une répartition mathématique et strictement égalitaire des différentes interventions qui ne tiendrait pas compte des impératifs de traitement dicté par l'actualité, la rédaction assure dans un souci de pluralisme et d'équilibre des tendances la gestion des demandes émanant de familles politiques démocratiques (communiqués, conférences de presse...) visant à exprimer une opinion sur une thématique d'actualité. La confrontation des points de vue, lorsqu'elle est possible, sera généralement privilégiée dans le traitement de l'information »*.

Il ne signale aucun problème qui aurait pu se poser en la matière au cours de l'exercice.

#### **Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques**

L'éditeur note qu'aucun dispositif particulier n'a été instauré pour garantir son indépendance qui *« existe de facto »*. Il précise toutefois que *« toute convention conclue avec une autorité communale (dans le cadre d'une subvention par exemple) implique le respect par cette dernière du décret régissant les TVL, des statuts de la TVL ainsi que du ROI, relatif à la déontologie journalistique »*.

L'éditeur ne signale aucun problème qui aurait pu se poser en cette matière lors de l'exercice 2006.

#### **Ecoute des téléspectateurs**

Le règlement d'ordre intérieur d'Antenne Centre rappelle la loi du 23 juin 1961 relative au droit de réponse, complétée par la loi du 4 mars 1977. L'éditeur indique qu'*« afin de prévenir toute situation nécessitant le recours à cette procédure légale, une permanence téléphonique est assurée afin de recueillir toute réaction éventuelle à un reportage diffusé. Le cas échéant, et si la demande est justifiée (après examen avec le journaliste ou la rédaction), un rectificatif ou un complément d'information seront apportés spontanément »*.

L'éditeur indique qu'en 2006 une plainte a été formulée par une liste candidate aux élections communales qui estimait que le pluralisme démocratique et l'équilibre des tendances n'étaient pas respectés à Antenne Centre. Il rappelle que *« ce dossier a été instruit par le CSA et classé sans suite en fonction des éléments apportés par la télévision »*.

#### **Droits d'auteur**

L'éditeur fournit des pièces qui attestent du respect de l'obligation.



## **SERVICES**

(art. 68 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

§1<sup>er</sup> Pour autant qu'elles limitent la réception de leurs programmes au territoire belge, les télévisions locales peuvent mettre en œuvre un programme de vidéotexte dont le temps de diffusion est exclu du calcul du temps de transmission quotidien consacré à la publicité, tel que visé à l'article 20.

A la seule fin du présent article, il faut entendre par programme de vidéotexte, un programme d'images fixes inséré dans le service de la télévision locale. Le vidéotexte se distingue du télétexte en ce qu'il est accessible immédiatement au public sans intervention de sa part.

§ 2. Le Gouvernement arrête le temps de transmission quotidien consacré à la publicité dans tout programme de vidéotexte mis en œuvre par une télévision locale.

(arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004, art. 1)

Le temps de transmission consacré à la publicité dans les programmes de vidéotexte mis en œuvre par une télévision locale ne peut être supérieur à 13 heures par jour.

## **Vidéotexte**

Antenne Centre diffuse un programme de vidéotexte d'une durée estimée à 66 heures semaine, soit une moyenne de 9 heures 25 minutes par jour. Ce vidéotexte se compose de publicités commerciales, de l'agenda et des annonces communales, des annonces de la Croix-rouge de Belgique, des programmes cinéma, des offres d'emploi du Forem, des annonces immobilières et des petites annonces. La bande sonore est tantôt indépendante des images (canal musical), tantôt en rapport avec le contenu diffusé essentiellement pour la publicité commerciale. Chaque page reste à l'antenne pendant 15 secondes, 20 secondes pour la publicité commerciale. Un cycle de diffusion comporte plus ou moins 160 pages pour une moyenne de 52 minutes d'antenne rediffusées en boucle. L'éditeur déclare que la publicité commerciale représente 5 heures 16 minutes par semaine (hors jingles), soit environ 8% du temps d'antenne global affecté au vidéotexte.

## **Télétexte**

Antenne Centre dispose d'un système télétexte opérationnel. Plusieurs rubriques sont disponibles : programmes de la chaîne, infos services, partenariats, agenda des activités régionales, infos communales, répertoires, divers. Quelques publicités commerciales y sont également diffusées.

## **Internet**

Le site internet d'Antenne Centre ([www.antenne-centre.be](http://www.antenne-centre.be)) propose des informations sur la chaîne (programmes, historique, contacts, membres et administrateurs, comptes annuels, description du service publicité, vente de dvd...), le JT en ligne ainsi que des modules dynamiques (Actu à la une et Nos infos). Le site qui ne contient aucune publicité bénéficie d'une moyenne de visites journalières de 450 consultations.



## **COLLABORATIONS**

(art. 69 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Les télévisions locales veillent à développer entre elles, avec la RTBF et ses centres régionaux des synergies notamment en matière :*

- 1° *d'échanges d'images, de reportages et de programmes, dans le respect des règles professionnelles et déontologiques des professions concernées ;*
- 2° *de coproduction de magazines ;*
- 3° *de diffusion de programmes ;*
- 4° *de prestations techniques et de services ;*
- 5° *de participation à des manifestations régionales ;*
- 6° *de prospection et diffusion publicitaires.*

*Dans son rapport d'activités annuel, la télévision locale est tenue d'indiquer de façon exhaustive, le résultat des collaborations nouées avec la RTBF et ses centres régionaux.*

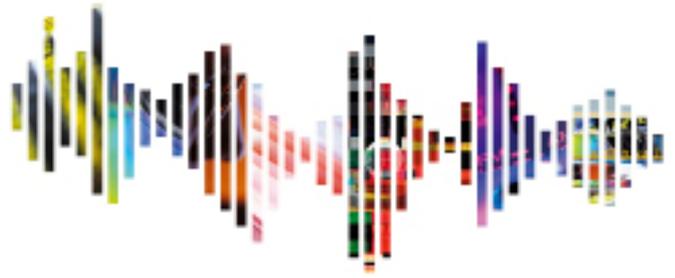
## **TVL**

En matière d'échange d'images, de reportages et de programmes, Antenne Centre relève, outre les échanges « habituels » de programmes (« Le geste du mois », « Table et terroirs »...), les échanges de reportages entre télévisions locales d'une même province « dans le but d'optimiser la couverture de l'actualité ou simplement d'éviter des « doublons » », notamment dans la couverture des conférences de presse. Il souligne : « Une dynamique d'échanges de reportages sportifs s'est également affirmée afin d'éviter que deux équipes de reportages ne soient amenées à couvrir la même rencontre ». Le « Journal des régions » donne également l'occasion de développer des synergies régulières entre TVL.

Antenne Centre retient encore que les télévisions locales développent des coproductions autour de « grands » événements menés en partenariat avec la Fédération (« Mérite sportif de la Communauté Française », « Festival de Rochefort ») ou de magazines « réseau » tels que « Profils », et des collaborations plus ponctuelles sur des émissions bénéficiant d'un cofinancement spécifique, notamment « Hainaut, un nouveau regard », coproduite par les télévisions du Hainaut.

## **RTBF**

L'éditeur déclare coopérer avec la RTBF sur les points relatifs à l'échange d'images liées à l'actualité culturelle pour les magazines « Javas » (RTBF) et « Label culture » (Antenne Centre) et occasionnellement à l'information générale : à titre d'exemple, il cite des images relatives aux incidents louviérois entre supporters et usagers du Tec lors de la Coupe du monde de football, des extraits relatifs au portrait et à la tournée du chanteur Saule... D'autres coopérations ont tenu à la coproduction de magazines comme « Les Niouzz » (une dizaine de séquences en 2006) ou à la participation toutes les trois semaines sur Vivacité à une émission-débat sur un thème d'actualité ; à la diffusion du basket-ball du samedi soir ; à la prospection et la diffusion publicitaires dans le cadre d'un échange promotionnel avec Vivacité.



Dans le cadre des élections communales, Antenne Centre a également mis à disposition des équipes de la RTBF un local technique et un lieu de rencontre avec les invités politiques participant à l'émission spéciale le soir des élections. En contrepartie, la RTBF aurait dû relayer en radio le direct de la chaîne locale, ce qui n'a pu être fait pour des raisons techniques liées à la configuration des émetteurs radio.

### Autres médias

Au nombre des collaborations avec les autres médias, l'éditeur cite l'organisation en partenariat avec La Nouvelle Gazette (Sudpresse) du concours grand public destiné à promouvoir les hommes et les femmes de l'année dans la région. Ce type de partenariat a été jugé positif par les deux parties. L'opération a été renouvelée en 2007.

### Associations

L'éditeur met en avant le partenariat global entretenu avec le Centre Culturel régional du Centre afin d'en promouvoir les activités en contrepartie de la mention du logo de la télévision locale sur l'ensemble de ses supports. Il cite également le nom de quelque 13 associations qui ont fait l'objet d'un accord de partenariat promotionnel (réalisation gratuite de spot, vidéotexte, promotion des activités).

### **ORGANISATION**

(art. 70 §1<sup>er</sup> du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Le conseil d'administration de la télévision locale doit être composé pour moitié au moins de représentants du secteur associatif et du secteur culturel.*

*Il ne peut être composé, pour plus de la moitié de ses membres, de personnes visées à l'article 1<sup>er</sup> du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.*

Le conseil d'administration n'a pas connu de modifications en 2006.



## AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Antenne Centre a respecté ses obligations pour l'exercice 2006 en matière de contenu des programmes, de production propre, de participation active de la population de la zone de couverture, d'enjeux démocratiques et de renforcement des valeurs sociales, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et des spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de traitement de l'information, de droits d'auteur, de synergies avec les TVL et la RTBF.

Le Collège note que, suite aux recommandations qu'il lui avait adressées à l'issue des précédents contrôles, Antenne Centre a finalisé en 2007 la distinction entre les fonctions de directeur et de rédacteur en chef.

Comme l'an dernier, le Collège rappelle à l'éditeur qu'il est responsable de l'ensemble des programmes qu'il diffuse, en ce compris les programmes mis à sa disposition par le réseau des télévisions locales. Il ne peut en conséquence prétendre ignorer la teneur et la durée de ces programmes. La conservation intégrale du flux des programmes et des conduites quotidiennes durant trois mois à dater de leur diffusion, conformément à l'article 36 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, s'avère dans ce cas d'espèce indispensable.

Au cours de deux semaines au moins, Antenne Centre a dépassé le temps de transmission quotidien consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. En conséquence, le Collège transmet copie de cet avis au secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux fins d'instruction, conformément à l'article 158 § 1<sup>er</sup> du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Fait à Bruxelles, le 12 septembre 2007.