



Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°30/2007

Contrôle de la réalisation des obligations de TV Com 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 de TV Com 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^{er} 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 TV Com dont le siège social est situé Chaussée de La Croix 7 à 1340 Ottignies.



L'autorisation est entrée en vigueur le 1^{er} 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.

L'éditeur indique qu'un déménagement partiel de TV Com au 10 rue de la Station à 1341 Céroux Mousty a eu lieu en 2006. *« Celui-ci ne concernait cependant que les services administratifs. Le siège d'exploitation et siège social sont toujours situés chaussée de la Croix, 7 à Ottignies. (...) Le siège social devrait être modifié statutairement durant le second semestre 2007. Toutefois, le siège d'exploitation devra encore attendre 2008 et l'équipement du nouveau studio pour voir un quelconque changement ».*

Les statuts de TV Com n'ont pas connu de modification en 2006.

La zone de couverture est composée des communes suivantes : Beauvechain, Braine-l'Alleud, Braine-le-Château, Chaumont-Gistoux, Court-Saint-Etienne, Genappe, Grez-Doiceau, Hélécinne, Incourt, Ittre, Jodoigne, La Hulpe, Lasne, Mont-Saint-Guibert, Nivelles, Orp-Jauche, Ottignies-Louvain-la-Neuve, Ramillies, Rebecq, Rixensart, Tubize, Waterloo, Wavre et, à Walhain, l'ancienne commune de Nil-Saint-Vincent. La commune de Villers-la-Ville complète désormais la zone de couverture. L'éditeur indique à son propos que la diffusion expérimentale qui y avait cours *« est devenue officielle à partir du mois de mai 2006 ».*

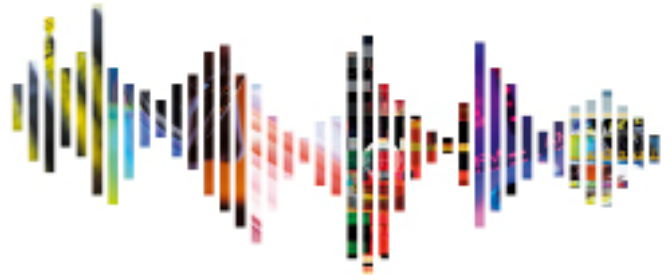
Cette zone correspond à la zone de réception.

Séditel distribue la télévision locale sur les communes de Nivelles, Genappe, Court-Saint-Etienne, Mont-Saint-Guibert, Ramillies, Orp-Jauche, Hélécinne, Jodoigne, Chaumont-Gistoux, Grez-Doiceau, Rixensart, Lasne, Waterloo, Ottignies-Louvain-la-Neuve, La Hulpe, Braine-l'Alleud, Braine-le-Château, Tubize, Rebecq, Ittre et Walhain. Brutélé opère sur les communes de Wavre, Beauvechain, Incourt et Villers-la-Ville. Le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique.

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.

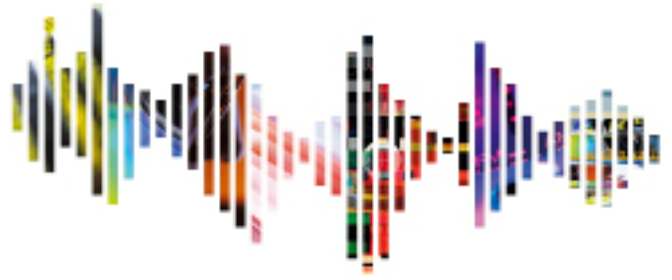
Production et réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente

L'éditeur indique d'emblée à propos de ces différentes missions que « *TV Com propose des émissions – journaux télévisés et magazines – qui relèvent toujours essentiellement de l'information. TV Com a vocation d'être un média régional journalistique performant dans sa zone de couverture* ». Il souligne encore que son objectif est de proposer au plus grand nombre « *une information régionale de proximité, mais surtout de qualité professionnelle* ».

Ainsi, les programmes d'information d'actualité générale à caractère local rendent compte de la vie politique, culturelle, économique, sociale et sportive de la zone de couverture. L'éditeur estime, par exemple, que les débats et le direct qu'il a organisés dans le cadre de la campagne électorale démontrent la volonté de la télévision de répondre à sa mission de service public : « *Ces différentes émissions ont permis à la population du Brabant wallon de mieux appréhender les enjeux démocratiques des élections communales et provinciales* ».

En information, l'éditeur produit et diffuse un journal télévisé quotidien intitulé « *Espace Région* », ainsi que sa version estivale, « *L'info, l'été* », un magazine hebdomadaire d'information sportive, « *Gradins* », un talk show hebdomadaire d'information, « *7 en BW* », ainsi qu'un bulletin météo, « *Météo BW* ». Trois émissions spéciales dont deux étaient consacrées aux élections et une à la 100^{ème} de « *7 en BW* » complètent l'offre d'information en production propre à laquelle l'éditeur ajoute encore « *Le mérite sportif de la Communauté française* », coproduit par l'ensemble des télévisions locales.

Au registre « *éducation permanente* », l'éditeur classe « *La Minute citoyenne* », une série de clips d'information sur le fonctionnement des institutions, 27 débats consacrés aux élections communales et provinciales, ainsi que « *Profils* », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par l'ensemble des télévisions locales.



En culture, l'éditeur diffuse un agenda culturel régional, « L'agenda », une émission de courts métrages documentaires réalisée en collaboration avec Vidéowall, « Pour faire court », ainsi qu'une série de portraits de différents musiciens, « Les cahiers de notes ».

« Débranché », une émission d'information culturelle pour jeunes, est reprise en catégorie animation. Tout comme les spéciales coproduites par le réseau des télévisions locales, « Le trophée de la robotique » et « Le Festival du rire de Rochefort ».

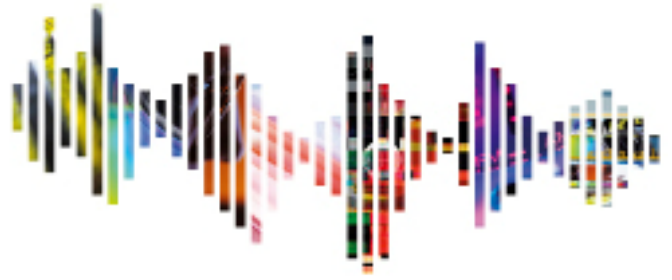
Plusieurs émissions régulières ou ponctuelles produites par les autres TVL complètent la grille de programmes de l'éditeur : « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Table et terroir » (TV Lux), « Les poissons philosophes » (Télé MB), « Delta 60 » (Antenne Centre), « Spring blues Festival » (Antenne Centre), « Le grand déballage » (MATélé), « Best of du Festival de Rochefort » (MATélé), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Championnats de tennis de table à Estaimpuis » (No Télé), « Festival du film de l'eau » (Télèvesdre), « American Style Music Festival » (RTC Télé Liège), « Les Olives noires » (RTC Télé Liège), « Made in Ikea » (Canal C), « Festival Esperanzah » (Canal C)... Ainsi que les diffusions des matches de basket-ball assurés par Télésambre, RTC Télé Liège, No Télé et la RTBF.

Pour l'éditeur, si certaines émissions rencontrent explicitement les catégories visées par le décret, il n'en va pas de même du JT quotidien (« Espace région »), « lequel fait la part belle à l'information pure, mais traite également de développement culturel ou encore – via le relais des nombreuses activités issues du monde associatif – d'éducation permanente », ou encore de l'hebdomadaire « 7 en BW » « où le rédacteur en chef se livre à l'interview en profondeur d'une personnalité régionale [qui] peut être directement liée au monde culturel, humanitaire, politique, associatif ou économique, etc. ».

Sur base d'une clé de répartition calculée à partir de l'émission « 7 en BW », l'éditeur propose donc d'établir le temps de répartition annuel des différentes missions comme suit :

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 ^{ère} diffusion	7.080'	49	1.900'	13	2.575'	18	2.800'	20
Rediffusion	152.630'	54	31.090'	11	53.700'	19	45.250'	16
Total des diffusions	159.710'	54	32.990'	11	56.275'	19	48.050'	16

Sur base du classement et de la liste des programmes proposés par l'éditeur, les émissions régulières diffusées au cours de l'année 2006 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)	3	5	4	6
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ¹	1	3	2	5

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

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	5,24%	8,18%	5,29%	0,56%
Développement culturel	3,33%	3,49%	0,00%	7,76%
Education permanente	0,51%	0,49%	55,68%	0,00%
Information	47,66%	48,26%	13,53%	18,46%

Les parts de l'information et de l'éducation permanente s'inversent lors de la troisième semaine en raison du classement des émissions de débat en éducation permanente.

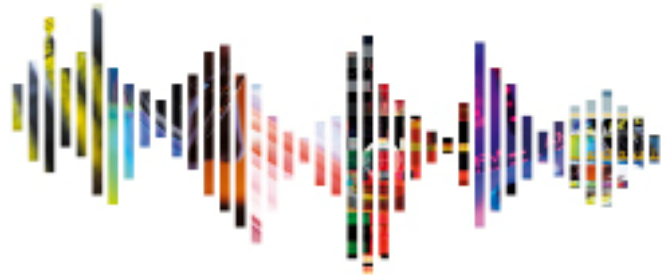
Participation active de la population de la zone de couverture

L'éditeur déclare que « TV Com a toujours désiré faire participer l'ensemble de la population du Brabant wallon à travers ses programmes. La télévision locale a aussi toujours veillé à collaborer avec le plus grand nombre d'institutions et associations installées ou œuvrant dans sa zone de couverture ». A titre d'exemple, il cite pour 2006 les actions initiées avec le Centre culturel du Brabant wallon (CCBW) et d'autres acteurs culturels ou associatifs.

Comme l'an dernier, il souligne que la rédaction tente de répondre aux diverses sollicitations dont elle fait l'objet, mais précise néanmoins que « eu égard aux moyens humains et techniques dont elle dispose, la télévision n'est plus en mesure de répondre à toutes les demandes formulées » et « se doit donc de faire des choix ». Néanmoins, la volonté « de rendre service » demeure, comme en témoigne la place que laisse « L'Agenda » aux manifestations culturelles et associatives de la Province : « Quelle que soit l'importance de l'événement, la rédaction tente toujours de présenter un maximum de manifestations culturelles ».

A contrario, l'éditeur rappelle que « TV Com ne désire aucunement promouvoir une participation active de la population via des appels téléphoniques ou via la diffusion de SMS sur les antennes ».

¹ 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.



Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

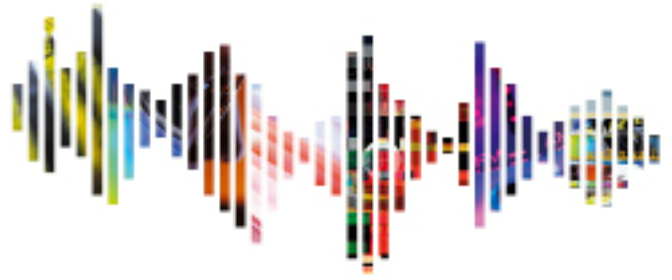
Sur le plan des valeurs sociales, l'éditeur souligne que « *TV Com a toujours veillé, dans sa programmation, à promouvoir et à sensibiliser les téléspectateurs du Brabant wallon au patrimoine culturel, aux différents modes d'expression et de création* ». Il cite à l'appui les émissions « Débranché » ou « L'agenda » qui « *font la part belle à toutes des disciplines artistiques émergentes ou confirmées de sa zone de couverture* », l'émission « Débranché » accordant « *énormément d'importance aux jeunes talents* ». Le JT ou l'hebdomadaire d'information « 7 en BW » accueillent très régulièrement des acteurs de terrain du champ culturel et la télévision « *collabore notamment via des partenariats avec les institutions ou associations culturelles de sa zone de couverture* ».

Sur le plan des enjeux démocratiques, l'éditeur retient les débats qu'il a organisés dans le cadre des élections communales et provinciales. S'y est ajouté « *un travail pédagogique de fond (...) au travers des séquences du JT quotidien, avec présentation des principales listes de la plupart des communes du Brabant wallon, ainsi que nombre d'interviews de candidats au scrutin populaire* ». Ce travail s'est poursuivi après les élections, autour des questions liées à la formation des nouvelles majorités communales.

L'éditeur note toutefois que « *débats et interviews ne se limitent évidemment pas exclusivement au phénomène électoral* ». Il précise ainsi que « *tout au long de la saison, nombre de dossiers concernant directement la participation active de la population à la gestion publique sont relayés* » par TV Com : « *Qu'il s'agisse d'environnement, d'implantation de zoning, de mobilité ou encore de logement, TV Com se fait l'écho dans son journal des différents rapports de force en action dans sa zone de couverture. Ainsi que des projets et initiatives qui parfois – pour importants qu'ils soient – ne resteraient que confidentiels sans une médiatisation responsable* ».

Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

En dehors de certains événements fortement connotés tels les différentes activités liées aux Journées du patrimoine, ou encore les nombreuses manifestations folkloriques locales ou régionales à forte valeur identitaire, comme la Marche Sainte Gertrude à Nivelles, l'éditeur note la difficulté d'identifier précisément ce qui, dans les émissions, relève du patrimoine de la Communauté française et du patrimoine local. Ainsi, démontre-t-il, « *Balades en BW* » parcourt la province en VTT, « *proposant circuits balades et découvertes, s'arrêtant ici à la butte du Lion de Waterloo (patrimoine Communauté française ?), ici à un petit musée local (Musée Pellegrin à Hélécinne), parcourant là un bout de réseau Ravel (spécificité régionale ? locale ? patrimoniale ?)* ». Ainsi, souligne-t-il, « *la couverture des 24 heures vélo de Louvain-la-Neuve tient autant de la performance pure pour les uns que du happening folklorique et identitaire pour les autres. Mais la manifestation est reconnue par tous comme un monument incontournable de l'identité de la cité néo-louvaniste, au même titre qu'un carnaval binchois classé patrimoine culturel sans ambiguïté aucune* ». Etc.



L'éditeur conclut ainsi à l'arbitraire et la subjectivité inévitables d'un tel classement, qu'il propose néanmoins, renvoyant aux échantillons pour en évaluer la pertinence.

Selon lui, la répartition du temps de diffusion accordé à la valorisation du patrimoine s'entend dès lors comme suit :

	Patrimoine CF			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*
1 ^{ère} diffusion	2'	720'		5'	1.800'	
Rediffusion	38'	13.680'		100'	3.6000'	
Total des diffusions	40'	14.400'	4,85	105'	37.800'	12,72

* % exprimé par rapport à la durée annuelle de diffusion des programmes

Les échantillons ne permettent pas d'évaluer de façon plus précise la manière dont cette mission est atteinte, faute de données ad hoc fournies par l'éditeur.

PROGRAMMATION

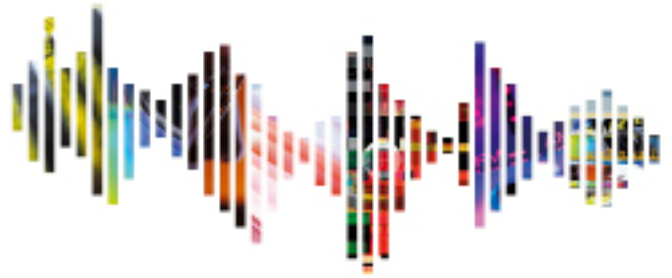
(art. 66 §1^{er} 6° et art. 66 §1^{er} in fine du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)
Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer dans sa programmation, par année civile, une production propre d'au moins la moitié du temps de diffusion 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^{er}. *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'éditeur², la durée des programmes en première diffusion s'élève à 340 heures 40 minutes, soit 56 minutes en moyenne quotidienne.

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



Durée des programmes 2006

	Durée annuelle	Durée quotidienne moyenne
1 ^{ère} diffusion	20.440'	56'
Rediffusion	338.360'	927'
Total des diffusions	358.800'	983'

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte en fait à 303 heures 36 minutes 10 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 1 minute 48 secondes. La production propre et assimilée de ces échantillons³ s'élève à 57,93% la première semaine, 61,34% la deuxième, 74,87% la troisième et 26,92% la quatrième.

Production propre

En 2006, l'éditeur a produit, en propre⁴ :

- 200 éditions de « Espace région », le JT d'information quotidien, du lundi au vendredi ;
- 61 numéros de « L'info, l'été », la déclinaison estivale du JT ;
- 28 émissions « 7 en BW », l'interview hebdomadaire d'une personnalité du Brabant wallon ;
- 45 bulletins « Météo BW », dont la première mise à l'antenne date du 30 octobre 2006 ;
- 40 magazines sportifs « Gradins » ;
- 28 éditions de « L'agenda », hebdomadaire culturel de la région ;
- 38 numéros de « Débranché », un hebdomadaire culturel à destination des jeunes ;
- 7 clips « La minute citoyenne », qui expliquent les mécanismes institutionnels et le fonctionnement de la démocratie parlementaire ;
- 27 débats et deux directs organisés dans le cadre des élections communales et provinciales 2006 ;
- 3 « Cahiers de notes », qui dressent le portrait de différentes personnalités musicales.

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2006 s'élève à 189 heures 8 minutes. Il représente 55,52% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

³ 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.

⁴ Seules les émissions régulières sont reprises.



Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 183 heures 7 minutes 30 secondes, soit 60,32% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Coproduction

En 2006, l'éditeur a coproduit⁵ :

- 30 éditions de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit avec les autres télévisions locales, pour lequel l'éditeur a contribué à hauteur de 9,09% pour la réalisation du tronc commun et a produit en propre 28 séquences d'ancrage régional ;
- 10 éditions de « Pour faire court », une compilation de courts métrages primés lors d'un festival annuel organisé par Vidéowall.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 1 heure 18 minutes.

Le CSA, après contrôle, estime la part de TV Com dans la coproduction à 2 heures 57 minutes 18 secondes, soit 0,97% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Echanges de programmes

Au nombre des échanges de programmes, l'éditeur cite entre autres « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Table et terroir » (TV Lux), « Les poissons philosophes » (Télé MB), « Spring blues Festival » (Antenne Centre), « Best of du Festival de Rochefort » (MATélé), « Vivre en Sambre » (Télesambre), « Festival du film de l'eau » (Télévesdre) et les directs de basket-ball (Télesambre, RTC Télé Liège, No Télé et la RTBF)...

Il valorise ces échanges à hauteur de 17 heures 15 minutes au regard des programmes qu'il a fournis en échange aux différentes télévisions locales concernées. Il propose d'élargir ces échanges à 85 heures 15 minutes en intégrant le basket-ball. Toutefois, il n'identifie pas de contrepartie pour ce dernier, alors qu'il le fait dans les autres cas.

Devant la difficulté d'évaluer précisément 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 17,83% des programmes qu'il a reçus des autres TVL. Ces échanges représentent 5,68% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Selon l'éditeur, la production propre et assimilée s'élève donc à 207 heures 41 minutes. Elle représente selon ses indications 60,96% des émissions en première diffusion.

⁵ Seules les émissions régulières sont reprises.



Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée, hors échanges, à 186 heures 4 minutes 48 secondes, soit 61,29% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Avec les échanges retenus par TV Com, cette production propre et assimilée passerait à 203 heures 18 minutes 48 secondes, soit 66,97% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Programmes mis à disposition

Au nombre des programmes mis à disposition, l'éditeur reprend les programmes qu'il a proposés aux autres TVL : « La minute citoyenne », « Débranché », « Gradins » et « Les cahiers de note ».

Achat et commandes de programmes

L'éditeur déclare en achat les courts métrages muets de Charlie Chaplin dont la diffusion « a fait l'objet d'un échange en espace publicitaire avec la société distributrice sur proposition de Télésambre Charleroi » ainsi que la série de dessins animés pour la jeunesse « Mamemo » qui résulte « d'un accord d'échange avec le producteur Olivier Battesti ».

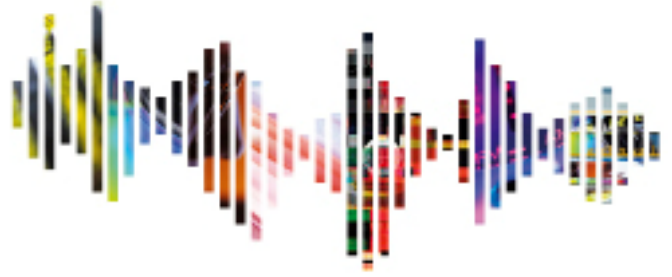
Trois séries d'émissions produites par la Province du Brabant wallon, « Tendances BW », « Coups de cœur » et « Les Enquêtes de Julie », ont également été diffusées par TV Com en 2006. Ces programmes étaient précédés d'un jingle « Espace concédé » et les génériques de début et de fin mentionnaient qu'il s'agissait d'une communication de la Province du Brabant wallon.

Publicité

L'éditeur estime la durée annuelle totale réelle des publicités à 849 heures, ce qui représente 14,2% des programmes en première diffusion.

	Espaces publicitaires	Habillage antenne et autopromotion	Programmes hors publicité	Total antenne	Pourcentage publicité
Total des diffusions	50.940'	10.830'	297.030'	358.800'	14,2%

Il souligne que « les durées relevées relatives aux espaces publicitaires ne font pas le distinguo entre spots commerciaux, spots institutionnels, spots culturels ou même spots humanitaires. On y trouve donc aussi bien de la publicité pour marques nationales (Delhaize, Renault, Tout Faire...), pour commerces locaux (garages, fitness), des partenariats culturels (Théâtre Jean Vilar, Abbaye de Villers-la-Ville, Inc'Rock Festival), des campagnes émanant du gouvernement wallon (libéralisation de l'énergie, primes à la rénovation), de la communication de la Province du Brabant wallon (enseignement provincial, BW en Fête, artisans d'art), des campagnes de sensibilisation citoyenne contre le vote d'extrême droite (concerts 01-10 contre l'exclusion et le



racisme, incitation au vote des jeunes) ». Il en conclut que « s'il fallait faire la distinction entre publicité commerciale et publicité non commerciale, les parts respectives seraient de 9% environ du temps global antenne pour l'une et 5% environ pour l'autre ». Cette distinction n'est toutefois pas prévue par le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 7,89% et 13,85% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 10,49%) de l'ensemble des programmes diffusés. A trois reprises, 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.

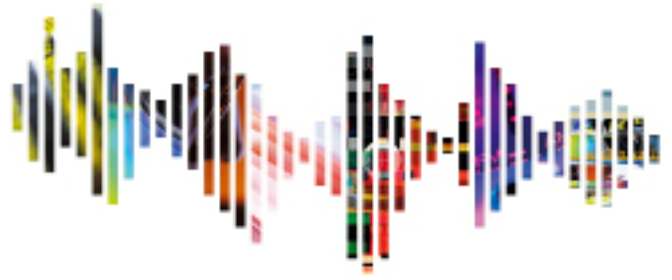
CONDITIONS DE MAINTIEN DE L'AUTORISATION

(art. 66 §1^{er} 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 intercommunaux, 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 compte parmi son personnel 12 journalistes agréés, dont le directeur. Trois d'entre eux sont des cameramen, un quatrième est réalisateur.

La rédaction se compose du rédacteur en chef, de 6 journalistes agréés, de 5 autres journalistes dits « professionnels » (dont deux ont été engagés à la mi-août 2006) ainsi que de deux présentateurs pigistes.

L'éditeur déclare recourir à la pige en cas de remplacement des cameramen malades ou en congé, de renfort sur des prestations extérieures et de prestations spécialisées ou ponctuelles telles le maquillage, l'infographie...

Société interne de journalistes

La Société des journalistes de TV Com a été créée le 11 octobre 2004 et reconnue le 31 janvier 2006. Elle se compose de l'ensemble des journalistes de TV Com – excepté le directeur – ainsi que des techniciens en possession d'une carte professionnelle de journaliste.

L'éditeur indique que les consultations « *formelles et officielles* » de la SDJ ont été inexistantes en 2006. Il souligne toutefois que « *les principales discussions concernant la ligne éditoriale de la chaîne sont régulièrement débattues en réunion de rédaction* », où la majorité des membres de la SDJ est représentée. L'organisation générale et le traitement de la couverture journalistique par la rédaction de TV Com pour les élections communales et provinciales ont été exposés à la SDJ. Ils n'ont suscité aucune remarque négative.

Règlement d'ordre intérieur

Le règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information a été adopté par TV Com le 20 février 1997.

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

En matière de responsabilité et de maîtrise éditoriale, l'éditeur souligne que le rédacteur en chef, secondé par le secrétaire de rédaction, est seul maître à bord : « *Il choisit les sujets à traiter sur base des propositions des journalistes, il détermine la ligne de traitement du contenu, il intervient en cas de litige ou d'interpellation, il coordonne également le planning quotidien des journalistes, cadres et éventuellement pigistes (...)* ». De son côté, la direction gère tout ce qui ressort du financement, du commercial, de l'institutionnel et de la représentation extérieure.

Le règlement d'ordre intérieur mentionne en outre en ses articles 14 et 15 que « *les émissions d'information se distinguent des émissions publicitaires par le fait qu'en matière d'information c'est la TVC/L et ses représentants qui ont la maîtrise et le contrôle total du*



produit audio-visuel. 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 TVC/L, 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 ».

Equilibre entre les diverses tendances idéologiques

Les articles 5 et 6 du règlement d'ordre intérieur lient l'objectivité à la recherche d'une représentation équilibrée entre les diverses tendances idéologiques.

L'éditeur rappelle qu'« au cours de l'exercice 2006, les élections communales et provinciales ont été l'occasion de démontrer que TV Com accorde toujours une attention toute particulière à la garantie de voir assurer un équilibre entre les différentes tendances philosophiques dans ses émissions ».

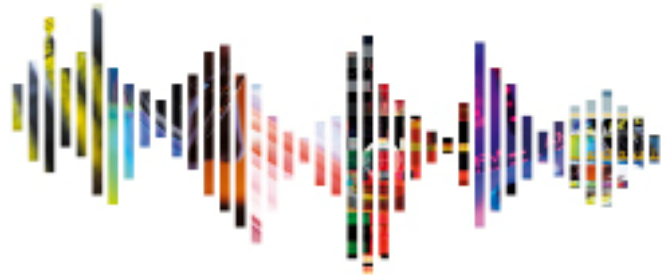
Il fait état de la plainte d'une liste qui, sur base des critères fixés par le règlement électoral de la télévision, n'avait pu prendre part au débat qui concernait la commune dans laquelle elle se présentait. En ouverture du débat, le rédacteur en chef avait précisé le nom des listes présentes sur le plateau ainsi que le nom des autres listes qui ne pouvaient participer au débat faute de place et parce qu'elles ne répondaient pas aux critères mis en place par la rédaction de TV Com.

A la suite d'une décision du tribunal de 1^{ère} instance de Nivelles, la TVL a dû procéder à un rectificatif dans son journal, et indiquer les raisons qui avaient conduit à ne pas solliciter l'intervention des membres de cette liste dans le débat⁶.

L'éditeur précise que « *ce ne sont pas les critères qui étaient mis en cause mais le manque d'explications du règlement* ». Par ailleurs, il souligne qu'une fois pris, le règlement avait été transmis aux fédérations régionales des partis traditionnels, sans rencontrer aucune objection. Mais, parce que l'enregistrement des débats avait démarré le 21 août 2006, ce règlement avait été édicté et mis en application avant le dépôt officiel des listes, le 8 septembre 2006.

TV Com signale encore qu'un problème similaire s'est posé pour une autre liste, dans une autre commune. Au moment d'enregistrer le débat, le nombre exact de listes qui

⁶ Le rectificatif était le suivant : « *Le 27 septembre, dans le cadre des élections communales, nous avons organisé un débat pour la commune de Tubize. A cette occasion, DPS (Démocratie et Progrès social), la liste menée par Samuel D'Orazio, n'a pu être invitée. A la demande de DPS et pour écarter tout malentendu, il paraît nécessaire de préciser aux électeurs de Tubize les raisons pour lesquelles la présence de DPS n'a pas été sollicitée. En effet, soucieux dans le chef de TV Com de ne causer préjudice à cette liste, par ailleurs complète avec ses 27 candidats, il nous apparaît important de préciser qu'il n'y a pas lieu de mettre la philosophie de DPS en doute mais que, tout simplement, ce nouveau groupe ne correspondait pas aux critères déterminés par le Comité de Programmation de TV Com. Ces critères prévoient notamment que les listes invitées doivent comprendre au moins un membre du Conseil communal sortant...* ». La décision date du 4 octobre 2006.



allaient se présenter n'était pas connu. Une liste non invitée a demandé d'expliquer la raison de son absence au débat.

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

Les deux premiers articles du règlement d'ordre intérieur soulignent que *« l'esprit de rigoureuse objectivité constitue une exigence fondamentale. L'objectivité requiert une information largement multilatérale en vue de servir la connaissance du réel et la recherche de la vérité. (...) L'objectivité implique que le journaliste fasse preuve de compétence, d'exactitude, de sens critique, d'honnêteté et d'impartialité »*.

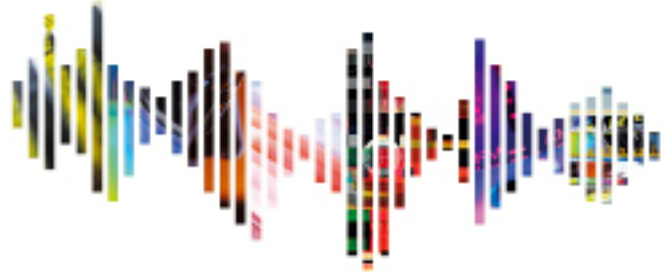
L'éditeur indique qu'*« en matière d'indépendance, TV Com s'appuie sur le respect strict de la déontologie professionnelle telle que définie tant par le CSA que par les associations reconnues de journalistes (AJP) »*. Si les journalistes sont confrontés à un problème d'interférence ou d'injonction émanant d'un quelconque niveau de pouvoir, voire d'un individu particulier, ils en réfèrent automatiquement et instantanément au rédacteur en chef, *« qui défendra systématiquement leur liberté de parole et d'expression, pour autant qu'aucune erreur déontologique n'ait été commise »*. Le rédacteur en chef assure d'ailleurs un débat permanent avec les journalistes sur les différentes façons de garantir l'objectivité et l'indépendance dans toutes les situations particulières rencontrées au jour le jour dans le cadre de leur travail. *« En cas de différend non élucidé entre rédacteur en chef et journalistes, ceux-ci peuvent en appeler au conseil d'administration pour arbitrage, ainsi qu'à leurs associations professionnelles le cas échéant »*. L'éditeur conclut qu'en pratique, il n'a pas été nécessaire d'y recourir courant 2006.

Ecoute des téléspectateurs

L'éditeur note, comme pour l'exercice précédent, un accroissement constant des réactions des téléspectateurs. La majorité de celles-ci s'expriment par courriel. Les appels téléphoniques, nombreux en 2006, demandent généralement des précisions sur la programmation ou la qualité de la diffusion. L'éditeur souligne qu'*« il est fait en sorte de répondre à toutes les demandes ou plaintes. La majorité du temps, les réponses se font par courrier électronique ou par téléphone »*.

Les plaintes reçues en 2006 portaient essentiellement sur l'organisation des élections et l'absence de certaines listes lors des débats (voir plus haut).

Le rapport d'activités annexe à titre d'exemple quelques réclamations qui ont été posées dans le courant de l'exercice : résumé « partisan » d'un match de football, échevin déçu de ne pas avoir eu voix au chapitre dans la présentation d'un projet qui lui tenait à cœur, déprogrammation accidentelle d'un débat. Dans ce dernier cas, le débat a été rediffusé à titre exceptionnel afin d'assurer la meilleure information possible. L'éditeur inclut aussi dans son rapport plusieurs courriers de félicitation émis dans le cadre de la couverture électorale.



Droits d'auteur

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

SERVICES

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

§1^{er} 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

Le vidéotexte de TV Com diffuse en continu, hors période d'émissions, une série de pages fixes avec fond sonore musical. Ce vidéotexte se compose des rubriques « culture et associatif », « sport », « services publics », « immobilier », « publicité commerciale », « emploi », « infos diverses de TV Com ».

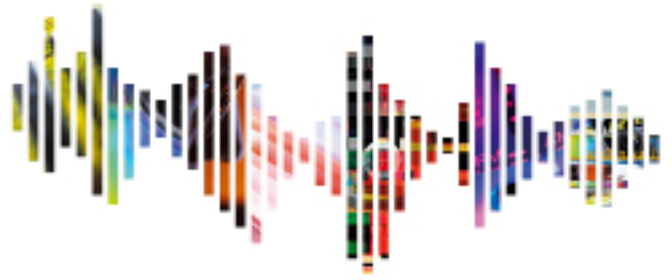
L'éditeur estime la durée totale annuelle du vidéotexte à 2.600 heures, soit à environ 7 heures 7 minutes en moyenne quotidienne. La part publicitaire est de 30%, celle relative à TV Com de 10% et celles concernant les autres rubriques de 60%. L'éditeur précise que la rubrique immobilière est réalisée en collaboration avec TV One.

Télétexte

Le télétexte de TV Com met à disposition les programmes de la chaîne, une rubrique de la Ligue des Familles reprenant différents événements culturels en Brabant wallon, et, en principe, les annonces emploi du FOREM. Ce dernier service pose néanmoins des problèmes d'ordre technique. Aucune publicité n'est diffusée.

Internet

Le site de TV Com (www.tvcom.be), développé en partenariat avec PIXELS BW, propose plusieurs informations pratiques relatives à la chaîne (liste du personnel, historique, plan d'accès, zone de diffusion) ainsi que les informations de base



concernant l'éditeur (composition de l'assemblée générale et du conseil d'administration, état des comptes, bilan actif et passif). On y trouve également une présentation succincte des émissions, des grilles de programmes, le tarif des publicités et des copies. Aucune publicité n'y est diffusée, à l'exception de la bannière iVox qui est « imposée » à toutes les télévisions locales.

L'éditeur précise qu'« il n'y a pas de recette commerciale liée à ce service ».

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

TV Com échange régulièrement des séquences avec Canal Zoom. En 2006, celles-ci ont surtout porté sur des sujets politiques. Des échanges de reportages ont également cours avec les autres télévisions locales dans le cadre d'émissions hebdomadaires comme « Le journal des régions ». De façon plus ponctuelle, TV Com fournit des séquences de présentation de spectacles théâtraux sollicitées par les chaînes dans la zone desquelles se produisent en déplacement les compagnies du Brabant wallon.

L'éditeur indique toutefois que l'essentiel des échanges porte sur les programmes : ont ainsi été « exportés » l'hebdomadaire sportif « Gradins » (Canal Zoom), « La minute citoyenne », une série de 20 clips d'information sur les mécanismes de la démocratie (réseau des télévisions locales), l'émission hebdomadaire pour jeunes « Débranché » (No Télé, MAtélé, Télèvesdre, et par la suite, Télé Bruxelles et Télésambre).

Au nombre des programmes « importés » figurent « Table et terroir » (TV Lux), « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Vivre en Sambre » (Télésambre) et « Les poissons philosophes » (Télé MB).

RTBF

Sur ce point, l'éditeur souligne d'emblée que les échanges d'images ou les coproductions avec la RTBF-télévision demeurent peu nombreux et sont même, en 2006, « plutôt rares ». La cause en est selon lui la situation géographique de TV Com :



comme Bruxelles se situe non loin du Brabant wallon, les équipes du JT de la RTBF s'y déplacent plus facilement et plus régulièrement. Néanmoins, TV Com a proposé gratuitement des images pour « Javas », par exemple pour une pièce de théâtre au Théâtre de la Valette à Ittre ou une autre à l'Atelier Théâtre Jean Vilar à Louvain-la-Neuve.

En 2006, TV Com a également réalisé trois séquences pour les « Niouzz ».

Le partenariat avec Vivacité Namur s'est concrétisé dans le courant de l'exercice par la réalisation commune d'une émission spéciale dans le cadre des élections communales et provinciales du 8 octobre : quatre heures de direct ont été diffusées dans le même temps sur les antennes de TV Com et sur les ondes de la RTBF Brabant wallon. Le lendemain, le rédacteur en chef de TV Com a participé à l'émission radio qui dressait le bilan des résultats.

Hors la période électorale, un journaliste de TV Com a régulièrement participé à une émission de Vivacité qui mettait sur la sellette des personnalités du Brabant wallon.

Autres médias

L'éditeur remarque que les collaborations avec les autres médias « sont très peu courantes ». En 2006, un accord de partenariat a été mené avec Antipode (Louvain-la-Neuve) : TV Com a mis à disposition de la radio une page de vidéotexte à l'année pour promouvoir une de ses émissions. En contrepartie, Antipode a annoncé les programmes de TV Com sur son antenne. Aucune collaboration n'est à signaler dans le domaine de la presse écrite locale.

Associations

L'éditeur indique que « la télévision locale a (...) toujours veillé à collaborer avec le plus grand nombre d'institutions et associations installées ou œuvrant dans sa zone de couverture ». En 2006, des actions ont été initiées avec le Centre culturel du Brabant wallon (CCBW) et d'autres acteurs culturels ou associatifs. Une émission, « L'Agenda », annonce les manifestations culturelles et associatives de la Province.

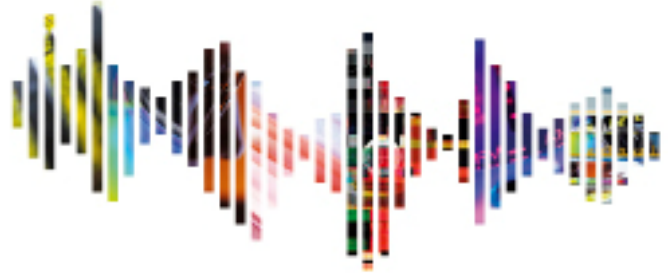
ORGANISATION

(art. 70 §1^{er} 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^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

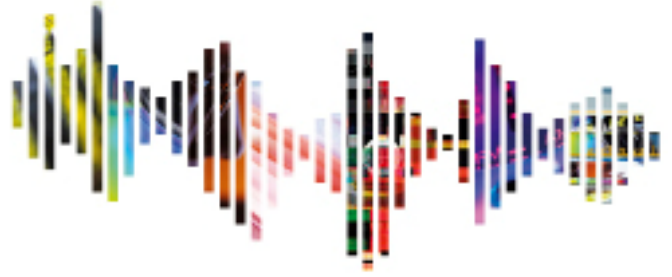
La composition du conseil d'administration n'a pas connu de modification en 2006.



L'éditeur précise qu'un comité de programmation supervise la programmation de TV Com. Ce comité est composé de 11 administrateurs, du directeur, du rédacteur en chef et du responsable d'antenne. Il « *avalise – ou modifie – des propositions d'émissions émanant de l'équipe. Il autorise également la diffusion sur TV Com de programmes produits par d'autres télévisions locales ou régionales de la Communauté française. Enfin, il procède à une évaluation régulière des émissions diffusées, et propose éventuellement des modifications à celles-ci* ».

En 2006, les principales décisions du comité de programmation ont porté sur l'organisation des débats électoraux. Le comité s'est notamment penché sur le règlement mis en place à l'occasion par la rédaction. Un travail d'évaluation de ce dernier a également été mené dans le courant du mois de novembre.

Le comité a également émis des avis sur la convention passée avec la Province du Brabant wallon sur les espaces concédés et a pris connaissance du compte rendu des visites des membres du Conseil supérieur de l'audiovisuel.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

TV Com 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.

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.

A trois reprises au moins, TV Com 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^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Fait à Bruxelles, le 12 septembre 2007.