



Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°27/2008

Contrôle de la réalisation des obligations de Canal C 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 de Canal C 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^{er} 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 6 avril 2000, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle Canal C dont le siège social est établi rue Eugène Thibaut 1c à 5000 Namur.



L'autorisation est entrée en vigueur le 16 février 2000. 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. 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 Canal C n'ont pas connu de modifications en 2007.

La zone de couverture est composée des communes des arrondissements de Namur et de Philippeville, hormis Gembloux, soit : Andenne, Assesse, Cerfontaine, Couvin, Doische, Eghezée, Fernelmont, Floreffe, Florennes, Fosses-la-Ville, Gesves, Jemeppe-sur-Sambre, La Bruyère, Mettet, Namur, Ohey, Philippeville, Profondeville, Sambreville, Sombreffe, Viroinval, Walcourt.

Sambreville a été intégrée à la couverture de Canal C suite à un accord passé avec Télésambre et entré en vigueur le 1^{er} janvier 2006¹.

Cette zone correspond à la zone de réception, laquelle comprend en outre la commune d'Anhée.

Inatel, Brutélé, Ale-Télédis et l'AIESH distribuent Canal C sur la zone de couverture : Inatel pour Assesse, Cerfontaine, Couvin, Doische, Eghezée, Fernelmont, Floreffe, Florennes, Fosses-la-Ville, Gesves, Jemeppe-sur-Sambre, la Bruyère, Mettet, Namur, Ohey, Philippeville, Profondeville, Sombreffe, Viroinval, Walcourt (et une partie d'Andenne), Brutélé pour Sambreville et Ale-Télédis pour Andenne (la majeure partie non couverte par Inatel). Depuis le 21 décembre 2007, l'AIESH diffuse les programmes de Canal C sur les 9 villages de l'entité de Couvin qui relèvent de son réseau : Aublain, Brûly, Brûly-de-Pesche, Cul-des-Sarts, Dailly, Gonrioux, Pesche, Petite-Chapelle et Presgaux. Dans tous les cas, le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique.

Depuis mai 2007, Belgacom TV distribue la télévision locale sur sa zone de couverture ainsi que sur celle de Canal Zoom. L'éditeur indique qu'un accord a été passé avec Canal Zoom, de telle manière à être capté, via ce distributeur, dans la région gembloutoise.

¹ Voir le contrôle de la réalisation des obligations de Canal C et de Télésambre pour l'exercice 2005.



MISSION

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

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

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

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

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

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

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

L'éditeur communique le projet de chaîne de la télévision locale, qui « a pour but de préciser le cadre dans lequel Canal C entend développer ses activités ». Il y énonce d'emblée que « Canal C est une télévision locale de service public. Elle défend des valeurs humanistes et de progrès, dans un esprit de rigueur et d'indépendance au service de la région namuroise et de ses habitants ». Valeurs, critères de choix et méthodes de travail y sont explicités.

Le projet de chaîne rappelle ainsi que le travail éditorial de Canal C veut « permettre au téléspectateur de se forger une opinion, de comprendre comment évolue son environnement immédiat et lointain, de mesurer les véritables enjeux de société ». Il souligne : « Nous voulons lui donner [au spectateur] quelques-unes des clés qui lui permettront, s'il le souhaite, de devenir un citoyen plus actif. En cherchant à être un lieu où les Namurois ont le réflexe de se retrouver pour s'informer, en étant un média intelligent, Canal C parviendra de facto à atteindre ses autres buts que sont la production et la réalisation de programmes d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente ».

Au rayon information, Canal C produit et diffuse « L'info », le journal d'informations locales quotidien (six jours sur sept) ; « L'actualité de la semaine », le digest hebdomadaire de l'information ; « Start », un magazine sportif ; « Vendredi et compagnie », une émission d'information et de divertissement ; « Face à face », des rencontres avec les têtes de listes des partis démocratiques, organisées dans le cadre des élections législatives ; des rétrospectives 2006 et 2007 ; « Télémémoires », une



émission d'archives ; « Point barre », des rencontres-débats ; et « Plein cadre », un magazine de reportages-débats « maison »...

Plusieurs coproductions et mises à disposition renforcent ce pôle information : « Le journal des régions Namur-Luxembourg » (Canal C, Canal Zoom, MATélé et TV Lux), des débats pré-électoraux (Canal C, MATélé, Canal Zoom), « Prospectives », un magazine économique (Canal Zoom, Canal C et MATélé), « Lets'goal », la présentation avant saison des équipes de football namuroises (Canal C et MATélé), « Profils » (11 télévisions locales), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Campus » et « Images et savoir » (FUNDP).

En matière de culture, l'éditeur déclare les directs réalisés depuis le Festival international du film francophone, « Menu de soirée », une émission de rencontres et de découvertes culturelles ainsi que la coproduction des émissions consacrées au Festival du film nature.

Plusieurs programmes ponctuels mis à disposition par les TVL complètent l'offre culture : « Afro blues diaspora » (Antenne Centre), « Saint-André, un groupe qui monte » (Canal Zoom), « Le sacre du printemps » (RTC Télé Liège), la finale du concours de Chant lyrique de Verviers (Télévesdre)...

Aucune émission ne relève directement de l'éducation permanente, si ce n'est « L'heure ô génies », le jeu interscolaire coproduit par les télévisions locales. Selon l'éditeur, la mission d'éducation permanente est rencontrée dans la plupart des émissions d'information.

A la rubrique animation, l'éditeur classe deux productions maison : « 109 », une émission « *par et pour les jeunes* » et « Portrait de l'été », un magazine estival qui se penche sur des événements ou des personnalités du moment, Les émissions mises à disposition par d'autres télévisions locales entrent également dans cette catégorie : « Le choc des géants » (RTC Télé Liège, Télésambre, notélé et RTBF), « Les insolents » (Antenne Centre), « Comic Hotel » (MATélé), « Table et terroir » (TV Lux).

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 Canal C 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)	8	2	1	21
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ²	2	2	0	11

La télévision a développé son offre culturelle en créant de nouvelles émissions maison et a conforté son offre en matière d'information, en lançant un magazine de reportage.

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	0,00%	15,67%	0,00%	19,28%
Développement culturel	2,99%	0,00%	0,00%	0,00%
Education permanente	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Information	60,72%	62,76%	100%	43,84%

La mission d'information domine toujours tandis que l'éducation permanente et le développement culturel passent à l'arrière-plan. Ponctuellement, les émissions d'animation étoffent la grille de programme. On notera toutefois que la qualification variable des programmes, la réalisation transversale des missions et le caractère ponctuel des couvertures culturelles nuancent cette observation.

Participation active de la population de la zone de couverture

L'éditeur déclare veiller à donner la parole au secteur associatif essentiellement dans le cadre de son journal d'information que ce soit au travers des reportages ou dans des discussions en plateau. Il précise que « *d'autres émissions permettent également la participation active de la population, via des débats sur des sujets d'actualité (« Point barre»), des partages de passion (« Vendredi et compagnie»), des échanges sportifs (« Start») » et qu'il reçoit aussi régulièrement des responsables d'association, des organisateurs de manifestations, des personnes actives au sein du tissu associatif namurois. Il conclut que peu de médias peuvent offrir une telle vitrine : « nos émissions cherchent à valoriser les initiatives locales et à renforcer la cohésion sociale de notre région ».*

² Ces émissions sont celles qui ont été prioritairement attachées à la catégorie par l'éditeur. On notera qu'elles relèvent parfois subsidiairement d'une autre catégorie.



Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

Selon l'éditeur, Canal C contribue à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques par la couverture constante, au long de l'année, de la plupart des conseils provinciaux et des conseils communaux qui se déroulent sur sa zone de couverture. La chaîne donne également régulièrement la parole aux élus locaux et aux initiatives locales (associations de parents, d'habitants, collectifs locaux, rencontres citoyennes...).

L'éditeur a également produit (voire coproduit) et diffusé plusieurs émissions spéciales dans le cadre des élections législatives de juin 2007 : ont ainsi été organisés quatre rencontres entre la rédaction de Canal C et chaque tête de liste des partis démocratiques, quatre débats avec des candidats des partis démocratiques et une soirée spéciale le soir du scrutin. *« Le but était à chaque fois de clarifier les enjeux et de donner la parole équitablement aux listes démocratiques ».*

Le projet de chaîne joint au rapport d'activités indique par ailleurs : *« Nous sommes particulièrement attentifs à tout ce qui peut renforcer le débat démocratique. Nous suivons de près les débats locaux et nous veillons à respecter le pluralisme dans notre couverture des infos locales ».*

Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

Selon l'éditeur, mettent en avant les spécificités locales « 109 », l'émission réalisée par et pour les jeunes, les JT, quotidiens ou hebdomadaires, « Menu de soirée », le magazine culturel maison, « Point barre », les débats organisés au long de l'année avec des personnalités du crû, « Télémémoires », l'émission d'archives de la télévision, les directs émis depuis le Festival du film francophone de Namur, etc.

Selon l'éditeur, des émissions produites en propre comme celles consacrées aux Fêtes de Wallonie, au Festival du film international du Film francophone, à la culture (« Menu de soirée »), ainsi que certaines couvertures d'événements locaux (« Vauban à l'assaut de la citadelle », « Combat des échasseurs »), mettent particulièrement en avant le patrimoine culturel de la Communauté française.

La déclaration annuelle de volume de production propre laisse ainsi apparaître que les émissions maison liées au patrimoine culturel de la Communauté française représentent 2,95% de la première diffusion, et les émissions consacrées aux spécificités locales 59,63%.



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'éditeur³, la durée des programmes s'entend, en 2007, comme suit :

	Durée annuelle	Durée quotidienne moyenne
1 ^{ère} diffusion	483 heures 48 minutes	1 heure 19 minutes 53 sec.
avec multidiffusion	2759 heures	7 heures 55 minutes 53 sec.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion s'élève, hors publicité, à 414 heures 19 minutes 30 secondes (402 heures 11 minutes 21 secondes en 2006), soit à 1 heure 8 minutes 6 secondes en moyenne quotidienne.

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 18 minutes 37 secondes.

La production propre et assimilée de ces échantillons⁴ s'élève à 67,60% la première semaine, 78,43% la deuxième, 100% la troisième et 63,57% la quatrième.

³ La déclaration de l'éditeur se base sur la durée théorique des émissions.

⁴ 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.



	Semaine 1		Semaine 2		Semaine 3		Semaine 4	
Production propre	5:52:33	65,47%	6:46:52	53,12%	3:21:50	100%	6:55:02	59,73%
Parts en coproduction	0:11:29	2,13%	3:13:52	25,31%	0:00:00	0,00%	0:26:43	3,84%
Autres TVL	2:23:04	26,57%	0:20:00	2,61%	0:00:00	0,00%	2:53:00	24,90%
Coproductions des autres TVL	0:31:24	5,83%	1:59:12	15,56%	0:00:00	0,00%	1:20:07	11,53%
Productions extérieures	0:00:00	0,00%	0:26:00	3,39%	0:00:00	0,00%	0:00:00	0,00%
Production propre et assimilée	6:04:02	67,60%	10:00:44	78,43%	3:21:50	100%	7:21:45	63,57%

Production propre

En 2007, l'éditeur a produit, en propre⁵ :

- 266 numéros de « L'info », le JT maison ;
- 52 « Actualité de la semaine », le résumé hebdomadaire des informations ;
- 35 émissions « Start », le magazine hebdomadaire des sports ;
- 4 « Face à face » avec la rédaction qui rencontre chaque tête de liste des partis démocratiques ;
- 27 « Portrait de l'été », un magazine quotidien estival qui dresse le portrait d'une manifestation ou d'une personnalité locale ;
- 7 éditions de « 109 », une émission réalisée par et pour les jeunes dont 3 consacrées à Esperanzah et 4 au Verdur'Rock ;
- 5 matchs du club de basket-ball de Namur ;
- 10 numéros de « Télémoires », la rediffusion de séquences d'il y a 10 ans accompagnées d'un commentaire et d'une séquence d'actualisation ;
- 15 « Menu de soirée », une émission culturelle ;
- 21 numéros de « Plein cadre », un magazine de reportage maison commenté et analysé en plateau ;
- 3 émissions « Urban », consacrées à l'analyse de l'impact des aides européennes dans la revitalisation économique de Sambreville ;
- 8 « Point barre », une émission de débat qui confronte deux personnalités namuroises, dont 3 versions longues enregistrées en public ;
- 9 « Rétrospectives », dont 4 pour l'année 2006 et 5 pour l'année 2007 ;

⁵ Seules les émissions régulières sont reprises.



- 20 numéros de « Vendredi et compagnie », un talk show qui mêle actualité et chroniques diverses (passions, sport...);
- 4 éditions de « Place communale Andenne », un magazine réalisé avec l'administration communale concernée;
- 5 directs en lien avec le Festival international du film francophone de Namur.

Selon l'éditeur, en 2007, le temps de production propre s'élève à 284 heures 54 minutes. Il représente selon lui 58,89% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 249 heures 8 minutes 30 secondes (267 heures 7 minutes 40 secondes en 2006), ce qui équivaut à 60,13% (66,42% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Le CSA rappelle que les émissions de « commande » comme « Place communale » ne peuvent être considérées comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

Coproduction

L'éditeur retient en coproduction les émissions régulières suivantes :

- 32 numéros du « Journal des régions Namur-Luxembourg », une collaboration de Canal C, Canal Zoom, MAtélé et TV Lux ;
- 4 débats électoraux et 1 soirée électorale coproduits avec Canal Zoom et MAtélé ;
- 6 éditions de « Prospectives », un mensuel économique auquel contribuent également Canal Zoom et MAtélé ;
- 7 quotidiennes estivales de « Let's goal », coproduites avec MAtélé, où sont présentées les équipes de football régionales ;
- 3 éditions du documentaire « Le Festival du film nature », en collaboration avec l'association qui promeut le Festival ;
- 11 numéros de « L'heure ô génies », un jeu interscolaire coproduits par les télévisions locales ;
- 30 « Profils », le magazine de la formation et de l'emploi des TVL pour lequel Canal C a produits 30 séquences d'ancrage local ;

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 11 heures 12 minutes, soit 2,31% des premières diffusions.

Après vérification, le CSA estime cette production égale à 13 heures 32 minutes 55 secondes (5 heures 12 minutes 45 secondes en 2006), soit 3,27% (1,29% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA.



Echanges de programmes

L'éditeur ne déclare aucun échange de programmes.

La production propre et assimilée s'élève donc, selon l'éditeur, à 296 heures 6 minutes. Elle représente, selon les données qu'il fournit, 61,24% des émissions en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 262 heures 41 minutes 25 secondes (272 heures 20 minutes 25 secondes en 2006), soit 63,35% (67,71% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA.

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, « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Table et terroir » (TV Lux), « Ligne directe » (Télé Bruxelles), « Francotidien » (Télévesdre), « Comic Hotel » (MATélé), « Le choc des géants » (les matches de basket fruit de la coproduction entre RTC Télé Liège, Télésambre, notélé et la RTBF), « Vivre en Sambre » (Télésambre)...

Achat et commandes de programmes

L'éditeur déclare ne pas acheter de programmes mais participer financièrement aux frais des événements « réseau » de la Fédération des télévisions locales.

Outre « Télévoix », ces achats et commandes se composent d'émissions mises à disposition par d'autres producteurs que les TVL : « Campus » et « Images et savoir » (FUNDP) et les courts métrages de Charlie Chaplin.

Publicité

Selon l'éditeur, la durée annuelle des publicités est de 19 heures 25 minutes (16 heures 58 minutes 30 secondes en 2006), ce qui représente 4,01% (3,7% en 2006) de l'ensemble des programmes en première diffusion.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 6,63% et 9,22% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 7,93%) de l'ensemble des programmes diffusés. Aucun dépassement n'a été constaté.

Lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	dimanche	Moyenne
-------	-------	----------	-------	----------	--------	----------	---------



Semaine 1	9,94%	12,79%	13,08%	8,04 %	11,19%	4,44%	5,56%	9,22%
Semaine 2	9,83%	9,96%	7,13%	5,57 %	12,92%	7,19%	1,93%	7,77%
Semaine 3	12,90%	8,55%	4,39%	6,46 %	8,55%	5,12%	4,57%	6,63%
Semaine 4	10,27%	6,24%	8,24%	7,12 %	8,38%	5,57%	8,60%	7,75%
								7,93%

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^{er} 5°, 7°, 8°, 9°, 10°, 11°, 12° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

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

- *compter, parmi les membres du personnel un ou des journalistes professionnels ou une ou des personnes travaillant dans des conditions qui permettent de le devenir conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel ; (...)*
- *reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ;*
- *être responsable de sa programmation et assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un esprit d'objectivité, sans censure préalable ou quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée ;*
- *assurer dans le traitement de l'information un équilibre entre les diverses tendances idéologiques respectant les principes démocratiques, présentes dans la zone de couverture ;*
- *assurer, dans sa programmation, son indépendance par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et intercommunaux, aux distributeurs de services de radiodiffusion, aux partis politiques, aux organisations représentatives des employeurs ou de travailleurs et aux mouvements philosophiques ou religieux ;*
- *Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...)* assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes ;
- *Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...)* avoir mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins.



Journalistes professionnels

En 2007, l'éditeur comptait 16 journalistes agréés parmi son personnel, dont le directeur, deux cameramen et un réalisateur.

L'équipe d'information compte tous les journalistes agréés – à l'exception du directeur, des techniciens et du réalisateur –, ainsi que deux autres journalistes temps plein.

L'éditeur déclare recourir à du personnel pigiste ou indépendant pour « *faire face à des pointes d'actualité et à la couverture de certains événements le week-end* » ainsi que « *pour répondre à un surcroît de travail dans le cadre de projets financés par les organismes extérieurs (Loterie nationale...)* ».

Société interne de journalistes

Une société interne de journalistes (« Société des journalistes de Canal C ») a été constituée le 4 décembre 2007. Elle a été reconnue par le conseil d'administration de Canal C le 18 décembre 2007.

Peuvent en être membres les journalistes de la rédaction ainsi que les personnes agréées au titre de journaliste professionnel conformément à la loi du 30 décembre 1963 et travaillant à titre principal pour la télévision locale, quelle que soit leur fonction. 13 des journalistes professionnels en sont signataires, dont les cameramen et le réalisateur.

Règlement d'ordre intérieur

Le règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information approuvé le 30 mars 1989 par Canal C reste d'application.

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

L'éditeur fournit en annexe de son rapport le « Projet de chaîne » qui définit le cadre dans lequel Canal C développe ses activités. Ce projet souligne, entre autres, que le métier de Canal C n'est pas de reproduire l'information rapportée par d'autres médias, mais de développer sa propre politique rédactionnelle. « *Nous veillons, précise ce projet, en particulier à anticiper les enjeux futurs et à faire prendre conscience des infos parfois cachées, en reliant des éléments pas nécessairement liés* ».

L'éditeur évoque comme autres dispositifs visant à garantir la maîtrise éditoriale les réunions quotidiennes de la rédaction ainsi que la réunion hebdomadaire de planification, de concertation et de discussion.



Il indique que la télévision n'a connu aucune difficulté en la matière dans le courant 2007.

Equilibre entre les diverses tendances idéologiques

Canal C déclare veiller à l'équilibre entre les diverses tendances idéologiques via l'établissement d'un règlement spécifique en période d'élection.

Les articles 5 et 6 du R.O.I. garantissent une 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 déclare n'avoir connu aucune difficulté sur ce point dans le courant de l'exercice 2007.

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

Au nombre des valeurs qu'il défend, le projet de chaîne affirme l'indépendance de la télévision : « *Notre télé n'est l'instrument de personne et surtout d'aucune stratégie. Nous ne tombons pas dans le panneau des effets d'annonce, conférences de presse prétextes et autres sollicitations qui restent par la suite sans effet. Notre sens critique nous permet de faire la part des choses et de remettre les événements dans leur contexte. Canal C est une télé faite par des gens de notre région pour et avec des gens de notre région. Il n'y a pas d'autres intérêts en jeu, il n'y a pas de place pour quelque lobby que ce soit, il n'y a pas d'actionnaires mus par des objectifs de profit. Toute l'énergie peut être mise au service exclusif des téléspectateurs et de leur région* ».

Sur la question de l'indépendance, l'éditeur précise que les statuts de Canal C sont plus exigeants que le décret puisqu'ils demandent 40 % d'administrateurs ayant un mandat public au lieu de 50 %.

Quant au R.O.I., il souligne que l'esprit de rigoureuse objectivité défini aux articles 1 et 2 « *constitue une exigence fondamentale* ».

L'éditeur déclare n'avoir connu aucun problème en la matière en 2007.

Ecoute des téléspectateurs

Comme les années précédentes, l'éditeur indique que les plaintes sont rares et arrivent généralement par téléphone. Les questions, par mail, téléphone ou courrier, sont plus nombreuses. Elles sont relatives à des services que rend la télévision locale : couverture



ou annonce d'événements, copie de séquences, partenariats, soutien à diverses causes... Comme pour les plaintes, l'éditeur y répond généralement dans les huit jours.

L'éditeur souligne encore qu'il reçoit aussi des appels concernant des défauts dans la réception de ses programmes. Il conseille alors aux téléspectateurs de contacter leur télédiffuseur. Lui-même interpelle régulièrement les câblodiffuseurs à cet égard.

Il n'évoque aucun problème en la matière pour 2007.

Droits d'auteur

L'éditeur qui produit des factures ponctuelles qui attestent de son respect de l'obligation déclare n'avoir pas encore reçu la facture de la Fédération des télévisions locales concernant le forfait à payer pour les droits d'auteurs de la SABAM. 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 montants 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^{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

L'éditeur déclare avoir mis en œuvre un programme de vidéotexte qui alterne rubriques commerciales payantes (annonces immobilières et annonces de vente de voitures d'occasion) et annonces culturelles gratuites. Les annonces commerciales sont gérées en collaboration avec la régie publicitaire locale de la télévision.

La durée estimée du vidéotexte s'élève à un peu moins de 17 heures par jour, soit à environ 6.000 heures par an. La publicité couvre « environ la moitié du temps total ».



Télétexte

Le télétexte de Canal C diffuse uniquement des annonces services : programmes de la télévision, agenda culturel, stages de vacances, annonces de la Ligue des familles, gardes médicales.. Il est développé en partenariat avec La Ligue des Famille pour les pages qui la concernent.

Ce service ne diffuse pas de la publicité et ne génère aucune recette commerciale.

Internet

Depuis novembre 2007, le site internet de Canal C (www.canalc.be) propose aux internautes, en plus des informations générales habituelles (coordonnées, programmation, informations légales...), la possibilité de visionner le dernier journal diffusé, en tout ou en partie, ainsi que tous les reportages et émissions réalisés en son sein depuis fin 2007 et de consulter directement les résultats sportifs de la province. Il a été développé avec l'aide de la Fédération des télévisions locales pour ce qui concerne l'architecture globale du site et sa compatibilité avec le site des autres télévisions locales et avec l'aide ponctuelle du Syndicat d'initiative de Jambes pour sa mise en œuvre et son lancement. En novembre et décembre, il avait enregistré quelque 5.000 visites par mois. Le site ne diffuse aucune publicité et ne génère aucune recette commerciale.

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

L'éditeur renvoie à la liste des programmes qu'il a reçus des autres télévisions locales (voir plus haut).

En matière de prestations techniques et de services, l'éditeur déclare des collaborations avec TV Lux (location du studio de Canal C pour les débats électoraux, location du car régie pour l'enregistrement de « Table et terroir » et des « 10 ans de TV Lux », pour la



captation d'un match de football), et une aide de Canal Zoom (dans la couverture des rencontres sportives de l'Euroleague de basket féminin, pour les émissions en direct enregistrées dans le cadre du Festival international du Film francophone de Namur et les directs réalisés pour les Fêtes de Wallonie).

Il a par ailleurs organisé le lancement de la saison de football avec MATélé, télévision avec laquelle il a également passé des accords ponctuels et partage la même régie publicitaire locale que Canal Zoom.

RTBF

L'éditeur déclare avoir procédé à des échanges d'images gratuits avec la RTBF concernant les programmes d'information. Ces échanges ne sont pas quantifiables.

Jusqu'en juin 2007, Canal C participait régulièrement à des interviews radio sur Vivacité.

En décembre 2007, Canal C et la RTBF ont capté en commun - la première les images, l'autre le son - un concert du Jack Million Band,

L'éditeur indique que le site internet renvoie vers le podcast du dernier journal parlé de l'information régionale de Viva Namur et qu'il a préparé « *un projet de diffusion en télé des émissions matinales de Viva Namur, du lundi au vendredi, hors juillet et août* ».

Autres médias

L'éditeur déclare procéder à des échanges publicitaires avec *Vers l'Avenir*.

Associations

Le projet de chaîne annexé au rapport indique ainsi que « *une bonne télévision est aussi une télévision dont les membres du personnel se transmettent et entretiennent les valeurs de la chaîne. Canal C est née du tissu associatif namurois et compte bien que ses racines continuent à se développer au sein du mouvement des associations implantées sur notre zone de diffusion* ».

En plus des différents reportages régulièrement consacrés aux nombreuses associations actives sur sa zone de couverture, Canal C a développé en 2007 des projets d'éducation aux médias autour de la réalisation d'émissions, l'un mené avec les apprenants de « Lire et écrire », l'autre avec des jeunes du quartier des Balances à Namur. La télévision a également coproduit des émissions avec Les magasins du monde OXFAM et avec SOS Faim. Plusieurs partenariats de promotion préférentiels ou gratuits ont été conclus en cours d'année avec diverses associations citées par l'éditeur (SIEP, Jeune ballet de Namur, Art'bre, Natura Rock, FIFF, Centre culturel de Sambreville...). Enfin, la télévision veille à confier dans la mesure du possible certaines de ses activités ou commandes à des entreprises d'économie sociale ou entreprise de formation par le travail.



ORGANISATION

(art. 70 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

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

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

Le conseil d'administration 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 12 mars 2007⁶, se compose de 23 membres, soit de 9 représentants du secteur public et de 14 représentants des associations. Un représentant la ville de Namur assiste également comme observateur aux réunions du conseil d'administration. Aucun observateur n'a été désigné par le gouvernement.

Les 9 représentants du secteur public sont titulaires d'un mandat politique, 3 ont été attribués au PS, 3 au CDH, 2 au MR, 1 à Ecolo.

L'observateur représentant la ville de Namur est également titulaire d'un mandat (CDH) au sens de l'article 1^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

4 membres du conseil d'administrations sont liés à l'asbl RTA (Réinsertion Téléformation Animation), un centre de formation aux métiers de l'audiovisuel. Cette asbl n'est pas visée par les incompatibilités figurant à l'article 72 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion prévoit à l'article 70 §9 que « *les représentants du ou des distributeurs qui mettent à disposition le service de la télévision locale dans sa zone de couverture, les communes comprises dans la zone de couverture, peuvent siéger avec voix consultative au sein de l'assemblée générale de la télévision locale* ». L'éditeur explique cependant la présence dans son conseil d'administration d'un observateur de la ville de Namur par le fait que les « *mandataires « publics »* » qui y ont été élus par l'assemblée générale de l'asbl ont été proposés par les partis politiques et non par les communes ou autres institutions. « *Ils représentent donc leur parti et non la ou les entité(s) politique(s) dans laquelle ils ont un mandat* ». « *Pour des raisons historiques, poursuit-il, notre assemblée générale a aussi estimé qu'il convenait de maintenir un canal d'information privilégié envers d'une part la ville de Namur, d'autre part la province. C'est pourquoi l'assemblée générale a décidé de créer deux postes d'observateurs, un pour chacune de ces deux institutions.*

⁶ Soit 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.



Dès 2007, la Ville de Namur nous a indiqué que le collège communal avait désigné son observateur. La Province a fait de même courant 2008 ».

Ces observateurs ne disposent ni d'une voix délibérative, ni d'une voix consultative. L'éditeur indique à ce propos : *« A aucun moment, il n'a été question de donner une voix consultative à ces observateurs. Nous avons d'ailleurs été très clairs à ce sujet avec les deux institutions concernées. Le principal avantage d'être observateur au conseil d'administration consiste à recevoir régulièrement les procès-verbaux de notre comité de direction, à l'instar de tous les administrateurs. Tel était bien le souhait de notre assemblée générale, à savoir maintenir un canal d'information privilégié. Nous précisons en outre que permettre à ces observateurs de participer activement à nos conseils nous aurait placé dans une situation inconfortable, dans la mesure où nous aurions été en contradiction avec nos propres statuts : la proportion de maximum 40% de mandataires publics aurait été dépassée ».*

Le CSA note que le décret sur la radiodiffusion prévoit que des observateurs des communes peuvent siéger à l'assemblée générale d'une télévision locale avec voix consultative. Le même décret ne dit rien de la présence d'observateurs politiques avec voix consultative ou non au sein des conseils d'administration.

Dès lors, s'il estime qu'un mandat d'observateur politique avec voix consultative peut dans les faits créer, hors cadre légal prévu au décret, un déséquilibre dans le conseil d'administration d'une télévision locale - la présence de plusieurs observateurs politiques au sein d'un conseil d'administration pourrait en effet déforer dans les faits la règle des 50% - et nuire ainsi à son indépendance, le CSA considère que la présence au titre strict d'information de ces observateurs au sein du conseil d'administration de Canal C, telle que régie par l'éditeur, et qui reste dans les faits, inférieure au seuil maximum légal, ne pose pas problème.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Canal C 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 faible développement, voire leur disparition progressive, en dépit des obligations respectives de chacune des parties. Conscient que la responsabilité de la situation n'est pas imputable uniquement à Canal C, il l'invite cependant à solliciter formellement la RTBF afin d'engager rapidement une réflexion et des actions communes en la matière.

Nonobstant cette observation, le Collège est d'avis que Canal C a respecté ses obligations pour l'exercice 2007.

Fait à Bruxelles, le 2 octobre 2008.