



Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°32/2008

Contrôle de la réalisation des obligations de Télé Mons-Borinage 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 Télé Mons-Borinage 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 23 décembre 1996, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle Télé Mons-Borinage dont le siège social est situé au Carré des Arts, rue des Sœurs Noires 4a à 7000 Mons.



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

Les statuts de Télé Mons-Borinage ont été modifiés en date du 1^{er} février 2007 dans le souci de réorganiser l'assemblée générale et le conseil d'administration, en prenant en compte les remarques formulées par le CSA lors des précédents contrôles.

La zone de couverture est composée des 13 communes de l'arrondissement de Mons, soit Boussu, Colfontaine, Dour, Frameries, Hensies, Honnelles, Jurbise, Lens, Mons, Quaregnon, Quévy, Quiévrain et Saint-Ghislain.

Cette zone correspond à la zone de réception.

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

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

MISSION

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

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

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

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

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



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

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

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

Les objectifs éditoriaux de Télé Mons-Borinage sont, via les JT maison (« 18 au Carré » et « Carrément 18 », devenus « Les infos » dès octobre 2007), d'« *informer les téléspectateurs de la zone sur les événements en veillant à garantir le pluralisme politique et philosophique ainsi qu'un équilibre géographique de couverture entre la « capitale », Mons, et les 12 autres communes dont certaines (Quévy, Quiévrain, Jurbise, Lens par exemple) purement rurales* », de « *mettre en valeur les diverses richesses humaines et patrimoniales de la zone mais aussi plus largement du Hainaut et de la Communauté française* » au travers des magazines (économiques, culturels, sociaux, de proximité) produits en propre ou coproduits, d'« *assurer une mission de « citoyenneté » en produisant et diffusant des débats divers ou autres confrontations, de « veiller à apporter des éléments de formation par la participation à la production d'émissions sociales et d'éducation permanente de type « Profils » » et de « distraire les téléspectateurs par des produits achetés en réseau (...) du type « courts métrages Chaplin » dont une partie a été diffusée en 2007 ou des variétés populaires du type « Les amuse-gueules » ».*

L'éditeur déclare avoir produit en information le JT « 18 au Carré » et sa déclinaison thématique quotidienne « Carrément 18 » (devenus en octobre 2008 « Les infos »), « Le dossier de la rédaction », l'analyse mensuelle d'un fait d'actualité, « Face à vous », l'interview « *sur le gril* » d'un « décideur » de la région, les débats organisés dans le cadre des élections législatives 2007, « L'agenda du sport », qui propose une sélection d'activités sportives organisées dans la région, les hebdomadaires sportifs « Atout sports » et « Le sport », l'un dédié principalement au football et au basket-ball, l'autre aux autres sports de compétition ou non. L'éditeur a également coproduit « Le journal des régions » (avec les différentes TVL), « D'ici et d'ailleurs » (avec diverses TVL), un magazine hebdomadaire qui collationne les informations de la semaine, « Dialogue Hainaut » (avec Antenne Centre, notélé et Télésambre) et « Hainaut, un nouveau regard », une émission qui présente les atouts de la province (avec Antenne Centre, notélé et Télésambre).

Côté développement culturel, l'éditeur assure la production de « Les poissons philosophes », un bimensuel qui brosse le portrait d'artistes locaux, « Un soir au Festival », le journal du Festival international du Film d'amour, « Cinemagix », l'agenda cinéma, « Pierre, papier... » et « Propos libres », des émissions d'entretiens ciblées pour l'une sur les artisans, pour l'autre sur les personnalités locales, « Fenêtre sur court », un magazine estival consacré aux courts métrages, « L'agenda culturel » et « Toc, toc, talk », un talk show hebdomadaire consacré aux événements de la semaine,



« agrémenté d'une prestation musicale et de rubriques BD, cinéma et consommation ». Il diffuse également « Chuuut », un magazine hebdomadaire coproduit par les 4 télévisions du Hainaut et consacré aux sorties culture, musique, folklore de la province du Hainaut.

En matière d'éducation permanente, l'éditeur a produit « Babebibobu », une émission de réflexion qui laisse la parole aux adolescents et adultes, et a coproduit et diffusé « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation des TVL.

En animation, Télé Mons-Borinage a produit « Le mot clé », remplacé en octobre 2008 par « Zéro de conduite », un jeu interactif qui propose aux téléspectateurs un rendez-vous sur un lieu fréquenté de la région, et coproduit avec les autres TVL « L'heure ô génies », un jeu interscolaire. Plusieurs événements couverts par toutes les TVL ou par une partie d'entre elles concourent également à la mission d'animation comme « Le Mérite sportif » ou « Le Festival du rire ».

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

L'éditeur se base sur l'analyse des quatre semaines d'échantillon trimestriel pour identifier la manière dont ses missions ont été remplies en 2007. Il souligne que « certains programmes (...) remplissent plusieurs missions. A titre d'exemple, indique-t-il, dans un « Toc, toc, talk », on peut retrouver une prestation d'un jeune groupe de la région (développement culturel), une séquence consommation (éducation permanente), des responsables d'associations (animation)... ».

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	DUREE	%	DUREE	%	DUREE	%	DUREE	%
1ère DIFF.	28:11:31	62,6%	3:39:43	8,1%	5:19:52	11,8%	8:45:57	19,5%
REDIFF.	173:9:54	57,9%	36:46:06	12,3%	53:8:36	17,8%	36:29:19	12,2%
TOTAL	201:21:25	60,2%	40:25:49	10,2%	58:28:28	14,8%	45:15:16	15,8%

Entre 2006 et 2007, l'information a perdu en importance, essentiellement en raison de la disparition du nombre élevé de débats pré-électorales organisés dans le cadre de la campagne des communales 2006.

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 Télé Mons-Borinage 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)	5	8	3	14
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ¹	2	5	1	11

En 2007, la TVL a accru son offre d'information en production propre.

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

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	1,75%	9,24%	4,53%	11,69%
Développement culturel	1,92%	3,48%	8,37%	7,33%
Education permanente	5,20%	0,91%	0,00%	1,08%
Information	47,29%	20,62%	29,27%	20,85%

La mission d'information domine mais pâtit de la baisse de production propre sur les semaines analysées.

Participation active de la population de la zone de couverture

L'éditeur sollicite la population de la zone de couverture dans le cadre de plusieurs émissions maison voire de coproductions : « Babebibobu » fait interagir des enfants ou des adolescents sur des problèmes de société ; les plateaux du « Carrément 18 » du vendredi (puis « Toc, toc, talk » dès octobre 2007) font appel à des représentants de clubs ou d'associations divers ainsi qu'à des artistes locaux pour une prestation en studio ; « Le mot clé » (jusqu'en juin 2007) et « Zéro de conduite » sollicitent la participation de la population dans un lieu public régional.

L'éditeur indique aussi que des émissions « plus politiques » « dans le sens noble du terme » ont également et « plus spécifiquement » permis la participation de la population. En 2007, Télé MB a en effet diffusé 6 débats électoraux dans le cadre des élections fédérales, en collaboration avec les trois autres télévisions locales du Hainaut.

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



Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

L'éditeur estime rencontrer ces enjeux dans de nombreuses séquences « Info ». La période électorale a également donné l'occasion à la télévision « *de présenter de manière équilibrée l'ensemble des formations démocratiques et leur programme mais aussi de réaliser des séquences sur les enjeux de ces élections législatives* », soit un débat avec les têtes de liste des quatre partis traditionnels, produit en collaboration avec notélé, ACTV et TéléSambre, un débat propre à l'arrondissement de Mons, des débats « locaux » (Charleroi, Thuin, Centre, Hainaut Occidental) réalisés par les autres TVL ainsi qu'une émission spéciale d'1h30 au lendemain du scrutin.

Télé Mons-Borinage a en outre réalisé, en collaboration avec le Centre interculturel de Mons-Borinage, un débat sur les discriminations à l'emploi.

Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

Précisant que ce point est difficile à « *cerner avec justesse* », l'éditeur souligne que « *si l'on excepte les séquences « faits divers » judiciaires et purement politiques, la plupart des séquences que l'on retrouve dans les JT (« 18 au Carré », « Les infos ») ressortent de cette préoccupation de mettre en valeur le patrimoine local* ».

Certains programmes sont toutefois plus spécifiquement répertoriés par l'éditeur comme valorisant directement l'un et l'autre patrimoines : ainsi, « Le journal des régions » contribue à la mise en avant du patrimoine culturel, touristique, folklorique, muséal, humain et économique de la Communauté française. « Propos libres » met en valeur le patrimoine humain, « Pierre, papier » le patrimoine artisanal et « Quartiers d'histoires », le patrimoine historique et local. Des émissions auxquelles il ajoute encore les 3 heures dédiées à la ducasse de Mons et l'émission spéciale consacrée à l'ouverture du musée des Beaux-arts de Mons (BAM).

Selon l'éditeur, qui s'appuie sur les chiffres tirés de l'analyse des quatre semaines d'échantillon 2007, la répartition du temps de diffusion accordé à la valorisation du patrimoine se présente comme suit au cours de l'exercice considéré :

	PATRIMOINE C.F.		SPECIFICITES LOCALES	
	DUREE	%	DUREE	%
1ère DIFFUSION	3:30:29	7,7%	9:15:39	20,1%
REDIFFUSIONS	36:57:53	12,3%	56:19:41	18,8%
TOTAL DES DIFFUSIONS	40:28:22	10%	65:35:20	19,5%



PROGRAMMATION

(art. 66 §1^{er} 6° et art. 66 §1^{er} in fine du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)
Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer dans sa programmation, par année civile, une production propre d'au moins la moitié du temps de diffusion de l'ensemble des programmes à l'exclusion des rediffusions. (...)
Pour l'application du point 6°, une coproduction assurée par une télévision locale est assimilée à de la production propre au prorata du budget réellement engagé par celle-ci. Les échanges de productions propres entre télévisions locales sont assimilés à des productions propres.

(art. 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)
§ 1^{er}. *Le temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat est fixé par le Gouvernement.*
Pour la publicité, ce temps de transmission ne peut dépasser 15 p.c. du temps de transmission quotidien.
Toutefois, ce temps de transmission peut être porté à 20 p.c. s'il comprend le télé-achat, à condition que le volume des spots publicitaires ne dépasse pas 15 p.c.
§ 2. *Le temps de transmission maximum des écrans de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge est fixé par le Gouvernement.*
Il ne peut dépasser 20 p.c. de cette période.

Grille de programmes

Selon l'éditeur², la durée annuelle des programmes en première diffusion, hors vidéotexte et hors échanges, s'élève à 382 heures 9 minutes 50 secondes pour 1 heure 2 minutes 49 secondes de programmes en moyenne quotidienne.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte en fait à 359 heures 4 minutes 36 secondes (360 heures 14 minutes 16 secondes en 2006), bandes annonces comprises. Hors celles-ci, la première diffusion se monte à 353 heures 47 minutes 59 secondes. La moyenne quotidienne est de 58 minutes (hors bandes annonces).

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 4 minutes 10 secondes (1 heure 5 minutes 19 secondes en 2006).

La production propre et assimilée de ces échantillons³ s'élève à 55,79% la première semaine, 34,55% la deuxième, 42,17% la troisième et 40,94% la quatrième.

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

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



	Semaine 1		Semaine 2		Semaine 3		Semaine 4	
Production propre	3:40:34	48,74%	2:40:43	25,98%	1:34:16	42,17%	3:14:11	38,67%
Parts en coproduction	0:31:57	7,06%	0:53:02	8,57%	0:00:00	0,00%	0:11:26	2,28%
Autres TVL	2:29:29	33,03%	4:48:59	46,72%	2:09:16	57,83%	2:20:21	27,95%
Coproductions des autres TVL	0:38:55	8,60%	1:55:47	18,72%	0:00:00	0,00%	1:11:05	14,16%
Productions extérieures	0:11:41	2,58%	0:00:00	0,00%	0:00:00	0,00%	1:25:06	16,95%
Production propre et assimilée	4:12:31	55,79%	3:33:45	34,55%	1:34:16	42,17%	3:25:37	40,94%

La deuxième (période d'élections) et la troisième (grandes vacances) semaines se caractérisent par une forte diffusion des productions mises à disposition par les autres télévisions locales. De manière générale, l'éditeur a programmé moins de premières diffusions, et dans celles-ci, moins de productions propres et assimilées.

Production propre

En 2007, l'éditeur a produit, en propre⁴ :

- 171 éditions du JT maison articulé en deux parties, l'une d'information générale, « 18 au carré », l'autre thématique et déclinée selon le jour de la semaine, « Carrément 18 » ;
- 60 éditions de « Les infos », le JT qui remplace « Carrément 18 » dès octobre 2007 ;
- 13 « Dossiers de la rédaction » un magazine d'actualité ;
- 17 « Face à vous », l'interview en plateau d'une personnalité de la région ;
- 300 bulletins « Météo » ;
- 1 débat électoral ;
- 33 émissions « Atouts sports » et 16 émissions « Le sport », deux magazines sportifs hebdomadaires ;
- 11 « Agenda du sport » ;
- 15 numéros des « Poissons philosophes », un magazine culturel bimensuel qui brosse le portrait d'un artiste ou d'un collectif d'artistes ;
- 8 « Agenda culturel » ;
- 12 « Toc, toc, talk », un talk show lié aux événements locaux de la semaine ;
- 24 éditions de « Babebibobu », un magazine de réflexion sur différents thèmes d'actualité, menée par des groupes d'enfants et d'adolescents ;
- 45 « Quartiers d'histoire », une mini-séquence hebdomadaire d'histoire locale ;
- 8 numéros de « Pierre, papier... », 15 minutes mensuelles d'interview d'un artisan local ;
- 6 éditions de « Propos libres », une émission d'entretien avec des personnalités de la région ;
- 42 « Cinémagix », le magazine d'actualité cinématographique ;
- 16 numéros de « Fenêtre sur court » un magazine estival consacré au court métrage ;

⁴ Seules les émissions régulières sont reprises.



- 21 « Mot clé » et 13 « Zéro de conduite », des jeux hebdomadaires ;
- 17 numéros de « L'émission impossible », une émission courte d'humour réactualisée dans le cadre du vingtième anniversaire de la chaîne ;
- 13 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 ;
- 6 éditions de « Un soir au Festival », un quotidien lié à l'actualité du Festival du Film d'amour de Mons.

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2007 s'élève à 195 heures 29 minutes 10 secondes. Il représente selon lui 51,15% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 166 heures 12 minutes 55 secondes (164 heures 48 minutes 10 secondes en 2006), soit à 46,98% (49,52% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre ne prend pas en compte l'habillage de chaîne, identifié en première diffusion par l'éditeur. Avec celui-ci la production propre atteindrait 171 heures 29 minutes 32 secondes.

Coproduction

En 2007, l'éditeur a coproduit⁵ :

- 41 numéros du « Journal des régions » (pondéré à 50%) ;
- 25 éditions « D'ici et d'ailleurs », le « digest » de l'actualité de la semaine (pondéré à 50%) ;
- 39 éditions de « Dialogue Hainaut », une séquence coproduite avec Télésambre, Antenne Centre et notélé qui porte sur les réalisations de la province de Hainaut ;
- 11 « Chuuut », un magazine culturel de la province, coproduit par les 4 télévisions locales du Hainaut ;
- 10 « Heure ô génies », un jeu interscolaire coproduit par les télévisions locales ;
- 4 « Futur d'école », coproduit avec l'asbl J Arrive ;
- 30 éditions de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit avec les autres télévisions locales ;
- 1 débat pré-électoral autour des têtes de listes pour le Hainaut, réalisé avec les autres TVL de la province.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 7 heures 42 minutes 46 secondes. Elle représente selon lui 2,02% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

⁵ Seules les émissions régulières sont prises.



Le CSA, après contrôle, estime la part de Télé Mons-Borinage dans la coproduction à 21 heures 34 minutes 9 secondes (24 heures 20 minutes 2 secondes en 2006), soit 6,09% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Les émissions de « commande », comme « Dialogue Hainaut », qui est présentée dans le générique et en visuel comme une production du service de relations publiques de la province de Hainaut et dont la convention passée avec l'une des TVL précise que la responsabilité de la collaboration est confiée à ce même service, ne peuvent être considérées comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

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

Télé Mons-Borinage ne déclare pas d'échanges de programmes à valoriser en production propre. Il évoque plutôt des « mises à disposition » qui ne rencontrent pas les dispositions prévues dans l'arrêté du 15 septembre 2006.

Selon l'éditeur, la production propre et assimilée s'élève donc à 203 heures 11 minutes 56 secondes. Elle représente, selon lui, 51,17% des émissions en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 187 heures 47 minutes 4 secondes (189 heures 8 minutes 12 secondes en 2006), soit 53,07% (52,60% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA. Cette production propre et assimilée ne prend pas en compte l'habillage de chaîne, identifié en première diffusion par l'éditeur. Avec celui-ci, la production propre et assimilée atteint 193 heures 3 minutes 41 secondes (53,76% de la première diffusion).

Programmes mis à disposition

L'éditeur détaille la liste des programmes qu'il a reçus des autres TVL sans autre forme de contrepartie au cours de l'exercice, soit, entre autres, les matches de basket-ball (« Le Choc des géants » - Téléambre, notélé et RTC Télé Liège), de volley-ball (« Euroleague



de volley-ball » - notélé), « Comic Hotel » (MATélé), « Esperanzah » (Canal C), « Francofolies » (Télévesdre), « Kabaret » (Antenne Centre), « Festival de chant de Verviers » (Télévesdre), « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Spring blues Festival » (Antenne Centre), « Château » (RTC Télé Liège), « A deux pas » (TV Lux), « Peinture fraîche » (MATélé), « Table et terroir » (TV Lux)...

De son côté, Télé MB a proposé à ses consœurs les magazines « Les poissons philosophes » et « Babebibobu » ainsi que quelque 196 séquences d'information.

Achat et commandes de programmes

L'éditeur a diffusé des courts métrages comiques et burlesques de Charlie Chaplin, dont il avait acquis les droits en achat groupé avec les autres télévisions locales, « Les amuse-gueules », des émissions de variétés, le documentaire « La vie de Howard Hugues », le dessin animé « Le voyage de Gulliver », le feuilleton « Une chinoise sous le fusil de la Gestapo », les feuilletons « Leonardo da Vinci » et « Giuseppe Verdi ».

Publicité

L'éditeur estime la durée annuelle totale réelle des publicités à 45 heures 58 minutes 11 secondes (41 heures 34 minutes en 2006), ce qui représente 10,73% des programmes en première diffusion et une durée moyenne quotidienne de 7 minutes 33 secondes.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 9,15% et 12,52% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 10,09%) 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	12,07%	13,76%	13,74%	13,27%	13,35%	9,09%	13,67%	12,52%
Semaine 2	2,36%	3,53%	11,46%	10,81%	8,94%	10,86%	3,93%	9,15%
Semaine 3	9,58%	10,41%	11,84%	12,30%	12,36%	7,68%	7,83%	9,91%
Semaine 4	11,12%	13,79%	13,11%	12,37%	11,81%	7,96%	11,13%	11,39%
								10,09%

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

L'éditeur compte 10 journalistes professionnels, dont le directeur et le directeur des programmes. Un cameraman et un réalisateur figurent au nombre de ces journalistes agréés. Deux autres journalistes sont dans les conditions d'agrément.

La rédaction se compose de 5 journalistes, deux secrétaires de rédaction et un rédacteur en chef, tous agréés ou dans les conditions pour l'être.

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



Société interne de journalistes

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

La SDJ a été consultée par la direction dans le courant 2007, d'une part afin d'examiner si le rédacteur en chef pouvait être membre de la société - ce à quoi il a été répondu négativement -, d'autre part pour étudier la faisabilité d'une diffusion en direct des informations diffusées en léger différé.

Règlement d'ordre intérieur

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

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

L'éditeur indique que « *la chaîne, afin de garantir sa responsabilité éditoriale, a des textes dont elle ne manque pas de rappeler l'existence quand c'est nécessaire* », à savoir le règlement d'ordre intérieur, et par ailleurs les statuts de l'asbl dont l'article 41 renvoie à l'adoption d'un règlement intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et à l'existence d'une SDJ.

Différentes instances contribuent également à cette maîtrise éditoriale. La société interne des journalistes peut, via ses délégués, intervenir en cas de danger relatif à la liberté éditoriale : « *dans ce cas, elle transmet si nécessaire une note à la rédaction en chef et/ou à la direction générale* ». L'éditeur précise encore que tout problème de ce type peut être également porté jusqu'au bureau de gestion ou au conseil d'administration.

L'éditeur ne relève aucune difficulté en la matière dans le courant de l'exercice 2007.

Équilibre entre les diverses tendances idéologiques

Les dispositifs mis en place par l'éditeur sur ce point n'ont pas variés en 2007 : le R.O.I. assure la représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion. Un équilibre qui « *ne doit pas nécessairement s'établir à l'intérieur de chaque émission, mais (...) peut au besoin ressortir d'une série d'émissions, soit de l'ensemble de l'information au cours d'un certain laps de temps* ». A l'article 21, le R.O.I. garantit le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.



Le bureau, ou le conseil d'administration en dernière instance, est amené à recevoir et à débattre les plaintes reçues via la direction ou la SDJ. La direction rappelle régulièrement à la rédaction « *la nécessité de respecter les divers équilibres idéologiques et politiques... mais aussi géographiques de la zone de couverture* ».

L'éditeur souligne qu'aucun problème de ce type n'a été constaté en 2007.

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

L'éditeur indique que les dispositifs prévus pour les équilibres idéologiques et la maîtrise éditoriale s'appliquent également dans ce cas de figure.

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

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

L'éditeur déclare n'avoir connu aucun problème sur ce point dans le courant de l'exercice, en ce compris pendant la période électorale pour les législatives, pour laquelle l'éditeur a adopté un règlement spécifique.

Ecoute des téléspectateurs

Si lors des exercices précédents, cette écoute était dévolue au bureau de gestion, désormais, elle l'est à la direction générale et à la rédaction en chef, habilitées à recevoir et à traiter les plaintes éventuelles. L'éditeur précise que selon la gravité de la plainte, la direction transmet ou non celle-ci au conseil d'administration.

Il indique qu'il n'a pas reçu de plaintes en 2007, plutôt des suggestions, par mail.

Droits d'auteur

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

SERVICES

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

§1^{er} Pour autant qu'elles limitent la réception de leurs programmes au territoire belge, les télévisions locales peuvent mettre en œuvre un programme de vidéotexte dont le temps de



diffusion est exclu du calcul du temps de transmission quotidien consacré à la publicité, tel que visé à l'article 20.

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

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

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

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

Vidéotexte

Depuis le début 2006, le vidéotexte de Télé Mons-Borinage propose une boucle de durée variable qui comprend diverses informations sur la chaîne et sur les programmes proposés, des annonces culturelles gratuites (cinéma), des infos service également gratuites (clubs, associations, institutions publiques locales) et des publicités commerciales d'une durée moyenne de 4 minutes par boucle ; une rubrique « Job info », réalisée en collaboration avec le Forem ; des « Petites annonces » ; un « Interprogramme » de trois minutes entre les boucles, dont 2 minutes 30 secondes sont consacrées à de la publicité.

L'éditeur déclare que la durée totale annuelle du vidéotexte a été de 3.602 heures 6 minutes 31 secondes en 2007 (4.185 heures en 2006), ce qui représente une moyenne de 9 heures 52 minutes 8 secondes par jour. Il estime la durée totale annuelle des publicités à 13.352 minutes pour les boucles classiques, à 19.575 minutes pour les petites annonces et à 10.950 minutes pour les interprogrammes, soit à plus ou moins 43.877 minutes sur l'année (pour une moyenne quotidienne de 2 heures par jour), c'est-à-dire à 20,3% de l'ensemble du vidéotexte.

Télétexte

L'éditeur indique que la construction du service « Télétexte » a été interrompue en 2007.

Internet

Le site de Télé Mons-Borinage (www.telemb.be) a été entièrement rénové dans le courant de l'exercice. Il est opérationnel depuis le 1^{er} octobre 2007. Ce nouveau site, développé avec la collaboration de RTC Télé Liège et la Fédération des télévisions locales, propose en page d'accueil de visionner les informations de la veille, séquence par séquence ou dans leur intégralité, ainsi que différents magazines ou émissions. Les émissions « sports » produites en propre sont également accessibles, tout comme les résultats sportifs toutes disciplines. Des rubriques diverses détaillent les principales



émissions de la télévision, les services, les informations légales (compte, bilan, liste des administrateurs, règlement concours...). Figurent aussi des liens avec d'autres sites, notamment celui du portail de la Fédération des télévisions locales.

Le site ne diffuse aucune publicité. Après trois mois de fonctionnement, il avait enregistré une fréquentation mensuelle moyenne de 8.000 à 8.500 visiteurs.

COLLABORATIONS

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

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

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

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

TVL

Télé Mons-Borinage retient différentes formes de synergies avec les autres télévisions locales, dont les mises à disposition d'images, de séquences d'actualité et de programmes à ses consœurs ; les coproductions d'émissions (« Profils » avec les autres TVL, « Duo » avec notélé, « Dialogue Hainaut », « Chuuut » et un débat électoral avec notélé, Antenne Centre et Télésambre, « Strauss éternel » avec notélé et Antenne Centre), la diffusion du « Choc des géants », commune à toutes les TVL, ou celle de 4 débats électoraux produits par notélé, Antenne Centre et Télésambre ; la participation à la régie nationale de publicité TV-One (Vlan – Rossel).

RTBF

En matière d'échanges d'images, de reportages et de programmes, l'éditeur note qu'il a « *accessoirement* », mis à disposition des images gratuites en faveur de la RTBF qui l'a, comme en 2006, « *peu sollicité en la matière* ». Télé MB n'a pas eu recours aux images RTBF, précise-t-il. Il relève l'aide technique qu'apporte la RTBF dans la diffusion du basket-ball (« Le choc des géants ») ainsi que l'échange promotionnel avec VivaCité : un représentant de Télé MB annonce en direct sur Vivacité Hainaut le programme du jour de Télé MB. En retour, Télé MB diffuse un spot « Vivacité » sur ses antennes.

L'éditeur conclut que l'exercice a vu « *peu de synergies avec la RTBF, le besoin ne s'étant pas fait sentir de part et d'autre* ».



Autres médias

Au nombre des collaborations avec les autres médias, l'éditeur relève la cession d'images de football par « 11 », pour laquelle il n'a pas reçu de facture ; sa participation aux « Unes d'or », une remise de prix organisée par le journal « La Province », dont les nominés sont désignés par les rédactions de « La Province », de Télé MB et de VivaCité Mons. Il indique qu'il collabore occasionnellement avec des médias de presse écrite, notamment lorsqu'il invite leurs journalistes à participer à certaines émissions. Il pratique aussi des échanges promotionnels gratuits avec Radio Contact et Radio Nostalgie.

Associations

Certaines productions de la télévision locale sont le fruit de collaborations avec des associations. L'éditeur pointe le débat sur la discrimination à l'emploi produit avec le Centre interculturel de Mons-Borinage ainsi que sept « Journaux du Festival » produits dans le cadre du Festival du Film d'amour (FIFA). Il a en outre opéré plusieurs échanges promotionnels gratuits avec le Manège.Mons.

Concernant les spots promotionnels pour les associations socioculturelles, l'éditeur indique que Télé MB les a considérablement réduits suite à leur prise en compte dans le quota publicité des télévisions locales.

Le CSA souligne toutefois que cette prise en compte est valable pour tous les éditeurs de services, sauf pour ce qui concerne les exceptions prévues au contrat de gestion de la RTBF (qui visent uniquement les messages de promotion de la presse écrite et du cinéma). Dès lors que ces messages font l'objet d'une contrepartie en échange de leur diffusion, ils entrent dans le cadre publicitaire visé par le décret sur la radiodiffusion (art. 1^{er} 29°).

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 le 22 mars 2007⁶ suite aux élections communales de 2006, sur base des nouveaux statuts de l'asbl votés le 1^{er} février 2007. Il a été remanié par l'éditeur le 29 mai 2007.

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.



Les statuts de la télévision locale prévoient que « *l'association est gérée par un conseil d'administration composé de six administrateurs représentant les pouvoirs publics locaux (5 « communes » ; 1 « Province ») et d'au moins sept représentants du privé, du secteur associatif ou du secteur culturel incluant les représentants des partenaires sociaux (...). Le nombre minimum d'administrateurs est 13 et le nombre maximum 15* ».

L'éditeur déclare que le conseil d'administration remanié en date du 29 mai 2007 se compose de 13 membres, soit 6 « *administrateurs publics* » (4 PS, 1 MR, 1 CDH) et 7 « *administrateurs privés* ». Ces 7 « *administrateurs privés* » ont été désignés, après appel à candidature, par l'assemblée générale de la télévision pour y représenter le secteur « *associations privées* ». Ils sont issus des organisations syndicales (3), du monde de l'entreprise (1), des partis (1) et des associations (2).

Les deux mandats restants, dévolus au « *privé* », étaient vacants au 31 décembre 2007.

Un observateur représentant le parti Ecolo assiste avec voix consultative aux réunions du conseil d'administration.

Les 6 représentants du secteur public sont titulaires d'un mandat politique. L'observateur représentant le parti Ecolo également.

Le CSA note que la désignation de tels observateurs politiques permet de garantir le pluralisme souhaité par le décret sur la radiodiffusion, en donnant la possibilité à un parti non représenté au titre d'administrateur public de siéger au conseil d'administration. Il relève toutefois que ces désignations ne devraient pas, le cas échéant, porter atteinte au respect de l'article 70 §1^{er} 2^{ème} alinéa qui précise que le conseil d'administration de la télévision locale « *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* ».

Dans le cas de Télé MB, le problème ne se pose pas puisque, observateur compris, le nombre de mandataires politiques au sein du conseil d'administration ne dépasse pas le seuil des 50% fixé par le décret.

L'article 70 §1 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion précise que « *le conseil d'administration de la télévision locale doit être composé pour moitié au moins de représentants du secteur associatif et du secteur culturel* ». Cette disposition laisse a priori à l'éditeur la liberté de composer le reste de son conseil d'administration (soit au plus les 50% restants) comme il l'entend avec des représentants des communes, de la province, du secteur privé, des personnes ressources, des membres fondateurs, ... Au sens strict, Télé MB qui mêle secteurs associatif et culturels à un large « *secteur privé* » constitué au sein de son assemblée générale, n'a désigné que deux représentants de l'associatif et du culturel sur les 13 membres de son conseil d'administration, soit 15% au lieu du minimum de 50% requis.



Toutefois, certaines télévisions locales – dont Télé MB - assimilent parfois les secteurs associatif et culturel à d'autres secteurs qui intègrent, selon les cas, des représentants des interlocuteurs sociaux, de chambres de commerce, d'entreprises à finalité culturelle ou audiovisuelle, de partis politiques...

Le conseil d'administration d'une télévision locale est le reflet des forces vives d'une région qui témoignent de dynamiques locales différentes ; il est fonction de la conception que la télévision a de sa mission socioculturelle locale. En l'occurrence, Télé MB a considéré, au vu de son histoire et de sa mission socioculturelle, que la participation des représentants des partenaires sociaux et des partis relève dans son cas plutôt de l'associatif et du culturel.

L'éditeur indique que le comité de programmation de Télé Mons-Borinage n'a pas été reconduit en 2007.



AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Télé Mons-Borinage 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 et des actions communes en la matière.

Nonobstant cette observation, le Collège est d'avis que Télé Mons-Borinage a respecté ses obligations pour l'exercice 2007.

Fait à Bruxelles, le 2 octobre 2008.