



## Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°26/2008

### Contrôle de la réalisation des obligations d'Antenne Centre pour l'exercice 2007

En exécution de l'article 133 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations d'Antenne Centre au cours de l'exercice 2007, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur selon les modalités définies dans l'arrêté du gouvernement du 15 septembre 2006 et sur des compléments d'informations demandés par le CSA.

Le présent avis porte sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2007.

#### **IDENTIFICATION**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

Les statuts de la télévision n'ont pas connu de modification en 2007.

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

Cette zone correspond à la zone de réception.

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

La distribution d'Antenne Centre par Belgacom TV est effective depuis le 8 juin 2007. L'éditeur indique que pour ce distributeur, la zone de diffusion correspond théoriquement à celle de la télédistribution par câble. « *Toutefois, le signal (déformé voire brouillé) semble déborder sur la périphérie montoise* ».

## **MISSION**

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

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

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

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

*Ces programmes tendent à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques de la société, à contribuer au renforcement des valeurs sociales, notamment par une éthique basée sur le respect de l'être humain et du citoyen, et à favoriser l'intégration et l'accueil des populations*



*étrangères ou d'origine étrangère vivant dans la région de langue française et dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.*

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

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

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

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

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 <sup>ère</sup> diffusion	14.386'	80	1.798'	10	4.496'	25	13.488'	75
Rediffusion	172.636'	80	21.576'	10	53.952'	25	161.856'	75
Total des diffusions	187.022'		23.374'		58.448'		175.500'	

La répartition exprimée en pourcents est identique à celle qui était déclarée pour l'exercice 2006.

L'éditeur précise qu'« un même reportage peut satisfaire à plusieurs des missions imparties à la télévision locale, ce qui rend ardu le processus de quantification ». Il en conclut que ces données sont « purement estimatives », même si « elles traduisent néanmoins une représentation globale relativement fidèle des proportions accordées à chaque mission ».

En matière d'information, l'éditeur propose « Le Journal », un journal télévisé quotidien de 20 minutes, diffusé du lundi au samedi ; « Le Journal de la semaine », une séquence rétrospective de l'actualité hebdomadaire ; « La météo » ; différents magazines thématiques : « Info Magazine », un magazine d'information générale qui présente en alternance un invité, un débat ou un reportage ; « Info magazine le best of », les meilleurs dossiers de la saison remis en perspective ; « Chrono-Foot » et « Chrono-sports », deux hebdomadaires consacrés aux résumés et comptes rendus footballistiques et d'autres compétitions sportives de la région.



Ces émissions d'information favorisent selon lui *« l'implication sociale et le sentiment d'appartenance à la région »*.

L'éditeur classe également, pour 50% de son contenu, le magazine culturel « Label culture » parmi les programmes d'information.

A ces productions propres s'ajoutent les coproductions « Dialogue Hainaut » et « Chuuut », deux magazines d'information provinciale produits en collaboration avec la province du Hainaut et les télévisions locales hennuyères ; « Le Journal des régions », sélection de reportages réalisés par les autres télévisions locales de la Communauté française ; « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par l'ensemble des TVL ; « Hainaut, un nouveau regard », une illustration des projets Phasing Out en Hainaut (avec notélé, Télésambre et Télé Mons-Borinage) et « Sport été », une émission qui propose des séquences sportives en provenance d'autres TVL.

Au registre éducation permanente, l'éditeur range « Memento 2 », « 3 minutes pour tout connaître des activités sportives, culturelles et associatives » du week-end dans la région ; pour 50% de son contenu « La bonne adresse », une présentation de producteurs et de produits locaux ; pour 25%, « Label culture » et, pour 20% des sujets traités, « Info magazine » et « Le Journal ». « Le geste du mois », une émission de jardinage produite par Canal Zoom et « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par les télévisions locales, figurent également dans les émissions qui remplissent la mission d'éducation permanente.

Pour l'éditeur, la mission d'éducation permanente se rencontre dans de nombreuses autres émissions : ainsi, *« les émissions culturelles ont pour but d'encourager le processus de création et d'offrir aux téléspectateurs quelques clés pour la compréhension de l'œuvre et de la démarche qui l'a initiée. En ce sens, une part importante des programmes d'Antenne Centre se situe dans une perspective d'éducation permanente, cette dernière traversant quelque 75% de la programmation totale »*.

En matière de développement culturel, l'éditeur propose, *« en marge de ses éditions quotidiennes d'information générale, des magazines spécifiques permettant une large médiatisation des projets développés par les opérateurs culturels de sa zone de diffusion »* : « La mémoire des rues », un jeu de 30 minutes basé sur la découverte des rues et quartiers ; « Memento 1 », l'agenda des activités associatives, culturelles et sportives de la semaine ; « Arrêt sur images », le rendez-vous mensuel de la vidéo et du cinéma amateurs et « Label de l'été », une émission de portraits d'artistes classés par thème. « Label Culture » et « Le Journal » contribuent respectivement à hauteur de 25 et 20% de leur contenu au registre culture. « Comic Hotel », l'émission humoristique produite par MATélé, entre également à 50% dans la rubrique. L'éditeur estime en outre qu'*« au travers de ses éditions quotidiennes d'information, plus de 400 reportages ont fait écho à des initiatives originales relevant du secteur associatif et culturel »*.



A la rubrique animation, l'éditeur reprend les émissions « Kabaret Rock », un magazine musical ; « 7 en salle », les programmes des ciné-clubs de la région ; « 7 en salle première », les sorties cinématographiques nationales ; « La mémoire des rues de l'été » ; « Le jeu de l'été », une capsule de jeu sur le patrimoine architectural de la région ; « Les insolents », un cabaret humoristique ; ainsi que, pour partie, « La bonne adresse » et « La mémoire des rues ». Il y joint des émissions produites ou coproduites par d'autres télévisions locales : « Table et terroir », une émission culinaire produite par TV Lux ; « Comic Hotel », une émission humoristique produite par MATélé et « Les amuse-gueules », une émission coproduite par Télésambre et la société Dubuisson.

Plusieurs programmes spéciaux souvent produits par les TVL complètent cette offre de programmes : les matchs de basket-ball (Télésambre, notélé, RTC Télé Liège, RTBF), « La ducasse de Mons » (Télé Mons-Borinage), « La ducasse d'Ath » (notélé), « Le Festival du rire de Rochefort », « Le mérite sportif » de la Communauté française, « Zoom jeunes » (coproductions des 12 TVL), « Combat des échasseurs » (Canal C), Festival de musique country de Cereuxe (RTC Télé Liège)...

Sur base du classement et de la liste des programmes fournis par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2007 par Antenne Centre se répartissent comme suit :

Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2007

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	10	5	2	14
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) <sup>1</sup>	8	4	1	8

L'offre d'Antenne Centre a peu évolué entre 2006 et 2007. Les émissions qui ont disparu ont été remplacées par de nouvelles qui remplissent des missions similaires. L'éditeur propose plusieurs déclinaisons – estivales ou non - de ses programmes.

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





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

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	10,41%	13,64%	11,30%	6,18%
Développement culturel	10,58%	1,65%	0,00%	5,31%
Education permanente	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Information	58,58%	43,27%	44,47%	31,88%

Les programmes d'information produits en propre dominent, en 2007 comme en 2006. Si l'éducation permanente reste largement à l'arrière-plan, animation et développement culturel témoignent d'une plus grande régularité dans la programmation.

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

L'éditeur favorise la participation de la population de sa zone de couverture au travers de plusieurs émissions. Ainsi, « La mémoire des rues », un jeu relatif à l'histoire régionale, confronte chaque semaine les connaissances de deux candidats qui sont amenés à solliciter par téléphone et en direct l'aide active de téléspectateurs. En 2007, le concept s'est ouvert aux adolescents, avec la mise sur pied d'une émission spéciale visant à les sensibiliser à la connaissance de leur région. Par ailleurs, la finale du jeu a donné l'occasion d'inviter quelque 300 personnes sur un site touristique local.

De son côté, « La bonne adresse » valorise les petits producteurs locaux œuvrant dans le domaine de l'agro-alimentaire. L'émission a été remplacée fin 2007 par une émission consacrée aux « sorties » cinéma, au cours de laquelle les téléspectateurs ont la possibilité de participer à un jeu leur permettant de remporter des entrées gratuites.

« Kabaret rock » est, selon l'éditeur, une émission de type communautaire qui s'ouvre aux groupes musicaux régionaux. « *Les clips réalisés sont mis à la disposition des groupes afin de les aider à assurer leur promotion* ».

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

### **Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales**

Pour l'éditeur, « *la diversité culturelle s'exprime notamment au travers des JT quotidiens et des émissions thématiques telles que « Label Culture » ou « Info magazine » qui veillent à promouvoir toutes les facettes de la création et de l'expression* ». Il cite à titre d'exemple le portrait du musicien bassiste Jacques Pili, le festival de BD au Roelux, le portrait de Jae Man Kân, poète slameur, le 20<sup>e</sup> anniversaire du Spring Blues... Il y



ajoute les nombreux reportages consacrés à la culture populaire et aux traditions folkloriques, notamment les carnivals régionaux.

Outre ces émissions, l'éditeur indique que « afin de clarifier les enjeux démocratiques, une série de débats a été mise sur pied dans le cadre des élections fédérales en partenariat avec les télévisions locales hennuyères. Une émission spéciale a été consacrée aux résultats et analyses du scrutin ainsi qu'aux enjeux régionaux ».

Il souligne que d'autres émissions ponctuelles ont également contribué à sensibiliser aux enjeux démocratiques et valeurs sociales : « La fusion des communes, 30 ans après ! », « A Thieu, les jeunes se prennent en main », « Débat sur la violence conjugale », « Débat sur la crise politique en Belgique », « La Communauté urbaine du Centre : 10 ans », « La propreté en région du Centre », « Le Sida et les jeunes »...

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

Selon l'éditeur, « un certain nombre de reportages diffusés dans le journal quotidien concourent directement ou indirectement à la valorisation du patrimoine de la Communauté française ». Il précise à ce propos que « l'attention particulière accordée à la promotion des manifestations mises sur pied par le Musée de Mariemont, le Centre de la Gravure et de l'Image imprimée, le Château de Seneffe, ou les Centres culturels de la zone témoignent de cette démarche qui s'exprime également au travers de la mise en valeur des spécificités locales ». A l'appui, il cite les dossiers hebdomadaires développés dans le jeu d'histoire régionale « La mémoire de rues », consacrés à la découverte du patrimoine local et régional : « Le royal à Ecaussinnes a 100 ans », « Les lieux fortifiés dans le Centre », « La Simpelourd à Soignies », « Raoul Warocqué, collectionneur », « La bataille de Collarmont »...

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

Pour ce qui concerne la mise en valeur des spécificités locales, l'éditeur retient aussi qu'« Antenne Centre veille à proposer des « émissions-portraits » valorisant le travail de création des artistes, dans des domaines aussi variés que la musique, la littérature, les arts plastiques, la danse, la création théâtrale ou la muséographie ».

Il estime comme suit la répartition du temps de diffusion annuel accordé à la valorisation du patrimoine de la Communauté française et à la valorisation des spécificités locales.



	Patrimoine de la Communauté française			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%
1 <sup>ère</sup> diffusion	9'20''	3.240'	18	14'32''	5.040'	28
Rediffusion	112'	39.424'	18	174'04''	61.271'47''	28
Total des diffusions	121'20''	42.664'		188'36''	66.311'47''	

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

## **PROGRAMMATION**

(art. 66 §1<sup>er</sup> 6° et art. 66 §1<sup>er</sup> in fine du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer dans sa programmation, par année civile, une production propre d'au moins la moitié du temps de diffusion de l'ensemble des programmes à l'exclusion des rediffusions. (...)*

*Pour l'application du point 6°, une coproduction assurée par une télévision locale est assimilée à de la production propre au prorata du budget réellement engagé par celle-ci. Les échanges de productions propres entre télévisions locales sont assimilés à des productions propres.*

(art. 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

§ 1<sup>er</sup>. *Le temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat est fixé par le Gouvernement.*

*Pour la publicité, ce temps de transmission ne peut dépasser 15 p.c. du temps de transmission quotidien.*

*Toutefois, ce temps de transmission peut être porté à 20 p.c. s'il comprend le télé-achat, à condition que le volume des spots publicitaires ne dépasse pas 15 p.c.*

§ 2. *Le temps de transmission maximum des écrans de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge est fixé par le Gouvernement.*

*Il ne peut dépasser 20 p.c. de cette période.*

## **Grille de programmes**

Selon l'éditeur<sup>2</sup>, la durée annuelle des programmes en première diffusion s'élève à 313 heures 22 minutes 55 secondes, émissions « extérieures » comprises, pour une moyenne quotidienne d'environ 51 minutes 31 secondes.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte à 421 heures 37 minutes 58 secondes, soit à une moyenne quotidienne de 1 heure 9 minutes 19 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 7 minutes 55 secondes (1 heure 10 minutes 42 secondes en 2006).

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





La production propre et assimilée de ces échantillons<sup>3</sup> s'élève à 79,57% la première semaine, 58,56% la deuxième, 56,03% la troisième et 43,37% la quatrième.

	Semaine 1		Semaine 2		Semaine 3		Semaine 4	
Production propre	4:39:17	77,84%	4:57:13	52,40%	<u>2:33:20</u>	55,00%	4:41:47	40,44%
Parts en coproduction	0:06:13	1,73%	0:34:54	6,15%	0:02:52	1,03%	0:20:25	2,93%
Autres TVL	0:02:49	0,79%	2:12:46	23,41%	1:28:48	31,85%	3:20:28	28,77%
Coproductions des autres TVL	0:31:33	8,79%	1:35:52	16,90%	0:25:44	9,23%	2:14:38	19,32%
Productions extérieures	0:38:56	10,85%	0:06:25	1,13%	0:08:04	2,89%	0:59:28	8,53%
Production propre et assimilée	4:45:30	79,57%	5:32:07	58,56%	2:36:12	56,03%	5:02:12	43,37%

### Production propre

En 2007, l'éditeur a produit, en propre<sup>4</sup> :

- 280 éditions du « Journal » quotidien du lundi au samedi ;
- 40 séquences du « Journal de la semaine » ;
- 365 « Météo » ;
- 40 numéros de « Chrono sports », un hebdomadaire sportif ;
- 34 éditions de « Chrono foot », un hebdomadaire footballistique ;
- 40 éditions de « Memento 1 », une séquence hebdomadaire reprenant les différentes activités culturelles de la semaine, et 24 numéros de « Memento 2 », son équivalent pour le week-end ;
- 39 numéros de « Label culture », un hebdomadaire culturel ;
- 3 « Kabaret », une émission musicale événementielle ;
- 40 numéros de « Info magazine », le magazine hebdomadaire de l'information ainsi que 10 éditions de sa version estivale ;
- 22 émissions « La bonne adresse », qui met en avant les produits du terroir ;

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

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



- 8 numéros de « Hainaut, un nouveau regard », une adaptation maison des séquences les plus significatives de « Hainaut, nouveau regard », la coproduction des 4 télévisions du Hainaut ;
- 36 éditions, dont 3 « spéciales, de « La mémoire des rues », un jeu sur l'histoire de la région ;
- 5 séquences estivales de ce même jeu ;
- 5 « Arrêt sur images », une émission pour cinéastes et vidéastes amateurs ;
- 40 séquences « 7 en salle » et 12 éditions de « 7 en salle première » deux émissions dédiées à l'actualité cinématographique de la région ;
- 45 « Jeu de l'été » ;
- 7 émissions spéciales consacrées au « Spring blues Festival » 2007 ;
- 5 capsules de présentation des nominés de « L'homme de l'année 2007 ».

L'éditeur déclare une production propre pour l'année 2007 de 251 heures, soit 80,1% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 238 heures 1 minute 30 secondes (241 heures 25 minutes en 2006), soit 56,45% (58,70% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre ne prend pas en compte l'autopromotion identifiée en première diffusion par l'éditeur. Avec celle-ci, la production propre atteint 244 heures 40 minutes 30 secondes (57,13% de la première diffusion).

### **Coproduction**

En 2007, l'éditeur a coproduit<sup>5</sup> :

- 19 numéros du « Journal des régions » valorisé à hauteur de 50% ;
- 10 éditions de « Sport été » un magazine sportif qui s'appuie sur des séquences sportives produites par les autres TVL ;
- 1 débat pré-électoral coproduit avec les télévisions du Hainaut ;
- 11 numéros de « L'heure ô génies », un jeu interscolaire coproduit par les télévisions locales ;
- 11 éditions de « Hainaut, un nouveau regard » coproduit avec les autres télévisions du Hainaut ;
- 40 numéros de « Dialogue Hainaut », coproduits également avec les télévisions locales du Hainaut ;
- 11 éditions de « Chuuut », l'agenda culturel de la province, coproduit par les 4 télévisions hennuyères avec la Province du Hainaut, valorisé à 25% ;
- 30 numéros de « Profils » auxquels elle a également fourni à chaque fois des séquences locales.

---

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



L'éditeur identifie une participation dans les coproductions équivalente à 5 heures 33 minutes 55 secondes, soit 1,77% des premières diffusions.

Le CSA, après contrôle, estime la part d'Antenne Centre dans la coproduction à 8 heures 57 minutes 3 secondes (9 heures 46 minutes 02 secondes en 2006), soit 2,12% (2,37% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA.

« 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 peut être considérée comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

L'émission « Chuuut » est valorisée à 20%. La convention passée avec les TVL indique que l'émission est réalisée en coproduction avec la province, même si elle mentionne toujours que la responsabilité de la collaboration incombe au service de relations publiques de la province de Hainaut. A la différence de « Dialogue Hainaut », l'émission est signée dans le générique comme une coproduction. L'un des éditeurs souligne que *« les journalistes culturels des télévisions locales sélectionnent les événements à promouvoir et fournissent les images s'y rapportant. Le montage est réalisé au sein des télévisions hennuyères »*.

Le CSA attire l'attention de l'éditeur sur le fait que la mention permanente à l'antenne du logo de l'institution provinciale peut induire le spectateur en erreur sur la provenance du programme et de ce fait créer une confusion sur sa responsabilité éditoriale. Le CSA demande donc à l'éditeur de supprimer cette mention.

### **Echanges de programmes**

Au nombre des échanges de programmes, l'éditeur cite « Comic Hotel » (MAAtélé), « Peinture fraîche » (MAAtélé), « Au fil de l'eau » (RTC Télé Liège), « Vie des châteaux » (RTC Télé Liège), « Francotidien » (Télévesdre), « Pense bête » (Télesambre), « Cahiers de notes » (TV Com), « Dbranchés » (TV Com), « Table et terroir » (TV Lux), « Un mois en enfer » (TV Lux)...

Il valorise ces échanges à hauteur de 43 heures 10 minutes au regard des programmes fournis en échange aux différentes télévisions locales concernées.

Devant la difficulté d'évaluer correctement les équivalences des programmes échangés et constatant l'absence de contrat d'échange, le CSA ne peut valider ces chiffres avec certitude. Il retient donc que l'éditeur souhaite valoriser 34,88% des programmes qu'il a reçus des autres TVL. Ces échanges représentent 10,24% de la première diffusion vérifiée par le CSA.



Selon l'éditeur, la production propre et assimilée s'élève donc à 290 heures 8 minutes 33 secondes. Elle représente selon lui 92,58% des émissions en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée, hors échanges, à 246 heures 58 minutes 33 secondes (251 heures 11 minutes 2 secondes en 2006), soit 58,57% (61,08% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre et assimilée ne prend pas en compte l'autopromotion identifiée en première diffusion par l'éditeur. Avec celle-ci, la production propre et assimilée atteint 253 heures 37 minutes 33 secondes (60,15% de la première diffusion).

Avec les échanges retenus par Antenne Centre, la production propre et assimilée sans autopromotion passerait à 290 heures 8 minutes 33 secondes, soit 68,81% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

### **Programmes mis à disposition**

L'éditeur liste les différentes émissions qu'il a mises à disposition des autres TVL dans le courant 2007 : « Spring blues », « Info magazine », Kabaret », « Les insolents »...

### **Achat et commandes de programmes**

Dans le courant 2007, Antenne Centre a également diffusé plusieurs programmes produits par d'autres acteurs que les télévisions locales : « Télévox », le journal des forces armées belges, « Le voyage de Gulliver », un film d'animation « La vie de Leonardo Da Vinci », « Les classiques de Charlot », tous trois distribués par Vidéodis, « Mamémo » (Olivier Battisti), « Big Bang » (Dominique Dubuisson) ainsi que « La rue des petits pas », des capsules qui « *mettent en lumière des individus qui, par des gestes simples (des « petits pas »), concrétisent des valeurs telles que le dialogue, la convivialité, le respect, la tolérance, l'altruisme...* » (Fondation Roi Baudouin).

### **Publicité**

L'éditeur estime la durée publicitaire annuelle à 533 heures 52 minutes rediffusions comprises, ce qui revient à 7,21% de la programmation.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 8,37% et 10,90% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 9,93%) de l'ensemble des programmes diffusés. Aucun dépassement n'a été constaté.



	Lundi	mardi	Mercredi	jeudi	Vendredi	samedi	dimanche	Moyenne de la semaine
Semaine 1	14,84%	13,46%	9,88%	9,19%	10,79%	7,72%	10,73%	10,90%
Semaine 2	7,90%	6,83%	14,49%	9,95%	7,97%	12,54%	12,54%	10,97%
Semaine 3	7,13%	10,03%	9,56%	9,20%	8,59%	8,78%	8,78%	8,83%
Semaine 4	10,04%	9,45%	11,38%	9,90%	11,81%	5,16%	6,13%	8,37%
								9,93%

L'éditeur ne précise pas la durée des publicités insérées dans les directs de basket-ball dont il n'a pas la maîtrise.

Celle-ci est néanmoins communiquée à la demande du CSA par la Fédération des télévisions locales.

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

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

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

- *compter, parmi les membres du personnel un ou des journalistes professionnels ou une ou des personnes travaillant dans des conditions qui permettent de le devenir conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel ; (...)*
- *reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ;*
- *être responsable de sa programmation et assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un esprit d'objectivité, sans censure préalable ou quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée ;*
- *assurer dans le traitement de l'information un équilibre entre les diverses tendances idéologiques respectant les principes démocratiques, présentes dans la zone de couverture ;*
- *assurer, dans sa programmation, son indépendance par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et 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 fournit le nom et le numéro de carte de presse de 20 journalistes professionnels, dont un réalisateur et un cadreur, et de 4 journalistes en attente de leur reconnaissance au titre. S'y ajoutent encore, selon les sources AGJPB, 2 cadreurs, 1 caméraman et 1 journaliste agréés. Deux journalistes non reconnus et 2 indépendants complètent l'équipe.

Outre le rédacteur en chef, 5 journalistes agréés occupent des fonctions de direction (direction, édition, secrétaire de rédaction, coordination technique, chargé de production et de gestion de projets).

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

L'éditeur déclare recourir à la pige dans le cadre de prestations liées à l'imprévu (actualité urgente) ou pour renforcer son équipe pour des soirées et durant les périodes de récupération du personnel permanent. Il souligne : « *L'ensemble de ces prestations représente environ l'équivalent de 3 emplois temps plein* ».

### **Société interne de journalistes**

La société interne de journalistes a été constituée le 7 mai 2004 et reconnue par le conseil d'administration le 22 juin 2004. 15 journalistes et un cameraman professionnels en sont membres ainsi que 2 journalistes en attente d'agrément.

Au cours du premier semestre de l'année 2007, la société de journalistes a été consultée sur un certain nombre de points relevant de la désignation du nouveau rédacteur en chef (échancier, procédure, définition de profil...). L'éditeur souligne à ce propos que « *le conseil d'administration s'est prononcé sur le principe d'un appel à candidatures interne et externe* ». Cet appel a été lancé le 11 mai 2007 et s'est clôturé le 10 juin 2007. L'éditeur précise : « *La SIJ a donc été consultée quant aux modalités de sélection mais n'a pas été associée à la procédure de désignation afin d'éviter tout conflit d'intérêt. Certains membres de la SIJ étaient en effet candidats à ce poste. La rédaction a pu toutefois rencontrer le nouveau rédacteur en chef avant son entrée en fonction effective le 15 septembre 2007* ».

L'article 66 §1<sup>er</sup> 7<sup>o</sup> du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion précise que la société des journalistes doit être consultée, notamment, « *sur la désignation du rédacteur en chef* ». Le CSA attire l'attention de l'éditeur sur le fait que la consultation qu'il a organisée, qui s'est limitée aux modalités de sélection du rédacteur, ne satisfait pas



pleinement à l'obligation. La SDJ aurait en effet dû être consultée également sur la désignation proprement dite du rédacteur en chef.

### **Règlement d'ordre intérieur**

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

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

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

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

L'éditeur ajoute encore sur ce point relatif à la responsabilité éditoriale que *« si aucun problème particulier ne s'est posé en 2007 sur cette question, les instances d'Antenne Centre ont finalisé le processus de distinction des fonctions de direction et de rédaction en chef telle que recommandée par le CSA. Un nouveau rédacteur en chef a ainsi été désigné par un jury indépendant sur base d'une épreuve écrite et orale. La prise de fonction a été effective le 15 septembre 2007 »*.

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

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

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

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

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

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

L'éditeur ne signale aucun problème qui aurait pu se poser en cette matière lors de l'exercice 2007.

### **Ecoute des téléspectateurs**

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

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

### **Droits d'auteur**

L'éditeur ne fournit pas de pièces attestant du respect de l'obligation. Il déclare que les factures Sabam sont à recevoir de la Fédération des télévisions locales.

La Fédération qui centralise les déclarations des télévisions locales auprès de la Sabam déclare : *« Cette rémunération étant calculée en fonction des montants des recettes publicitaires, la répartition des prises en charge par télévision ne peut se faire que lorsque tous*



*les montant publicitaires nous sont communiqués (...). Ce qui, en raison de litiges par exemple, peut prendre un temps certain ».*

## **SERVICES**

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

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

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

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

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

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

## **Vidéotexte**

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

## **Télétexte**

Antenne Centre dispose d'un système télétexte opérationnel. Plusieurs rubriques sont disponibles : programmes de la chaîne, infos services, partenariats (Médiathèque, Centre culturel régional du Centre, Musée de Mariemont, Ligue des familles), agenda des activités régionales, infos communales, répertoires, divers. Quelques publicités commerciales y sont également diffusées.



### Internet

Le site internet d'Antenne Centre ([www.antenne-centre.be](http://www.antenne-centre.be)) propose des informations sur la chaîne (programmes, historique, contacts, membres et administrateurs, comptes annuels, description du service publicité, vente de dvd...), le JT en ligne ainsi que des modules dynamiques (« Actu à la une » et « Nos infos ») qui permettent de pointer les informations principales relatives à la programmation de la chaîne. Le site qui ne contient aucune publicité accueille une moyenne de 16.000 visiteurs par mois.

### **COLLABORATIONS**

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

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

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

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

### TVL

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

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

Des émissions auxquelles l'éditeur ajoute les diffusions en réseau des moments forts d'événements majeurs du patrimoine culturel et du sport (Laetare, ducasse de Mons,





Fêtes de Wallonie, Astrid Bowl, Euro-League de Volley, Festival de Cerexhe...), de manière à « *accroître et diversifier leur offre de programmes* ».

Enfin, il relève que la prospection du marché publicitaire national a lieu via la régie TV One sous l'égide de la Fédération des TVL.

### **RTBF**

L'éditeur déclare coopérer avec la RTBF sur les points relatifs à l'échange d'images liées à l'actualité culturelle pour les magazines « Javas » (RTBF) et « Label culture » (Antenne Centre) et occasionnellement à l'information générale.

D'autres coopérations ont tenu à la coproduction de magazines comme « Les Niouzz » (une dizaine de séquences en 2007) ou à la participation – jusqu'en septembre 2007 – toutes les trois semaines sur Vivacité à une émission-débat sur un thème d'actualité ; à la diffusion du basket-ball du samedi soir ; à la prospection et la diffusion publicitaires dans le cadre d'un échange promotionnel avec Vivacité.

L'éditeur évoque enfin la programmation sur les ondes de VivaCité d'une série d'émissions sur les 25 ans d'Antenne Centre.

### **Autres médias**

Au nombre des collaborations avec les autres médias, l'éditeur cite l'organisation en partenariat avec *La Nouvelle Gazette* (Sudpresse) du concours grand public destiné à promouvoir les hommes et les femmes de l'année dans la région.

### **Associations**

L'éditeur met en avant le partenariat global entretenu avec le Centre culturel régional du Centre afin d'en promouvoir les activités en contrepartie de la mention du logo de la télévision locale sur l'ensemble de ses supports ainsi que divers partenariats menés avec Le Musée du carnaval et du masque, pour la finale de « Mémoire des rues », avec le Centre de la gravure et de l'image imprimée pour la mise en valeur des expositions, avec Espace Senior, pour la réalisation d'un DVD pour les « aidants proches ».

Il cite également plusieurs exemples d'accords de partenariat promotionnel (réalisation gratuite de spot, vidéotexte, promotion des activités) passés avec le monde associatif.

### **ORGANISATION**

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

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

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



Le conseil d'administration de la télévision locale a été renouvelé suite aux élections communales de 2006. L'éditeur déclare que le conseil d'administration, désigné en date du 28 mars 2007<sup>6</sup>, se compose de 33 membres, soit de 15 représentants du secteur publics et de 18 représentants des associations.

Les 15 représentants du secteur public se répartissent entre 7 PS, 4 CDH, 3 MR, 1 Ecolo. 12 de ces représentants (7 PS, 3 CDH, 2 MR) sont titulaires d'un mandat politique tel que visé par l'article 1<sup>er</sup> du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

Il n'y a pas d'observateur désigné par le gouvernement.

Tous les membres du conseil d'administration disposent d'une voix délibérative.

L'un des représentants du secteur public est administrateur, administrateur-gérant et président de radios privées.

Le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion indique en son art. 72 que « *nul ne peut être désigné en qualité d'administrateur ou d'observateur du gouvernement s'il exerce un mandat ou une fonction dans les organes de gestion ou de contrôle d'un éditeur de services, d'un organe de presse écrite ou d'une société de droit privé ou de droit public qui a pour objet une activité similaire ou s'il exerce un emploi ou une fonction dirigeante dans ces mêmes sociétés et organismes pour autant que cet emploi ou cette fonction soit susceptible de provoquer un conflit d'intérêts avec ceux de la télévision locale* ».

Selon le commentaire de l'article, « *cette disposition qui traite des incompatibilités a pour finalité d'assurer que les administrateurs et l'éventuel observateur du gouvernement permettront à la télévision locale de fonctionner en toute indépendance par rapport à un organisme de radiodiffusion, à un organe de presse écrite, ou encore à toute société publique ou privée qui aurait une activité similaire. L'incompatibilité vise les administrateurs de ces organismes et sociétés, mais aussi toute personne dont la fonction est susceptible de provoquer un conflit d'intérêts avec ceux de la télévision locale* ».

Dès lors que cet administrateur occupe un mandat d'administrateur auprès d'un autre éditeur de services, il rencontre l'incompatibilité visée par l'article 72. Il ne peut donc siéger au conseil d'administration d'Antenne Centre.

---

<sup>6</sup> Soit plus d'un mois après le délai légal. Vu les difficultés rencontrées par la plupart des télévisions locales, le délai de 4 mois consécutif aux élections communales fixé à l'article 70 §2 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion a été élargi à 8 mois dans la modification votée le 17 juillet 2008.



## AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Antenne Centre a respecté ses obligations pour l'exercice 2007 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 durée publicitaire, de droits d'auteur, de synergies avec les TVL.

Concernant les synergies avec la RTBF, le Collège d'autorisation et de contrôle constate leur quasi-inexistence, en dépit des obligations respectives de chacune des parties. Conscient que la responsabilité de la situation n'est pas imputable au seul éditeur local, il l'invite à solliciter formellement la RTBF afin d'engager rapidement une réflexion commune en la matière.

Le CSA note que la consultation que l'éditeur a organisée dans le cadre de la désignation d'un nouveau rédacteur en chef satisfait partiellement à l'obligation prévue dans le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. Il rappelle à l'éditeur que cette consultation porte sur la désignation à proprement parler du rédacteur en chef et ne se limite pas à un avis général sur la procédure de sélection. Etant donné que l'obligation a été suivie en partie et que la désignation, intervenue il y a un an, n'a pas suscité de réactions de la rédaction, le Collège estime ne pas devoir constater de manquement dans le chef de l'éditeur.

Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur le fait que la composition de son conseil d'administration entre en contradiction avec l'article 72 du décret du 27 février 2003 sur l'audiovisuel. L'exercice simultané de fonctions de décision au sein d'une télévision locale et d'un autre éditeur de services est en effet de nature à compromettre l'indépendance de la télévision. Le Collège invite donc l'éditeur à revoir sans délai la composition de son conseil d'administration de manière à éviter toute incompatibilité. Il procédera à un nouveau contrôle du respect de cette obligation avant la fin de l'exercice 2008.

Fait à Bruxelles, le 2 octobre 2008.