



Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°31/2007

Contrôle de la réalisation des obligations de TV Lux 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 Lux 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 9 décembre 1996, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle TV Lux dont le siège social est établi rue Haynol 29 à 6800 Libramont.



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.

Les statuts n'ont pas connu de modification dans le courant de l'exercice 2006.

La zone de couverture est composée des 44 communes de la province de Luxembourg : Arlon, Attert, Aubange, Bastogne, Bertogne, Bertrix, Bouillon, Chiny, Daverdisse, Durbuy, Erezée, Etalle, Fauvillers, Florenville, Gouvy, Habay, Herbeumont, Hotton, Houffalize, La Roche, Léglise, Libin, Libramont, Manhay, Marche, Martelange, Meix, Messancy, Musson, Nassogne, Neufchâteau, Paliseul, Rendeux, Rouvroy, Saint-Hubert, Sainte-Ode, Saint-Léger, Tellin, Tenneville, Tintigny, Vaux s/Sûre, Vielsalm, Virton, Wellin.

Cette zone correspond à la zone de réception.

Télélux distribue la télévision locale sur l'ensemble de sa zone de couverture. Le signal est injecté sur le réseau 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

La grille de programmes de TV Lux s'articule autour d'un magazine d'information quotidien d'une durée de 25 à 30 minutes : « Aujourd'hui c'est... ». Différentes rubriques y sont traitées en plus de l'actualité du jour. Ce qui, pour l'éditeur, permet de « répondre très précisément aux conditions du décret, en ce qui concerne l'information, l'animation, le développement culturel et l'éducation permanente, mais aussi la mise en valeur du patrimoine et des spécificités locales ».

Ainsi, les séquences hebdomadaires qui complètent le journal portent un regard vers l'extérieur de la province (« ... à nos portes »), répondent aux questions des luxembourgeois (« ... ça fait débat »), apportent un éclairage sur une action menée cinq ans auparavant (« ... 5 ans déjà »), analysent l'information de la semaine avec des journalistes de presse écrite et de radio (« ... dans la presse »). Les séquences en série du JT tentent de comprendre le fonctionnement des institutions et de la société (« Société »), découvrent le patrimoine du Luxembourg (« Patrimoine »), partent à la rencontre des « *Luxembourgeois qui ont entrepris des choses, chez nous ou à l'étranger* » (« Vie »), partent à la découverte de styles de vie (« Tendances »), visitent les coins de la province (« Tourisme »), les entreprises et jeunes entrepreneurs (« Entreprises ») et rendent compte des films et acteurs francophones (« Cinéma »).

En matière d'information, TV Lux produit également « L'hebdo », un condensé de l'actualité de la semaine avec traduction gestuelle pour les malentendants, « Objectifs sports », un hebdomadaire d'actualité sportive, « Le journal des régions », différentes séquences d'information générale, culturelle et sportive réalisées par les autres TVL, « Confluence », un magazine mensuel transfrontalier réalisé en collaboration avec France 3 Champagne-Ardenne, et « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation des 12 TVL.

En culture, l'éditeur propose « Préface et post-scriptum », un magazine littéraire bimensuel qui présente les écrivains de la province.

Au registre animation, l'éditeur classe le bimensuel maison « Table et terroir ».

A ces émissions s'ajoutent plusieurs magazines et émissions spéciales réalisés et diffusés par TV Lux en fonction de l'actualité (les débats électoraux, la réouverture de la ligne 165, les fouilles archéologiques, l'élection de Miss Luxembourg, les concerts de groupes de musique locaux, les résultats en direct tout au long de la soirée des élections du 8 octobre 2006, les sujets sur l'énergie, les hôpitaux), ou produits par les autres TVL (« Vivre en Sambre », « La grande famille », « 18 au carré », « Le geste du mois », « Au jour le jour »).



Le magazine de la défense nationale « Télévoix » est diffusé en débouclage une fois par mois.

Etant donné la transversalité affichée par l'émission phare « Aujourd'hui c'est... », l'éditeur déclare qu'il lui est impossible de classer et répertorier les différentes missions en jeu. Il indique : « *Nous avons donc choisi arbitrairement de répartir les infos culturelles et d'éducation permanentes en 10 % de la durée des JT, le reste (80 %) étant constitué par l'info économique, politique, sociale, sportive et autres* ».

Cette répartition donne :

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 ^{ère} diffusion	8.350	41	7.099	35	1.776	8	1.375	7
Total des diffusions	200.400	55	69.476	19	42.624	12	33.000	9

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 TV Lux se répartissent comme suit.

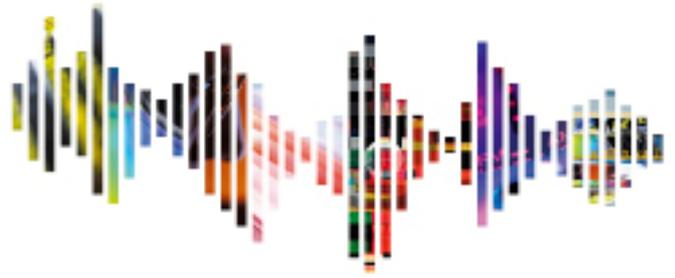
Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2006

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	4	7	1	6
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ¹	1	1	0	4

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	23,45%	23,05%	8,28%	60,05%
Développement culturel	12,96%	10,16%	1,37%	12,47%
Education permanente	11,63%	1,75%	0,00%	1,66%
Information	31,66%	26,77%	58,81%	15,65%

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.



Participation active de la population de la zone de couverture

L'éditeur souligne que, tant dans son journal quotidien que dans les différents magazines de la rédaction, « *TV Lux implique la population par le biais des témoignages, interviews, invités plateau, etc., que ce soient des responsables du monde associatif, culturel, politique, etc., mais aussi « Monsieur Tout le Monde » lors de micros-trottoirs ou reportages divers* ». Il précise qu'occasionnellement, la télévision diffuse des images réalisées par des amateurs sur des thèmes divers, que ce soit sportif, touristique, en province ou à l'étranger.

Il ajoute que les journalistes de TV Lux, présents sur le terrain, sont à l'écoute des remarques et suggestions des téléspectateurs, qu'ils répercutent au sein de la rédaction.

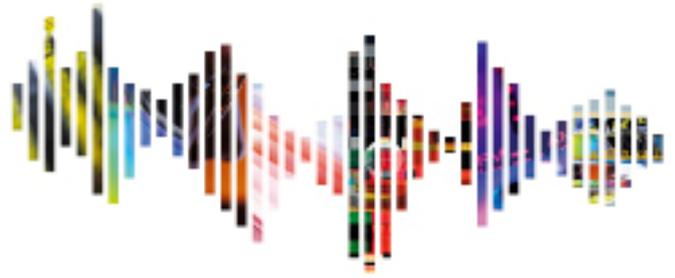
Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

L'éditeur estime remplir ces missions par l'écho que TV Lux donne aux interventions des politiques et des associations en ce domaine. La télévision relaie ainsi les informations relatives à l'organisation de réunions citoyennes à quelque échelon que ce soit. Il souligne : « *Particulièrement attentive à rendre compte des activités politiques et sociales dans le JT quotidien, notre rédaction veille à l'équité dans la répartition des sujets présentés, afin qu'aucune tendance ne soit lésée. Il est bien entendu que les idées non démocratiques n'ont pas de possibilité d'expression sur notre antenne* ».

Plusieurs émissions spéciales ont été réalisées lors de la période des élections communales et provinciales : présentation des enjeux dans les différentes communes, débats, résultats en direct et analyses.

Par ailleurs, l'éditeur considère, en matière de valeurs sociales, que « *la mise en exergue dans le JT d'associations diverses ayant pour objectif l'aide aux moins favorisés, aux jeunes, aux personnes âgées est de nature à informer le téléspectateur et à attirer son attention sur le respect de nos concitoyens* ». Il précise qu'un reportage sur le voyage au Bénin de jeunes issus de la province pour y développer un projet d'aide, l'hebdomadaire en traduction gestuelle pour les malentendants, une série de portraits de familles d'origine étrangère intégrées dans les communes sont, pour la télévision locale, autant d'occasions de sensibiliser les téléspectateurs « *aux problèmes des moins favorisés* ».

Il conclut de manière générale que « *c'est par un traitement impartial de l'information quant au fond et à la forme que la rédaction de TV Lux contribue chaque jour à mettre en avant les valeurs de notre société* ».



Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

L'éditeur déclare que la plupart des émissions produites en propre sont dédiées au patrimoine et spécificités locales de la province du Luxembourg. Il cite à titre d'exemples, dans le JT quotidien, en plus des informations générales et culturelles, les séquences portraits d'artisans d'art, la série « L'âme des châteaux », les séquences « Foire de Libramont », un magazine archéologique, les séquences « tourisme » ou les portraits de collectionneurs.

Il précise également que les différents magazines, proposés par la rédaction ou produits par des extérieurs, s'attachent également à mettre en valeur les richesses du terroir : les émissions « 5 ans déjà », « Confluence », « Luxembourg 2010 », ou les séquences plus ponctuelles de présentation des différents départements des députés provinciaux, de concerts de musiciens locaux, etc.

Enfin, les émissions coproduites ou empruntées aux autres TVL (« Profils », « Vivre en Sambre », « La grande famille ») ont pour objectif d'éveiller « l'intérêt des téléspectateurs pour les richesses du patrimoine des provinces avoisinantes ».

Selon l'éditeur, la répartition du temps de diffusion accordé à la valorisation du patrimoine se présente comme suit au cours de l'exercice considéré :

	Patrimoine CF			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*
1 ^{ère} diffusion	4'	1.407	7'	31'	11.342'	56
Total des diffusions	92'	33.768	9'	662'	241.872'	66

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

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

L'éditeur estime la durée annuelle² des programmes à 339 heures 7 minutes, publicité comprise. Ce qui donne une moyenne quotidienne en première diffusion de 55 minutes par jour.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion s'élève à 304 heures 39 minutes. En prenant en compte la publicité, cette première diffusion s'élève à 336 heures 29 minutes.

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 53 minutes 10 secondes.

La production propre et assimilée de ces échantillons³ s'élève à 68,59% la première semaine, 65,17% la deuxième, 69,96% la troisième et 83,98% la quatrième.

Production propre

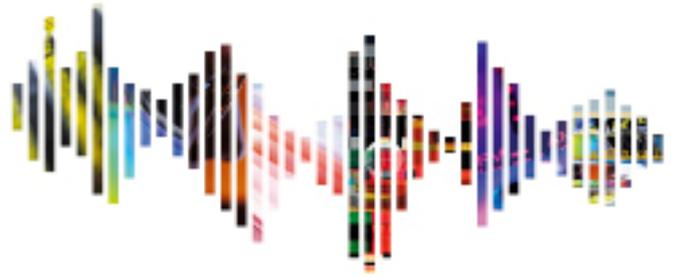
En 2006, l'éditeur a produit, en propre⁴ :

- 230 éditions de « Aujourd'hui c'est... », le journal et magazine d'information quotidien ;
- 88 bulletins « Météo » ;
- 36 numéros d' « Objectif sports », l'hebdomadaire sportif ;
- 29 « Hebdo », le condensé de l'actualité de la semaine, avec traduction gestuelle ;
- 24 « Table et terroir », la présentation bimensuelle d'une recette sur base de spécialités locales ;
- 15 débats électoraux organisés dans le cadre de la campagne électorale ;
- 7 numéros pour la série « L'âme des châteaux » ;
- 3 numéros de « Préface et post-scriptum », un magazine littéraire ;

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

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.



- plusieurs magazines ponctuels tels ceux relatifs au « Traitement des déchets » (3 numéros), à la « Province » (6 numéros), au « Luxembourg 2010 » (3 numéros) ;
- 3 pastilles « Durbuy Rock ».

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2006 s'élève à 174 heures 26 minutes. Il représente, selon ses calculs, 51,43% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 169 heures 58 minutes, soit 55,79% de la première diffusion vérifiée par le CSA, hors publicité.

Les émissions de « commande » émanant de la Province, présentées à l'antenne comme « espace concédé », ne peuvent être considérées comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

Coproduction

En 2006, l'éditeur a coproduit⁵ :

- 28 numéros de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation, valorisés à hauteur de 20% ;
- 30 éditions du « Journal des régions » dans sa version proche (axe Brabant Wallon - Namur - Luxembourg) valorisé à 25%, et 24 éditions dans sa version Wallonie-Bruxelles valorisé à 50% ;
- 9 éditions de « Confluence », le magazine d'information transfrontalier coproduit avec France 3.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 10 heures 07 minutes, ce qui représente 2,98% de la première diffusion.

Le CSA, après contrôle, estime la part de TV Lux dans la coproduction à 10 heures 11 minutes 3 secondes, soit 3,34 % de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Echanges de programmes

L'éditeur ne déclare aucun programme dans le cadre des échanges.

La production propre et assimilée s'élève donc, selon l'éditeur, à 184 heures 33 minutes. Elle représente, selon les données qu'il fournit, 54,42% des émissions en première diffusion.

⁵ Seules les émissions régulières sont reprises.



Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 180 heures 09 minutes 3 secondes, soit 59,13% de la première diffusion.

Programmes mis à disposition

L'éditeur liste les programmes qu'il a reçus des autres TVL dans le courant de l'exercice : « Le geste du mois » (Canal Zoom), « 18 au carré » (Télé MB), « La grande famille » (MATélé), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Au jour le jour » (TV COM), « Le Festival du rire de Rochefort » (MATélé), « Namur en mai » (Canal C), les capsules élections de la Communauté française (No Télé), les matches de basket-ball (« Le Choc des géants »)...

Il évoque également les programmes mis à disposition par les extérieurs : « Télévox » (Ministère de la Défense nationale) et « Film Nature » (VidéoNature).

Achat et commandes de programmes

L'éditeur ne déclare aucun programme dans ce cadre.

Publicité

L'éditeur déclare une durée publicitaire annuelle totale réelle de 764 heures, rediffusions comprises, ce qui équivaut à 12,16% de la durée totale de la programmation.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 10,60% et 13,40% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 11,59%) de l'ensemble des programmes diffusés. A quatre 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 13 journalistes reconnus. Deux d'entre eux sont cameramen.

La rédaction se compose de tous les journalistes agréés – à l'exception du directeur. S'y ajoutent encore 7 journalistes pigistes, 1 assistante de rédaction, 7 cadres-monteurs, dont 3 sont des pigistes, 3 réalisateurs, 2 infographistes, 1 traductrice pigiste (pour la traduction gestuelle de « L'hebdo »).

L'éditeur recourt à des pigistes régulièrement les week-ends et jours fériés, ponctuellement « *en cas de remplacement indispensable pour cause de congés des membres du cadre ainsi que lors de productions spéciales...* ». Le volume annuel des pigistes se monte à 4 équivalents temps plein. Un intérimaire temps plein est affecté au projet Interreg « Confluence ».

Société interne de journalistes

Une première société interne des journalistes de TV Lux a été constituée fin 2004. Les statuts de celle-ci ont ensuite fait l'objet d'une négociation entre l'éditeur et la société de journalistes. Cette société interne de journalistes, consultée en février 2005 au cours de la procédure de nomination du rédacteur en chef, a adopté ses statuts définitifs le 18 mars 2005. Sa reconnaissance a été avalisée lors d'un conseil d'administration de la TVL du 5 avril 2006.

En sont membres tous les journalistes professionnels, à l'exception du directeur.



Cette société a été consultée dans le courant 2006 à propos de la réalisation et de la diffusion d'une émission littéraire en collaboration avec le service du Livre de la province.

Règlement d'ordre intérieur

Conformément à l'article 32 de ses statuts, TV Lux dispose d'un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information, adopté lors de la création de l'asbl.

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

L'éditeur déclare que « *la séparation des fonctions de directeur et de rédacteur en chef depuis le 1^{er} mars 2005 est de nature à garantir la maîtrise éditoriale de l'émission d'information de TV Lux* ».

L'article 15 du règlement d'ordre intérieur contient également des dispositions relatives à la maîtrise éditoriale de l'information : contrôle total du produit audiovisuel qui permet de la distinguer de la publicité, libre choix du commentaire, liberté journalistique.

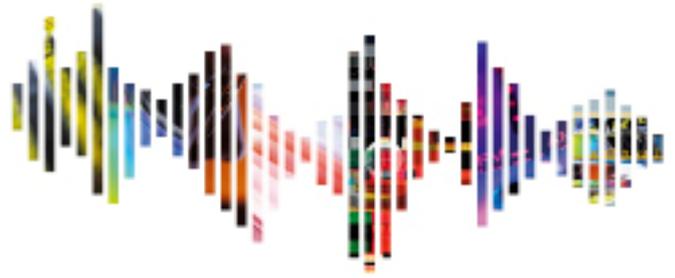
L'éditeur déclare n'avoir connu aucune difficulté en la matière au cours de l'exercice.

Équilibre entre les diverses tendances idéologiques

L'éditeur souligne à propos de l'équilibre entre les diverses tendances idéologiques que « *l'article 35 des statuts de TV Lux implique que « l'association se conforme entièrement quant à son organisation, son fonctionnement et ses programmes, aux dispositions de la loi du 16 juillet 1973 garantissant la protection des tendances idéologiques et philosophiques »* ». Il précise qu'au quotidien, la rédaction veille à respecter l'équilibre des diverses tendances. Ainsi, « *en période électorale, elle met en place un dispositif concret visant à accorder un temps d'antenne identique pour tous* ».

Le règlement d'ordre intérieur avalise ce principe dans ses articles 5 et 6 qui garantissent la représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion et le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.

L'éditeur déclare n'avoir connu aucune difficulté en la matière en 2006.



Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

Pour l'éditeur, l'article 32 des statuts de TV Lux, qui stipule que « le conseil établit un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et veille à son respect », l'adoption d'un tel règlement et l'adhésion au code de principes du journalisme de l'ABEJ et de l'AGJPB impliquent l'indépendance de la TVL.

Pour preuve de cette volonté d'indépendance, il annexe à son dossier une note publiée le 17 janvier 2006 au sein de TV Lux qui définit les missions et le profil de fonction du rédacteur en chef et atteste clairement « de la volonté du conseil d'administration de préserver l'indépendance de la rédaction quant au contenu des sujets traités dans les espaces dédiés à l'information dans la grille des programmes ».

Il ajoute comme l'an dernier que « le cas échéant, les commandes émanant des diverses autorités sont clairement séparées de l'espace information et clairement identifiées en « espace concédé » afin qu'elles ne puissent être confondues avec les programmes de la rédaction. Les journalistes titulaires d'une carte de presse n'interviennent pas dans ces productions ».

Les articles 1, 2 et 8 du ROI posent le principe et la définition de l'objectivité et de l'indépendance du journaliste.

Ecoute des téléspectateurs

Comme lors du précédent exercice, TV Lux déclare ce point « sans objet ». Le suivi du courrier des téléspectateurs est assuré par le directeur.

Droits d'auteur

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

SERVICES

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

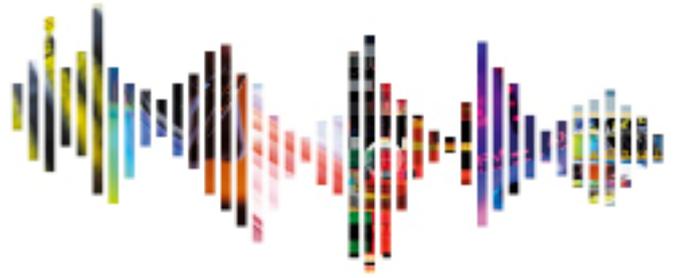
§1^{er} Pour autant qu'elles limitent la réception de leurs programmes au territoire belge, les télévisions locales peuvent mettre en œuvre un programme de vidéotexte dont le temps de diffusion est exclu du calcul du temps de transmission quotidien consacré à la publicité, tel que visé à l'article 20.

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 Lux se compose d'un secteur publicitaire (publicité commerciale ou associative payante dont la vente est assurée par la régie locale TV One), et d'un secteur information de service gratuite (Croix Rouge, offres d'emploi du Forem) et agenda des manifestations gratuit lui aussi.

La durée annuelle du vidéotexte est estimée à 37 heures 21 minutes en première diffusion dont 24 heures 20 minutes de publicité (65,15%).

La moyenne quotidienne de publicité se monte à 48 minutes, rediffusions comprises.

Télétexte

Le télétexte de TV Lux propose des rubriques d'information sur la chaîne et ses programmes, un agenda des activités régionales, des informations communales, des pages à destination des activités des centres culturels et syndicats d'initiative.

Aucune publicité n'y est diffusée.

Internet

Le site internet de TV Lux (www.tvlux.be) propose les horaires du programme du jour, un descriptif des émissions, le programme de la semaine en cours ainsi que celui des trois semaines suivantes, des informations relatives aux services, les informations légales relatives à l'asbl, des liens à destination de différents partenaires (gratuits) tandis que depuis 2007, les JT quotidiens sont accessibles en ligne.

Aucune recette commerciale n'est liée au site qui ne diffuse pas de publicité. Le taux de fréquentation du site n'est pas connu de l'éditeur.

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

Au nombre des collaborations avec les autres télévisions locales, l'éditeur retient les diffusions de reportages (notamment autour du « Journal des régions », l'un pour l'axe Brabant wallon - Namur - Luxembourg, l'autre « avec des zones plus éloignées »), de magazines divers et des matches de basket-ball ; une participation dans la réalisation ou la captation d'événements comme le Festival du rire de Rochefort ou le Mérite sportif de la Communauté française ; le recours à du matériel technique (car de captation), à du personnel et aux infrastructures (studios) de consœurs.

RTBF

En 2006, TV Lux a produit 17 séquences pour « Les Niouzz » et a proposé des images pour l'émission « Javas ». L'éditeur mentionne également la fourniture à la RTBF d'images de clubs de football de divisions 2 et 3.

En radio, l'éditeur mentionne plusieurs collaborations régulières avec VivaLux : participation hebdomadaire de la télévision à une rencontre avec un invité dans le studio de la RTBF radio, commentaire actualité régulier d'un journaliste de VivaLux sur le plateau de TV Lux, dans le cadre de la séquence du JT « ... c'est dans la presse ». Les élections communales et provinciales ont, en 2006, accru cette collaboration : enregistrement en commun du débat pré-électoral pour la Province, plateau commun lors de la soirée électorale et présentation en direct des résultats.

Autres médias

TV Lux collabore avec les quotidiens L'Avenir du Luxembourg, Le Soir, La Meuse-Luxembourg dans le cadre d'une séquence hebdomadaire du JT « ... c'est dans la presse » : « un journaliste vient à tour de rôle en plateau pour commenter l'actualité de la semaine ». En échange de la publication de ses programmes, la télévision locale annonce les titres régionaux des différents quotidiens du lendemain. Elle travaille en outre de concert avec L'Avenir du Luxembourg pour « la récolte des résultats de foot le dimanche soir ».

A ces échanges avec la presse écrite s'ajoute une coopération avec FR3 Champagne-Ardenne dans le cadre de l'émission transfrontalière « Confluence », un projet Interreg.

Associations

Dans ce cadre, l'éditeur épingle la réalisation d'une émission littéraire en collaboration avec le service du Livre de la province du Luxembourg ainsi que la prestation d'une équipe composée d'un journaliste et d'un cadreur au Centre culturel de Libramont pour l'animation d'un stage audiovisuel pour adolescents.



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.

Le conseil d'administration a connu un remplacement en 2006, qui n'a pas modifié les équilibres observés lors du précédent contrôle.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

TV Lux 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 quatre reprises au moins, TV Lux 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.