



Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°26/2007

Contrôle de la réalisation des obligations de Télé Mons-Borinage 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 Télé Mons-Borinage 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 Télé Mons-Borinage dont le siège social est situé au Carré des Arts, rue des Sœurs Noires 4a à 7000 Mons.



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 de Télé Mons-Borinage n'ont pas été modifiés au cours de l'exercice 2006. Ils l'ont été début 2007, dans un souci de réorganisation interne de l'assemblée générale et du conseil d'administration, en prenant en compte les remarques formulées par le CSA lors des précédents contrôles. Ces nouveaux statuts ont été transmis au CSA.

La zone de couverture est composée des communes de Mons, Honnelles, Quiévrain, Hensies, Dour, Quévy, Colfontaine, Frameries, Quaregnon, Boussu, St-Ghislain, Lens, Jurbise, Givry.

Cette zone correspond à la zone de réception.

IDEATEL distribue la télévision locale sur les communes de Boussu, Colfontaine, Dour, Frameries, Jurbise, Hensies, Mons, Quaregnon, Quévy, Quiévrain et Saint-Ghislain ; IGEHO opère pour la commune de Lens. Seule la commune de Honnelles n'est pas câblée. Le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique.

Belgacom diffuse également la télévision locale depuis fin 2006 sur l'ensemble de sa zone de couverture, en ce compris Honnelles.

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

Les objectifs éditoriaux de Télé Mons-Borinage sont, via les JT maison (« 18 au Carré » et « Carrément 18 »), d'« *informer les téléspectateurs (...) sur les événements de la zone en veillant à garantir le pluralisme politique et philosophique ainsi qu'un équilibre géographique de couverture entre la « capitale », Mons, et les 12 autres communes dont certaines (Quévy, Quiévrain, Jurbise, Lens) purement rurales* », de « *mettre en valeur les diverses richesses humaines et patrimoniales de la zone mais aussi plus largement du Hainaut et de la Communauté française* » dans des magazines en production propre, coproduction ou autres qu'ils soient économiques, culturels, sociaux ou de proximité, d'« *assurer une mission de « citoyenneté » en produisant et diffusant des débats divers dont des débats de société et des débats politiques* », de « *veiller à apporter des éléments de formation par la participation à la production d'émissions sociales et d'éducation permanente de type « Profils »* » et de « *distraire les téléspectateurs par des produits achetés en réseau (...) du type « courts métrages Chaplin » dont une partie a été diffusée en 2006 ou des variétés populaires du type « Les amuse-gueules »* ».

L'éditeur déclare avoir produit en information le JT « 18 au Carré » et sa déclinaison thématique quotidienne « Carrément 18 », « Tous aux urnes », une émission qui se penchait sur les rouages des institutions communales, les débats organisés dans le cadre des élections communales et provinciales de 2006, l'hebdomadaire sportif « Atout sports ». Il a également coproduit « Le journal des régions » (avec les différentes TVL), « D'ici et d'ailleurs » (avec diverses TVL), un magazine hebdomadaire qui collationne les informations de la semaine, « Dialogue Hainaut » (avec Antenne Centre, No Télé et Télésambre), un magazine qui traite des réalisations provinciales, « Eurorégion », un journal transfrontalier (avec No Télé, Télé Bruxelles, ATV-Antwerpen), et « Hainaut, un nouveau regard », une émission qui présente les atouts de la province (avec Antenne Centre, No Télé et Télésambre).

Des émissions ponctuelles, produites ou coproduites par l'éditeur, ont également contribué à renforcer la mission d'information de la chaîne : le direct de la soirée électorale, le débat organisé sur le vote des étrangers, l'installation du conseil provincial du Hainaut, ...

Côté développement culturel, l'éditeur assure la production de « Babebibobu », une émission de réflexion qui laisse la parole aux adolescents et adultes, « Les poissons philosophes », un bimensuel qui brosse le portrait d'artistes locaux, « Quartiers



d'histoire », une séquence d'histoire locale, « Un soir au Festival », le journal du Festival international du Film d'amour, « Cinemagix », l'agenda cinéma, « Pierre, papier... » et « Propos libres », des émissions d'entretiens ciblées pour l'une sur les artisans, pour l'autre sur les personnalités locales, « Fenêtre sur court », un magazine estival consacré aux courts métrages.

En matière d'éducation permanente, l'éditeur a produit 7 clips d'environ 3 minutes « Contre l'extrême droite » et a coproduit et diffusé « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation.

En animation, Télé Mons-Borinage a produit « Le mot clé », un jeu organisé sur un marché ou un lieu public, ainsi qu'une spéciale « Ducasse de Mons ». Plusieurs événements couverts par toutes les TVL ou par une partie d'entre elles concourent également à cette mission : « Le Mérite sportif », « Le Festival du rire », « Le trophée de la robotique », la finale de la coupe de Belgique de basket-ball.

Les programmes mis à disposition par ces mêmes télévisions locales étoffent encore cette offre de programmes.

Selon les indications données par l'éditeur, les missions ont été remplies en 2006 selon la distribution suivante :

Genre	Production propre et assimilée (1ère diffusion)	En pourcentage (de l'ensemble de la production propre et assimilée)
Information	150:46:33	80,05%
Développement culturel	25:07:57	13,34%
Education permanente	3:30:03	1,86%
Animation	8:56:28	4,75%
Total	188:21:01	100%

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 Télé Mons-Borinage se répartissent comme suit :



Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2005

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes production confondues)	3	13	2	13
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ¹	1	8	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	1,43%	2,57%	0,00%	1,99%
Développement culturel	8,12%	8,73%	1,47%	11,84%
Education permanente	0,00%	0,00%	1,72%	0,00%
Information	42,10%	55,96%	59,84%	43,17%

La mission d'information domine tandis que l'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 sollicite la population de la zone de couverture dans le cadre de plusieurs émissions maison : « Babebibobu » fait interagir des enfants et adolescents sur des grands problèmes de société ; les plateaux du « Carrément 18 » du vendredi font appel à des représentants de clubs ou d'associations divers ; « Le mot clé » sollicite la participation de la population à une animation dans un lieu public régional.

En 2006, la télévision locale a également diffusé 7 numéros de « Tous aux urnes », une émission d'une vingtaine de minutes qui expliquait le fonctionnement des institutions locales aux téléspectateurs, leur laissant la possibilité d'intervenir s'ils voulaient en apprendre davantage.

Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

L'éditeur a rencontré cet objectif notamment au travers d'émissions produites dans le cadre de la campagne électorale : 7 émissions « Tous aux urnes » sur les institutions locales, 14 débats pré-électorales et 1 direct d'une durée de plus de 4 heures.

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.



Télé Mons-Borinage a en outre produit en collaboration avec le Centre interculturel de Mons-Borinage un débat d'une heure sur le droit de vote des étrangers et a diffusé 7 clips d'environ 3 minutes « Contre l'extrême droite » afin de sensibiliser les jeunes sur les dangers de l'extrême droite.

Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

Précisant que ce point est « *difficilement chiffrable* », l'éditeur souligne que « *si ce n'est les séquences « faits divers » judiciaires et purement politiques, une grande partie de nos programmes et séquences mettent évidemment en valeur le patrimoine local* », particulièrement dans les émissions quotidiennes d'information.

Certains programmes sont toutefois plus spécifiquement répertoriés par l'éditeur comme valorisant directement l'un et l'autre patrimoines : ainsi, « Le journal des régions » et « Les poissons philosophes » contribuent à la mise en avant du patrimoine de la Communauté française (à hauteur de 15 heures 48 minutes 51 secondes, soit 2,93% de la première diffusion annuelle déclarée), tandis que « Quartiers d'histoire », « Pierre, papier... », « Propos libres » et « La ducasse de Mons » font de même pour le patrimoine local (à hauteur de 10 heures 58 minutes 32 secondes –dont 3 heures 42 minutes pour la ducasse de Mons–, ce qui équivaut à 2,04% de la première diffusion annuelle déclarée).

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)

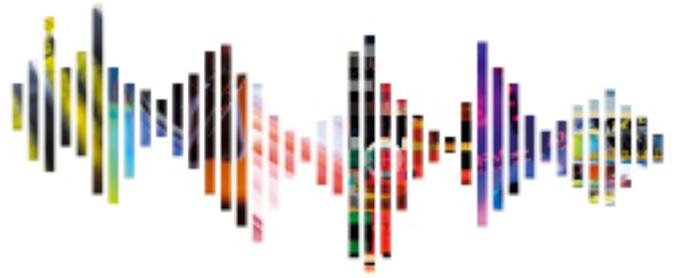
§ 1^{er}. *Le temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat est fixé par le Gouvernement.*

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 annuelle des programmes en première diffusion, hors vidéotexte et hors échanges, s'élève à 289 heures 50 minutes 39 secondes, pour une moyenne quotidienne d'environ 47 minutes 39 secondes. Avec les échanges, cette première diffusion est de 393 heures 45 minutes 45 secondes (1 heure 4 minutes 44 secondes en moyenne quotidienne).

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte en fait à 360 heures 14 minutes 16 secondes. Les échanges sont compris dans cette première diffusion.

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 5 minutes 19 secondes.

La production propre et assimilée de ces échantillons³ s'élève à 51,64% la première semaine, 67,26% la deuxième, 63,02% la troisième et 56,99% la quatrième.

Production propre

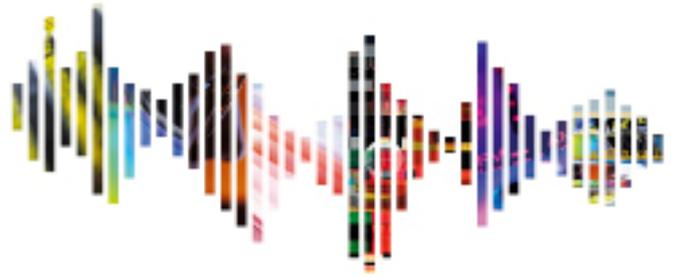
En 2006, l'éditeur a produit, en propre⁴ :

- 181 éditions du JT maison articulé en deux parties, l'une d'information générale, « 18 au carré », l'autre thématique et déclinée selon le jour de la semaine, « Carrément 18 » ;
- 80 bulletins « Météo » ;
- 14 débats électoraux ;
- 7 numéros de « Tous aux urnes », une émission consacrée au décryptage des institutions communales ;
- 37 numéros du « Journal des régions » (pondéré à 50%) ;
- 35 éditions « D'ici et d'ailleurs », le « digest » de l'actualité de la semaine (pondéré à 50%) ;
- 33 émissions « Atouts sports », un magazine sportif hebdomadaire ;
- 18 numéros des « Poissons philosophes », un magazine culturel bimensuel qui brosse le portrait d'un artiste ou d'un collectif d'artistes ;
- 15 éditions de « Babebibobu », un magazine de réflexion sur différents thèmes d'actualité, menée par des groupes d'adolescents et d'adultes ;
- 36 « Quartiers d'histoire », une mini-séquence hebdomadaire d'histoire locale ;

² La déclaration de l'éditeur se base sur la durée réelle 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.



- 8 numéros de « Pierre, papier... », 15 minutes mensuelles d'interview d'un artisan local ;
- 10 éditions de « Propos libres », une émission d'entretien avec des personnalités de la région ;
- 40 « Cinémagix », le magazine d'actualité cinématographique ;
- 10 numéros de « Fenêtre sur court » un magazine estival consacré au court métrage ;
- 37 éditions du « Mot clé », un jeu hebdomadaire ;
- 6 éditions de « Un soir au Festival », un quotidien lié à l'actualité du Festival du Film d'amour de Mons.

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2006 s'élève à 178 heures 24 minutes 49 secondes. Il représente selon lui 61,55% de l'ensemble des programmes en première diffusion, hors échanges.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 178 heures 24 minutes 49 secondes, soit à 49,52% de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre prend en compte l'habillage de chaîne et l'autopromotion, identifiés en première diffusion par l'éditeur. Hors ceux-ci, la production propre atteint 164 heures 48 minutes 10 secondes (45,75% de la première diffusion).

Coproduction

En 2006, l'éditeur a coproduit⁵ :

- 20 numéros de « Hainaut, un nouveau regard », une émission coproduite avec les trois autres télévisions locales, consacrée à la mise en valeur des atouts économiques, culturels, sportifs, folkloriques et touristiques du Hainaut dans le cadre du Phasing out ;
- 40 éditions de « Dialogue Hainaut », une séquence coproduite avec Télésambre, Antenne Centre et No Télé qui porte sur les réalisations de la province de Hainaut ;
- 2 numéros d'« Eurorégion » coproduits par No Télé, Télé Bruxelles, ATV Antwerpen et Télé MB à parts égales ;
- 30 déclinaisons régionales et cinq contributions thématiques pour « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit avec les autres télévisions locales.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 25 heures 13 minutes 40 secondes. Elle représente selon lui 8,70% de l'ensemble des programmes en première diffusion, hors échanges.

⁵ Seules les émissions régulières sont prises.



Le CSA, après contrôle, estime la part de Télé Mons-Borinage dans la coproduction à 24 heures 20 minutes 02 secondes, soit 6,75% 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

Télé Mons-Borinage déclare n'avoir, au cours de l'exercice, pas pratiqué d'échanges de programmes tels que définis par l'arrêté.

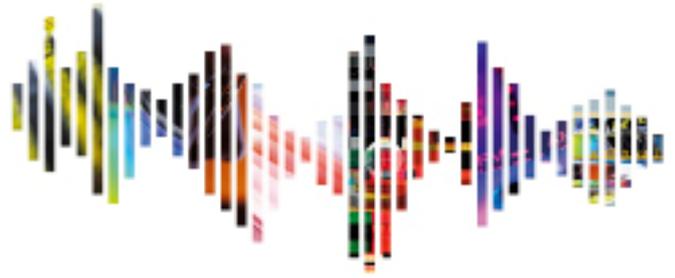
Selon l'éditeur, la production propre et assimilée s'élève donc à 203 heures 38 minutes 29 secondes. Elle représente selon lui 70,5% des émissions en première diffusion, hors échanges.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 202 heures 44 minutes 51 secondes, soit 56,28% de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre et assimilée prend en compte l'habillage de chaîne et l'autopromotion, identifiés en première diffusion par l'éditeur. Hors ceux-ci, la production propre et assimilée atteint 189 heures 8 minutes 12 secondes (52,50% de la première diffusion).

Programmes mis à disposition

L'éditeur détaille la liste des programmes qu'il a reçus des autres TVL sans autre forme de contrepartie au cours de l'exercice, soit, entre autres, les matches de basket-ball (« Le Choc des géants »), « Kabaret » (Antenne Centre), « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Namur en mai » (Canal C), « Spring blues Festival » (Antenne Centre), « Ricto verso » (MATélé), « Au fil de l'eau » (RTC Télé Liège), « Le Festival du rire de Rochefort » (MATélé), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Le Festival du film de l'eau » (Télévesdre), la série des « Châteaux » (TV Lux), « Pour des politiques de santé communale » (Télésambre), « Table et terroir » (TV Lux)...

De son côté, Télé MB a proposé à ses consœurs les magazines « Les poissons philosophes » et « Pierre, papier... » ainsi que plus de 150 séquences d'information à destination du « Journal des régions », sans pour autant « *savoir quelles télévisions les ont pris et quels programmes ont été choisis* ».



Achat et commandes de programmes

L'éditeur a diffusé des courts métrages comiques et burlesques de Charlie Chaplin, dont il avait acquis les droits en achat groupé avec les autres télévisions locales.

Publicité

L'éditeur estime la durée annuelle totale réelle des publicités à 41 heures 34 minutes, ce qui représente 7,72% des programmes en première diffusion.

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 distingue dans ses échantillons les séquences « publicités » des séquences « bandes-annonces ». Ces dernières se composent d'autopromotion des programmes ainsi que de différents partenariats promotionnels entre Télé Mons-Borinage et diverses associations publiques et privées. Ces annonces d'événements se font en contrepartie de l'insertion du logo de Télé Mons-Borinage sur les visuels des organisateurs et, le cas échéant, d'entrées gratuites. L'éditeur estime la valeur de ces échanges à 50% du tarif publicitaire. Si en vertu de l'art. 20 du décret du 27 février sur la radiodiffusion, l'autopromotion n'entre pas dans l'évaluation du temps de transmission publicitaire, il n'en va pas de même des partenariats promotionnels décrits par l'éditeur, qui sont considérés comme de la publicité au sens de l'article 1 2^o du décret susmentionné.

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^o, 7^o, 8^o, 9^o, 10^o, 11^o, 12^o 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 10 journalistes professionnels, dont deux cameramen, parmi son personnel. Deux autres journalistes sont dans les conditions d'agrégation.

La rédaction se compose de 6 journalistes, deux secrétaires de rédaction et un rédacteur en chef.

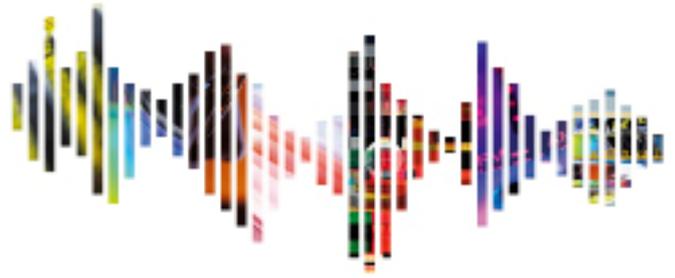
L'éditeur déclare recourir à la pige tout au long de l'année, notamment pour sa rédaction (journalistes et cameramen free-lance), ses magazines, sa production commerciale, ses contrats-programmes.

Société interne de journalistes

La société interne de journalistes, reconnue par le conseil d'administration le 25 mars 2004, se compose de tous les journalistes professionnels et des journalistes membres de la rédaction à l'exception de ceux occupant des fonctions de direction (directeur, directeur des programmes, rédacteur en chef).

L'éditeur précise qu'en 2006, la société interne de journalistes, « sous la guidance du rédacteur en chef, a réalisé elle-même les programmes de couverture de la campagne électorale communale et provinciale, de la soirée électorale et des infos électorales des lundi et mardi 9 et 10 octobre 2007. Son plan a été approuvé par le conseil d'administration qui, dès lors, n'a pas dû évidemment la consulter ».

L'éditeur ajoute que le règlement général de la campagne électorale avait pour sa part été établi par le bureau de gestion et avalisé par le conseil d'administration. Ce règlement, déjà appliqué dans le cadre de précédentes élections, reposait sur les



diverses recommandations du CSA et sur la législation en vigueur. La société interne n'a pas été consultée sur ce point « *dans la mesure où ce règlement général est le même que celui relatif aux scrutins précédents et qu'il ne fait qu'appliquer les législations et réglementations en cours* ».

Règlement d'ordre intérieur

Télé MB dispose d'un « Règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et à la déontologie du personnel journalistique de Télé MB », mis à jour et approuvé par le conseil d'administration de l'éditeur en avril 2002. Il est largement inspiré de celui de la RTBF.

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

Le règlement d'ordre intérieur garantit la maîtrise éditoriale de la télévision.

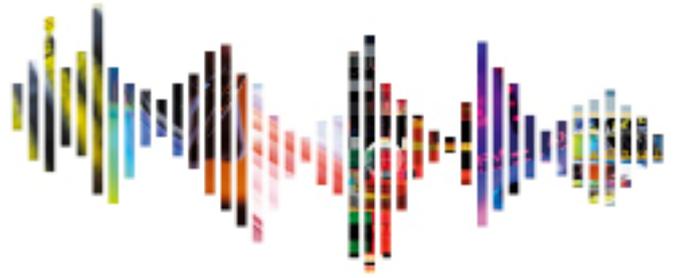
Comme l'an dernier, l'éditeur rappelle que « *Télé MB est responsable du contenu de toutes les émissions qu'elle diffuse. Elle affirme et exerce l'autorité éditoriale qui lui revient sur toutes les émissions qu'elle produit ou coproduit. Elle exerce seule la maîtrise éditoriale sur les émissions d'information* ». En outre, la société des journalistes peut, via ses délégués, intervenir en cas de problème relatif à la question. « *Dans ce cas, elle transmet le problème au rédacteur en chef puis à la direction générale qui est aussi direction de l'Information* ». Il précise encore : « *Le bureau de gestion (...) est habilité à traiter ce genre de problème. En cas de désaccord éventuel entre (lui et) la SDJ, le problème peut être porté au conseil d'administration* ».

Télé MB n'a connu aucun problème de ce type en 2006.

Équilibre entre les diverses tendances idéologiques

Les dispositifs mis en place par l'éditeur sur ce point n'ont pas variés en 2006 : le R.O.I. assure 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 (...) peut au besoin ressortir d'une série d'émissions, soit de l'ensemble de l'information au cours d'un certain laps de temps* ». A l'article 21, le R.O.I. garantit le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.

Le bureau, ou le conseil d'administration en dernière instance, est amené à recevoir et à débattre les plaintes que le comité de programmation exprime, dans son rôle d'évaluation des émissions. Ce comité se réunit une fois par mois et au moins 10 fois par an. L'éditeur indique également que « *la direction rappelle régulièrement à la rédaction la nécessité de respecter les divers équilibres idéologiques et politiques... mais aussi géographiques de la zone de couverture* ».



L'éditeur souligne que la télévision n'a connu « aucune difficulté en la matière malgré une campagne électorale très forte ».

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

Le ROI en son article 2 précise que « Télé MB assure l'indépendance de ses programmes contre l'influence de tiers ». Les articles 10 et 11 indiquent quant à eux que « les émissions d'information sont faites dans un esprit d'objectivité, sans aucune censure préalable ou ingérence d'une quelconque autorité publique ou privée. L'esprit d'objectivité requiert une information multilatérale en vue de servir la connaissance du réel et la recherche de la vérité ».

L'article 4 indique par ailleurs que « Télé MB ne peut produire ou diffuser des émissions contraires aux lois ou à l'intérêt général, portant atteinte au respect de la dignité humaine, et notamment contenant des incitations à la discrimination, à la haine ou à la violence, en particulier pour des raisons de race, de sexe ou de nationalité ou tendant à la négation, la minimalisation, l'approbation de tout génocide, notamment celui commis par le régime national-socialiste allemand pendant la Seconde Guerre mondiale ».

L'éditeur déclare n'avoir connu aucun problème sur ce point dans le courant de l'exercice. A titre indicatif, il rappelle que le télédiffuseur est représenté au sein de l'assemblée générale et au conseil d'administration avec voix consultative.

Ecoute des téléspectateurs

Le bureau de gestion est l'instance habilitée à recevoir et traiter les plaintes éventuelles. Le comité de programmation peut également transmettre des plaintes par le biais de sa fonction d'évaluation des émissions.

L'éditeur indique qu'il rejette les plaintes non signées ou sans adresse envoyées par courrier ou par mail, une situation qui s'est produite à une ou deux reprises en 2006.

Il fait état d'une plainte « sérieuse » relative à la couverture jugée trop faible d'un événement local, plainte à laquelle il a apporté un suivi qu'il détaille en annexe de son rapport.

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

Depuis le début 2006, le vidéotexte de Télé Mons-Borinage propose :

- une boucle « classique » de durée variable et diffusée en journée qui comprend diverses informations sur la chaîne et sur les programmes proposés, des annonces culturelles gratuites (cinéma), des infos service également gratuites (clubs, associations, institutions publiques locales) et des publicités commerciales d'une durée moyenne de 4 minutes par boucle ;
- une rubrique « Job info », réalisée en collaboration avec le Forem ;
- des « Petites annonces » ;
- un « Interprogramme » de trois minutes entre les boucles, dont 2 minutes 30 secondes sont consacrées à de la publicité.

L'éditeur déclare que la durée totale annuelle du vidéotexte a été de 4.185 heures en 2006. Il estime la durée totale annuelle des publicités à 13.352 minutes pour les boucles classiques, à 19.575 minutes pour les petites annonces et à 10.950 minutes pour les interprogrammes, soit à plus ou moins 43.877 minutes sur l'année (pour une moyenne quotidienne de 2 heures par jour), c'est-à-dire à 17,5% de l'ensemble du vidéotexte.

Télétexte

L'éditeur indique que le service « Télétexte » est en construction. Des problèmes techniques empêchent son développement. Ce dernier devrait néanmoins se poursuivre avec l'appui technique de la Fédération des télévisions locales. A ce jour, seules les annonces gratuites de la Ligue des familles sont disponibles sur ce télétexte. Aucune publicité n'y est diffusée.

Internet

Le site de Télé Mons-Borinage (www.telemb.be) comporte plusieurs rubriques d'information sur la chaîne (historique, administrateurs, personnel, comptes), ses programmes (horaire, descriptif), les services publicitaires, les DVD maison mis en vente, les différents liens... Il n'est développé avec aucun partenaire. Une « accroche



iVOX » est mise à disposition gratuitement, via TV-One. L'éditeur souligne que le site sera entièrement revu en 2007.

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

Télé Mons-Borinage retient différentes formes de synergies avec les autres télévisions locales, dont les mises à disposition d'images, de reportages et de programmes à ses consœurs via le service « transmission à grande vitesse » où chacune puise ce qu'elle souhaite ; les coproductions d'émissions (« Dialogue Hainaut » et « Hainaut un nouveau regard » avec No Télé, Antenne Centre et Télésambre, la finale de basket-ball de la coupe de Belgique avec Télésambre et RTC Télé Liège) ; la diffusion commune du « Choc des géants » ; le relais par pratiquement toutes les TVL du programme de la ducasse de Mons 2006 ; l'usage contre rémunération du car de production de No Télé pour la couverture de la même ducasse. L'éditeur ajoute à cette liste la participation, « *comme les autres TV locales* » à la régie nationale de publicité TV-One.

RTBF

En matière d'échanges d'images, de reportages et de programmes, l'éditeur note qu'il a « *accessoirement* », mis à disposition des images gratuites en faveur de la RTBF qui l'a « *peu sollicité en la matière en 2006* ». Il relève la coproduction menée en matière de basket-ball (« Le choc des géants ») pour lequel la RTBF apporte son aide technique, mais également celle tenue dans le cadre de la soirée électorale du 8 octobre avec Vivacité. Les élections ont favorisé d'autres échanges : ainsi Télé Mons-Borinage a contribué financièrement à deux sondages électoraux réalisés en commun et a mis gratuitement à disposition de La Une et de La Première des locaux et un peu de matériel pour la soirée électorale.

En dehors de cet événement particulier, l'éditeur rappelle qu'un journaliste de Télé MB participe occasionnellement aux débats matinaux de Vivacité Hainaut et que chaque



jour, du lundi au jeudi, un représentant de Télé MB annonce en direct sur Vivacité Hainaut le programme du jour de Télé MB. En retour, Télé MB diffuse un spot « Vivacité » sur ses antennes.

Autres médias

L'éditeur indique qu'il collabore occasionnellement avec des médias de presse écrite, notamment lorsqu'il invite leurs journalistes à participer à certaines émissions, et qu'il pratique des échanges promotionnels gratuits avec Radio Contact et Radio Nostalgie.

Associations

Certaines productions de la télévision locale sont le fruit de collaborations avec des associations. L'éditeur pointe le débat sur le vote des étrangers produit avec le Centre interculturel de Mons-Borinage ainsi que sept « Journaux du Festival » produits dans le cadre du Festival du Film d'amour (FIFA). Il a en outre mené une opération « Contre l'extrême droite » avec l'asbl Picardie laïque et opéré plusieurs échanges promotionnels gratuits avec le Manège.Mons.

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. Deux représentants de la Maison de la Presse ont été remplacés par des pairs fin 2006, un remplacement avalisé par l'assemblée générale du 18 janvier 2007.

L'éditeur signale que le « comité de programmation de Télé Mons-Borinage ne prend aucune décision mais rend des avis sur les diverses émissions et propose des idées de programmation ». L'une de celles-ci a conduit à la réalisation d'émissions sur des toiles du Musée des Beaux-arts de Mons (« Opération Musée »).



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Télé Mons-Borinage 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, Télé Mons-Borinage 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. Le Collège d'autorisation et de contrôle note la persistance de ces dépassements, malgré les remarques qu'il avait pourtant formulées lors des précédents contrôles. 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.