



## Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°33/2008

### Contrôle de la réalisation des obligations de Télésambre 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 Télésambre au cours de l'exercice 2007, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur selon les modalités définies dans l'arrêté du gouvernement du 15 septembre 2006 et sur des compléments d'informations demandés par le CSA.

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

#### **IDENTIFICATION**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Par arrêté du 23 décembre 1996, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle TEAC-Télésambre dont le siège social est situé Esplanade René Magritte 10 à 6010 Charleroi (Couillet).



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

Les statuts de l'asbl n'ont pas connu de modification en 2007.

La zone de couverture est composée, dans l'arrondissement de Charleroi, des communes de Aiseau-Presles, Charleroi, Châtelet, Courcelles, Chapelle-lez-Herlaimont, Farciennes, Fleurus, Fontaine l'Evêque, Gerpennes, Ham-sur-Heure/Nalines, Les Bons Villers, Montigny-le-Tilleul, Pont-à-Celles et Seneffe ; dans l'arrondissement de Thuin, des communes de Beaumont, Chimay, Erquelines, Froidchappelle, Lobbes, Merbes-le-Château, Momignies, Sivry-Rance et Thuin.

La commune de Sambreville a été intégrée à la zone de couverture de Canal C au 1<sup>er</sup> janvier 2006, conformément à un accord passé entre l'éditeur et Canal C<sup>1</sup>.

La zone de réception comprend, outre la zone de couverture, les communes de Couvin (pour partie), Floreffe (pour partie), Fosses-la-Ville, Jemeppe-sur-Sambre, Sambreville, Sombreffe et Villers-la-Ville.

Brutélé distribue la télévision locale sur toutes les communes de l'arrondissement de Charleroi, à l'exception de la commune des Bons Villers et d'une partie de la commune de Gerpennes, desservies par Inatel ; sur trois communes de l'arrondissement de Thuin, Lobbes, Merbes-le-Château et Thuin, ainsi que, dans le namurois, sur Sambreville, Floreffe, Fosses-la-Ville, Jemeppe-sur-Sambre, Sombreffe et, en Brabant wallon, sur Villers-la-Ville. L'AIESH opère sur la partie de l'arrondissement de Thuin qui n'est pas couverte par Brutélé (Beaumont, Chimay, Erquelines, Froidchappelle, Momignies, Sivry-Rance) ainsi que sur une partie de Couvin. L'éditeur indique qu'à sa connaissance, le signal est injecté depuis sa station par fibre optique par Brutélé qui l'achemine par ailleurs auprès des autres distributeurs.

Il précise que la zone de réception du « deuxième programme » de Télésambre est circonscrite à la zone de distribution de Brutélé, « en raison des contraintes techniques inhérentes aux réseaux de distribution ».

Il ajoute que la télévision n'est actuellement pas distribuée par l'intermédiaire d'un autre réseau de radiodiffusion que le câble coaxial.

---

<sup>1</sup> 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**

*Selon l'éditeur, Télésambre « a pour but et pour mission de service public de contribuer au développement culturel, économique et social de la zone de couverture par la réalisation et la production de programmes audiovisuels d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente et par la diffusion d'émissions de télévision à destination et au service de la population de cette région ».*

Pour lui, les orientations prioritaires des programmes et des émissions de Télésambre sont le développement communautaire et culturel, l'animation sociale, l'information locale, la formation et l'éducation permanente, les services à la population. Il précise : « Pour notre télévision, la mission d'information relève de l'intérêt général ; son objet est d'aider chacune et chacun à s'épanouir au mieux de ses possibilités ; il s'agit en d'autres termes de permettre aux gens de comprendre la société dans laquelle ils vivent et de l'analyser et dès lors, de les rendre aptes à porter un jugement à son égard. Notre ligne éditoriale veut également favoriser, dans le respect du pluralisme, l'expression des groupes organisés ou non et des collectivités ; s'agissant donc de développer une télévision de proximité, les émissions d'information ont le moins possible un caractère unilatéral et, chaque fois que les circonstances le permettent, elles veillent à donner la parole aux citoyens, dans la perspective du développement d'une citoyenneté critique ». Il complète son point de vue en rappelant que Télésambre a également pour projet la promotion du patrimoine culturel, les différents modes d'expression et de création - y compris en langue wallonne - ainsi que les diverses disciplines artistiques, « qu'elles soient le fait d'artistes ou d'institutions confirmés



*ou d'initiatives plus confidentielles ou peu médiatisées » et que son souci est aussi de sensibiliser le public au cadre de vie, à l'éducation, à la santé et « de lui fournir autant que possible des clés de lecture et de compréhension de la vie locale et régionale dans sa diversité sociale, économique et politique ».*

Après avoir précisé qu'« il est évidemment malaisé de vouloir figer dans des catégories fermées les différents programmes, ceux-ci rencontrant souvent plusieurs missions », que les fondements de l'éducation permanente (qu'il définit par « l'analyse critique de la société, la stimulation d'initiatives démocratiques et collectives, le développement de la citoyenneté active et l'exercice des droits sociaux culturels, environnementaux et économiques dans une perspective d'émancipation individuelle et collective ») « sont transversaux à différentes émissions », que la définition des programmes d'animation « reste floue » et que les classifications qu'il fournit « doivent être prises avec toutes les réserves qui s'imposent », l'éditeur indique que les missions d'information ont été rencontrées plus spécifiquement dans « Le JT », diffusé du lundi au vendredi, dans les reportages des « Correspondants locaux », des séquences d'information de proximité, dans les deux magazines sportifs « Tous terrains contre la montre » et « Tous terrains magazine », dans le magazine d'investigation « Vivre en Sambre », dans les émissions plateau-débat « Un an après » et « Ca vous regarde », dans le magazine d'actualité « Le 6<sup>ème</sup> jour » et dans les émissions spéciales, comme les deux débats organisés dans le cadre des élections législatives, ou l'édition spéciale du JT consacrée à la Biennale de Charleroi Danse. Outre ces productions propres, l'éditeur classe également en information les magazines « Dialogue Hainaut » et partiellement « Hainaut, un nouveau regard », coproduits avec les autres télévisions de la province.

Les missions de développement culturel sont « plus spécifiquement rencontrées » dans l'émission hebdomadaire « L'invité de la rédaction », partiellement dans les magazines « Premières visions », consacré aux sorties cinéma, et « Sortie de secours », le menu des activités du week-end ainsi que dans des émissions ponctuelles, comme des pièces de théâtre wallon ou des séquences de poésie wallonne et dans l'émission d'humour et de variétés « Les amuse-gueules » coproduite avec l'asbl Théât'Actif. La programmation culturelle s'étoffe encore partiellement avec le magazine « Hainaut, un nouveau regard », coproduit par les 4 télévisions du Hainaut ou l'émission « Label One » produite par Télé Bruxelles.

Les missions d'éducation permanente sont du ressort du magazine « Pense-bêtes », une production propre consacrée aux animaux domestiques et de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par les télévisions locales.

En animation, l'éditeur reprend les retransmissions des compétitions sportives ou des événements qu'il produit en propre, coproduit ou relaie : les matchs de tennis de table, de tennis (Télésambre), les matchs de basket-ball (notélé et RTC Télé Liège), l'Euro League de volley (notélé), « NRJ in the park » (Télésambre), « Le Festival du rire de Rochefort » (coproduction des 12 télévisions locales), « Les mérites sportifs de la



Communauté française » (coproduction des 12 télévisions locales)... Il ajoute également à la rubrique la coproduction de « Les amuse-gueules ».

Selon l'éditeur, en 2007, les missions se répartissent de la manière suivante :

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 <sup>ère</sup> diffusion	212 h 49	41	118 h 17	21	31 h 40	6	14 h 09	2,5
Rediffusion	2.400 h 12	44	381 h 51	7	338 h 12	6	136 h 22	2,5
Total des diffusions	2.613 h 01	43,5	500 h 08	8,3	369 h 37	6,2	150 h 31	2,5

Entre 2006 et 2007, les parts dévolues à l'animation et à l'éducation permanente se tassent en raison d'un nombre moins important de captations d'événements sportifs en propre et de la disparition d'émissions qui étaient coproduites avec l'asbl J Arrive.

Sur base du classement et de la liste des programmes fournis par l'éditeur, les principales émissions régulières proposées au cours de l'année 2007 par Télésambre 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)	7	10	3	14
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) <sup>2</sup>	1	3	1	9

Entre 2006 et 2007, la grille de programmes de l'éditeur a connu peu de modifications. Elle s'est surtout enrichie grâce à la diffusion d'émissions produites par les autres télévisions locales.

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

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
--	-----------	-----------	-----------	-----------

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



<b>ANIMATION</b>				
Télésambre	25,90%	2,11%	0,00%	26,85%
Canal Brutélé	0,00%	100%	/	0,00%
Télésambre et Canal Brutélé	20,91%	1,70%	/	23,47%
<b>DEVELOPPEMENT CULTUREL</b>				
Télésambre	7,66%	0,00%	0,00%	6,37%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
Télésambre et Canal Brutélé	6,18%	0,00%	/	5,57%
<b>EDUCATION PERMANENTE</b>				
Télésambre	1,35%	1,13%	0,00%	0,84%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
Télésambre et Canal Brutélé	1,09%	0,91%	/	0,74%
<b>INFORMATION</b>				
Télésambre	53,17%	51,99%	32,41%	34,79%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
Télésambre et Canal Brutélé	42,93%	41,98%	/	30,41%

Le deuxième canal voué, pour la première diffusion, à la transmission de compétitions sportives contribue au versant animation des missions, mais dans une moindre mesure par rapport à l'exercice 2006.

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

L'éditeur met en avant plusieurs modes de participation active de la population aux réalisations de la télévision locale : le réseau des correspondants locaux, des équipes de bénévoles impliqués dans la vie associative locale auxquels la chaîne procure formation, support technique et matériel, a réalisé en 2007 quelque 332 reportages de proximité. Pour l'éditeur, il « s'agit là d'un élément majeur de la programmation de la chaîne, qui fait partie intégrante de l'histoire de la télévision puisque cette initiative citoyenne remonte à 1987 ». La télévision favorise également la participation de la population à de nombreuses initiatives ou manifestations qui se déroulent dans la zone de diffusion en réalisant divers reportages qui ont un effet d'annonce, « que ce soit dans « Le journal télévisé », dans les reportages des « Correspondants locaux » ou d'autres émissions, mais aussi et de manière spécifique dans le magazine « Sortie de Secours » dont la démarche est précisément de favoriser la participation du public aux manifestations qui se déroulent le week-



end ». L'éditeur épingle aussi « L'invité de la rédaction » qui met en valeur de nombreuses associations et activités culturelles de la région.

Il signale en outre que des espaces promotionnels gratuits ont été affectés à des associations pour sensibiliser le public et l'amener à participer aux manifestations qu'elles organisaient.

Enfin, il précise que les débats qu'il a organisés dans le cadre des élections législatives de juin 2007 ont concouru à cette dynamique de participation.

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

L'éditeur souligne que programmes et reportages de TéléSambre mettent en valeur la diversité culturelle, sans pour autant verser dans le communautarisme. Il précise : « *Les émissions d'information (...) sont conçues de manière pluraliste et multilatérale* » afin « *de permettre aux gens de mieux analyser et comprendre la société dans laquelle ils vivent, et de les rendre ainsi aptes à mieux appréhender le réel et à se forger leurs propres jugements et opinions* ».

A titre d'exemple, l'éditeur retient, outre le JT, plusieurs dossiers traités par le magazine d'investigation documentaire « Vivre en Sambre » (l'action de la Fondation Damien en Inde, les soins palliatifs, la construction et l'alimentation biologiques, la pauvreté au quotidien, les académies de musique dans la région, les 50 ans du Palais des Beaux-Arts de Charleroi), les sujets examinés par l'émission « Un an après » (Carinox, grève et conflit chez Dupuis, changement d'administrateur délégué au BSCA, changement de direction à l'ICDI, les pics de pollution à Charleroi), les invités de la rédaction qui ont présenté leur association, la manifestation qu'ils organisaient, leur programme d'activité, leur programmation (Claude Bonte et le Festival Mars en chansons, Dominique Charlier et « Pour que vive la démocratie », Françoise Desmecht et les rencontres-débats du service pédiatrique du CHU de Charleroi...), les débats contradictoires de « Ca vous regarde » (la problématique du commerce à Charleroi), ainsi que les deux débats électoraux organisés dans le cadre des élections fédérales.

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

L'éditeur évalue en détail sa production propre ainsi que les coproductions auxquelles il prend part sur le plan de cette mission de valorisation du patrimoine.

L'émission « Sortie de secours » a ainsi régulièrement mis en évidence un ou deux événements culturels majeurs. En 2007, l'éditeur estime que sur les 41 émissions diffusées, 55% des sujets étaient consacrés aux initiatives culturelles et 37% aux spécificités locales. Un dossier du magazine « Vivre en Sambre » a été consacré aux académies de musique de la région et un autre au cinquantenaire du Palais des Beaux-



Arts de Charleroi. « L'invité de la rédaction » s'est centré sur le développement culturel de l'ensemble de la région, en permettant à deux invités qui se succédaient de présenter leur association ou l'événement qu'ils organisaient.

L'éditeur estime, en outre, que tant le JT – le « *centre de gravité* » de sa programmation – que les reportages des « Correspondants locaux » « *valorisent en (bonne) partie tant le patrimoine culturel que les spécificités locales* ». Il estime à environ 15% la part des reportages consacrés à la valorisation du patrimoine culturel local, régional ou communautaire. Part dans laquelle ne sont pas comptabilisés les reportages de proximité des « Correspondants locaux » dont 33% traduisent la vie culturelle de la région.

Pour ce qui concerne la question des spécificités locales, l'éditeur, qui se base sur la répartition des sujets qui concernent plus spécifiquement les villes et communes de sa zone de couverture figurant dans sa base de données, considère qu'environ 32% des reportages sont « *réputés s'adresser globalement à l'ensemble de (la) zone de diffusion ou ont une portée qui dépasse largement une entité communale* », même si sur le fond, il estime que « *l'ensemble des sujet proposés sont de nature à intéresser l'ensemble du public* ». L'éditeur détaille par ailleurs la méthode qui lui permet d'évaluer annuellement la manière dont il assure un équilibre dans sa couverture rédactionnelle, en observant le poids relatif de la population de la ville et de la commune et son poids relatif dans les reportages qu'il a réalisés. Une méthode qu'il applique également aux reportages des « Correspondants locaux » qui sont « *presque par définition centrés sur la vie locale* ».

Globalement, l'éditeur estime que le temps de diffusion accordé à la valorisation du patrimoine se répartit comme suit :

	Patrimoine Communauté française			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*
1 <sup>ère</sup> diffusion	5 min	28 h 35	5,1	21 min 52	133 h 01	23,9
Rediffusion	1 h 04 min	387 h 18	7,1	4 h 20 min 08	1609 h 14	29,5
Total des diffusions	1 h 09 min	415 h 53	7,6	4 h 43 min 47	1742 h 15	31,9

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

## **PROGRAMMATION**

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





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

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

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

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

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

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

### Grille de programmes

Selon l'éditeur, la durée annuelle des programmes en première diffusion, hors vidéotexte, s'élève en 2007 à 563 heures 36 minutes 38 secondes, soit une moyenne quotidienne de 1 heure 32 minutes 39 secondes. L'éditeur calcule sa première diffusion réelle. Hors publicité, cette première diffusion s'élève à 517 heures 23 minutes 33 secondes.

Le canal partagé avec Brutélé a contribué pour 43 heures 54 minutes 14 secondes (76 heures 3 minutes en 2006) à la diffusion de programmes originaux, essentiellement des rencontres sportives. On notera que cette première diffusion n'est pas accessible sur l'ensemble de la zone de couverture.

#### Durée des programmes 2007

	Durée annuelle	Durée quotidienne moyenne
<b>1<sup>ère</sup> diffusion</b>	563 h 36 min 38 sec	1 h 32 min 39 sec
<b>Rediffusion</b>	5659 h 37 min 47 sec	15 h 30 min 21 sec
<b>Total des diffusions</b>	6223 h 14 min 25 sec	17 h 03 min 00 sec

Après contrôle, le CSA établit que la première diffusion de Télésambre se monte à 494 heures 10 minutes 10 secondes (504 heures 44 minutes 52 secondes en 2006), hors publicité, pour une moyenne quotidienne de 1 heure 21 minutes (1 heure 22 minutes 58 secondes en 2006). 43 heures 54 minutes 14 secondes de cette première diffusion étaient accessibles sur le « deuxième canal ».

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 17 minutes 42 secondes (1 heure 21 minutes 02 secondes en 2006) pour Télésambre, de 13 minutes 33 secondes (16 minutes 49 secondes en 2006) pour le canal partagé avec Brutélé et de 1 heure 31 minutes 15 secondes (1 heure 37 minutes 51 secondes en 2006) pour les deux canaux considérés ensemble.



La production propre et assimilée de ces échantillons<sup>3</sup> s'élève à 85,34% la première semaine, 56,47% la deuxième, 32,41% la troisième et 69,07% la quatrième (et pour TéléSambre et le canal partagé avec Brutélé : 68,90% et 45,60% les deux premières semaines et 69,07% la quatrième).

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
<b>Production propre</b>				
TéléSambre	85,34%	52,62%	32,41%	68,11%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
TéléSambre et Canal Brutélé	68,90%	42,48%	/	59,55%
<b>Parts en coproduction</b>				
TéléSambre	0,00%	3,85%	0,00%	0,96%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
TéléSambre et Canal Brutélé	0,00%	3,11%	/	0,84%
<b>Autres TVL</b>				
TéléSambre	12,27%	25,10%	33,62%	6,16%
Canal Brutélé	100%	100%	/	100%
TéléSambre et Canal Brutélé	29,17%	39,53%	/	17,96%
<b>Coproductions des autres TVL</b>				
TéléSambre	0,00%	13,57%	0,00%	9,69%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
TéléSambre et Canal Brutélé	0,00%	10,96%	/	8,47%

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



Productions extérieures				
Télésambre	2,39%	4,85%	33,97%	15,08%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
Télésambre et Canal Brutélé	1,93%	3,92%	/	13,19%
Production propre et assimilée				
Télésambre	85,34%	56,47%	32,41%	69,07%
Canal Brutélé	0,00%	0,00%	/	0,00%
Télésambre et Canal Brutélé	68,90%	45,60%	/	60,38%

Sur ces quatre semaines d'échantillon, le second canal diffuse davantage les productions des autres TVL. De ce fait, la part en production propre de l'éditeur présente des proportions plus faibles qu'en 2006. Il reste que la première diffusion, composée de directs, n'est pas disponible pour l'ensemble des spectateurs de la zone de distribution. Elle n'est généralement pas rediffusée sur le premier canal.

### Production propre

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

- 230 éditions du « JT » ;
- 332 reportages de proximité réalisés par les « Correspondants locaux » ;
- 39 numéros de « Tous terrains contre la montre », « *l'information sportive à chaud du dimanche soir* » ;
- 41 « Tous terrains magazine », un hebdomadaire d'information sportive ;
- 41 « Premières visions », le magazine du cinéma, consacré aux sorties de films dans la région ;
- 41 numéros de « Sortie de secours », le menu des activités du week-end assorti de trois agendas : société, culture et sport ;
- 41 émissions « Pense bêtes », consacrées aux animaux domestiques ;
- 10 magazines d'information et d'investigation « Vivre en Sambre » ;
- 5 dossiers « Un an après » ;
- 16 numéros de « L'invité de la rédaction », où les invités ont présenté leur association, les manifestations qu'ils organisaient, leur programme d'activité... ;
- 40 rendez-vous d'information « Le 6<sup>ème</sup> jour », qui fait le point sur l'actualité de la semaine en reportages et commentaires ;
- 10 éditions de « Hainaut, nouveau regard. Le Best of » ; une adaptation maison des séquences les plus significatives de « Hainaut, nouveau regard », la coproduction des 4 télévisions du Hainaut ;

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



- 30 retransmissions sportives, notamment de basket-ball, de tennis de table, ou de tennis ;
- 2 débats organisés dans le cadre des élections législatives 2007.

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2007 s'élève à 298 heures 37 minutes 55 secondes. Il représente selon lui 53% de l'ensemble des programmes en première diffusion, publicité comprise (57,72% hors publicité).

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 292 heures 57 minutes 11 secondes (346 heures 07 minutes 23 secondes en 2006), soit 59,09 % (70,04% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA (hors publicité). Si l'on prend en compte la déclaration de l'éditeur relative à la première diffusion du second canal, on peut estimer la production propre de Télésambre 1 à 249 heures 2 minutes 57 secondes, ce qui représente 50,23 % de la première diffusion de la chaîne.

### Coproduction

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

- 30 éditions de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation produit par les télévisions locales, dont il a réalisé 30 ancrages locaux ;
- 39 séquences « Dialogue Hainaut », une émission réalisée avec les trois autres télévisions du Hainaut et la province qui « met en valeur les initiatives prises par l'institution provinciale et entend dépasser les spécificités sous-régionales » ;
- 12 numéros de « Chuuut », un agenda des initiatives et événements « mobilisateurs » des quatre coins de la province, coproduit avec les télévisions locales et la province du Hainaut ;
- 3 émissions « Hainaut, un nouveau regard », auxquelles contribuent également Antenne Centre, Télé MB et notélé et qui présentent « les atouts, les potentialités et réalisations en Hainaut » ;
- 11 éditions de « L'heure ô génies », un jeu interscolaire coproduit par toutes les télévisions wallonnes ;
- 15 numéros de « Les amuse-gueules » (devenu « Big Bang »), une émission d'humour et de variétés qui accueille des artistes de la Communauté Wallonie-Bruxelles, réalisée avec l'asbl Théâtre Actif.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 6 heures 58 minutes 27 secondes, soit 1,2% de l'ensemble des programmes en première diffusion, publicité comprise (1,35% hors publicité).

Le CSA, après contrôle, estime la part de Télésambre dans la coproduction à 8 heures 16 minutes 52 secondes (9 heures 17 minutes 22 secondes en 2006), soit 1,67% (1,84% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA (hors publicité).

---

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



« 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 les TVL précise que la responsabilité de la collaboration est confiée à ce même service, ne peut être considérée comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

L'émission « Chuut » 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**

L'éditeur signale qu'étant donné que les échanges de programmes assimilés à des productions propres sont de nature à fausser le calcul actuel des subventions, *« les télévisions locales se sont accordées pour ne pas comptabiliser ces échanges dans leur production propre »*, mais simplement considérer qu'ils sont mis à disposition des autres chaînes.

Selon l'éditeur, la production propre et assimilée s'élève donc à 305 heures 36 minutes 22 secondes. Elle représente selon lui 54,22% de l'ensemble des programmes en première diffusion, publicité comprise (59,06% hors publicité).

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 301 heures 14 minutes 3 secondes (355 heures 24 minutes 45 secondes en 2006), soit 60,63% (71,92% en 2006) de la première diffusion vérifiée par le CSA (hors publicité).

### **Programmes mis à disposition**

L'éditeur déclare avoir mis à disposition de ses consœurs plusieurs captations de matchs de la division 1 de basket, les magazines d'investigation « Vibre en Sambre », l'émission animalière « Pense-bêtes », l'émission de divertissement « Les Amuse-gueules », le concert « NRJ in the Park », le « Martial Art Festival », les finales de l'Astrid Bowl (tennis).



### Achat et commandes de programmes

En achat de programmes, l'éditeur retient les courts et moyens métrages de Charlie Chaplin (All Media Rights) dans le cadre d'un partenariat commercial, les 16 épisodes du feuilleton « Une chinoise sous les fusil de la Gestapo » (Media International), les épisodes de la série consacrée à « Giuseppe Verdi » (All Media Right), le documentaire « Howard Hughes, le véritable aviateur » (All Media Right), et les courts métrages du CINAC et de l'atelier loervalois « Le pigeon de Noël », « Lolita chérie » et « Quand est-ce qu'on mange ? ».

### Publicité

Selon l'éditeur, la durée annuelle (en première diffusion) des publicités est, pour les deux canaux, de 46 heures 13 minutes 5 secondes, (49 heures 15 minutes 53 secondes en 2006), ce qui représente 8,2% (8,9% en 2006) de la programmation. Le volume publicitaire annuel est de 43 heures 10 minutes 25 secondes pour Télésambre 1 et de 3 heures 02 minutes 40 secondes pour Télésambre 2.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 3,95% et 9,26% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 6,72%) de l'ensemble des programmes diffusés sur Télésambre ; et entre 5,56% et 8,27% (soit une moyenne de 6,30%) de l'ensemble des programmes diffusés sur Télésambre et le canal de Brutélé. Aucun dépassement n'a été constaté.



	Lundi			mardi			mercredi			jeudi			vendredi			samedi			dimanche			total		
	Téles.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Télé s.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Téles.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Télé s.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Téles.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Télé s.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Télé s.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé	Télé s.	Canal Bruté lé	Téles. + Canal Bruté lé
Semaine 1	14,73 %	/	/	8,35 %	10,00 %	8,54%	7,42 %	9,34%	7,63%	7,32 %	8,92%	7,49%	14,79 %	3,25%	11,89 %	6,39 %	7,28%	6,58%	6,22 %	0,69%	3,94%	9,26 %	4,20%	8,27%
Semaine 2	10,62 %	5,31%	9,52%	5,43 %	6,17%	5,64%	13,69 %	7,90%	13,00 %	7,37 %	4,28%	7,15%	5,82 %	4,28%	5,26%	4,58 %	8,59%	5,17%	5,72 %	0,00%	4,46%	7,35 %	5,25%	6,86%
Semaine 3	3,30 %	/	/	4,76 %	/	/	4,09 %	/	/	3,89 %	/	/	4,48 %	/	/	4,57 %	/	/	2,59 %	/	/	3,95 %	/	/
Semaine 4	8,88 %	/	/	4,86 %	7,68%	5,07%	4,99 %	7,31%	5,16%	5,38 %	7,70%	5,55%	5,66 %	4,03%	5,21%	6,97 %	2,94%	5,48%	7,32 %	0,75%	5,04%	6,06 %	3,43%	5,56%
																						6,72 %	4,31%	6,30%



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

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

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

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

### **Journalistes professionnels**

L'éditeur compte parmi son personnel 15 journalistes agréés dont 7 « *techniciens audiovisuels* ». Tous les titulaires de la carte sont à deux exceptions près employés à temps plein.

La rédaction se compose du rédacteur en chef, des journalistes et du secrétaire de l'information. Un seul journaliste temps plein n'est pas titulaire de la carte professionnelle.

L'éditeur déclare que « *la télévision recourt à des prestations externes sous forme de piges ou de « free lance* » » pour des captations (essentiellement en sport), ou pour la réalisation de certaines émissions qui ne peuvent entièrement être réalisées avec les membres du personnel et dont le volume de prestation unitaire est faible ; pour la réalisation des magazines sportifs qui nécessitent de multiples collaborateurs sur des périodes concentrées ou encore un consultant spécialisé ; sous forme de renforts ponctuels, pour la réalisation de certaines émissions, en fonction de la disponibilité des équipes ; ou





pour des prestations de type commercial lorsqu'il ne dispose pas des ressources nécessaires en interne.

### **Société interne de journalistes**

La société interne de journalistes a été constituée le 20 avril 2004 et reconnue par le conseil d'administration de TéléSambre le 20 octobre 2004. L'éditeur en liste les différents membres, tous journalistes de la rédaction, agréés ou non. Les statuts de la SDJ indiquent que « *peuvent être admis comme associés les journalistes visés à l'article 66 §1<sup>er</sup> 7° in fine du décret sur la radiodiffusion* », i.e. « *de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale* ».

L'éditeur souligne encore que « *la Société interne des journalistes est une interlocutrice privilégiée pour les matières qui la concernent* ». En 2007, elle a été consultée pour les deux règlements portant sur les élections fédérales.

### **Règlement d'ordre intérieur**

TéléSambre dispose d'un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information mis à jour en date du 8 novembre 2005.

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

L'éditeur rappelle que le conseil d'administration, en vertu de la nouvelle loi sur les asbl, dispose de larges prérogatives pour décider et surveiller la mise en œuvre de la politique générale de la télévision, insistant néanmoins sur la « *limite d'absence de censure qui est d'ailleurs rappelée dans les statuts de la télévision (article 4)* ». Ainsi, poursuit-il, « *le conseil ne réalise pas les émissions et ne gère pas la télévision au quotidien* ». L'assemblée générale définit sur base des propositions du conseil d'administration le programme d'activités de la télévision ; le conseil d'administration délègue au comité de gestion l'exécution du programme d'activités ; le directeur est chargé de la réalisation des objectifs définis par le conseil en matière de programmation.

L'éditeur précise encore : « *La politique rédactionnelle et la ligne éditoriale sont évidemment des points sensibles qui ont régulièrement fait l'objet de débats internes, notamment à l'occasion de la publication du décret sur la radiodiffusion ou lors de la récente refonte du règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Il nous revient d'assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un souci d'objectivité, sans censure préalable et sans quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée. A l'instar de toutes les télévisions locales, les instances dirigeantes de notre association sont cependant elles-mêmes, partiellement au moins, l'émanation d'autorités publiques ou privées. Il s'impose donc, pour rencontrer nos obligations, d'établir avec notre rédaction et notre équipe permanente une relation de confiance qui doit leur permettre en retour d'assumer nos missions de service public* ».



Des dispositions sont prévues pour garantir la maîtrise éditoriale de l'information : « Ainsi l'article 4 des statuts prévoit-il que les programmes et les émissions ne sont soumis à aucune censure. Par ailleurs, le règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information (article 16) prévoit que les personnes chargées des émissions d'information (journalistes) sont soumises aux instructions de la personne désignée par le conseil d'administration en qualité de responsable de l'information. En pratique il s'agit du rédacteur en chef, mais ce pourrait être un directeur de l'information ou un directeur de la rédaction. Il dispose donc d'une délégation spéciale du conseil et il agit, s'il le juge opportun, en concertation avec le directeur. Les deux fonctions sont donc distinctes. De plus, les journalistes sont dépositaires de la liberté d'information dévolue à la télévision ».

L'éditeur déclare que « pour 2007, les choses se sont déroulées sans difficulté particulière ».

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

Relevant la difficulté d'interpréter la notion d'équilibre entre différentes tendances idéologiques, l'éditeur explique qu'à TéléSambre « le choix a été fait de veiller à un équilibre, dans les émissions d'information, entre les partis politiques démocratiques qui s'expriment par la voix de leurs mandataires ». Cet équilibre se fonde sur des critères basés sur le rapport entre le nombre d'élus et le nombre d'habitants qu'ils représentent et en tenant compte du fait que « l'actualité est aussi faite par celles et ceux qui disposent de responsabilités dans les communes » (soit les bourgmestres et les échevins). Ces dernières données sont également corrélées au facteur de population.

L'éditeur rappelle également que les émissions d'information se fondent d'abord sur l'actualité et qu'il revient à la télévision d'également veiller à une bonne couverture de sa zone de diffusion ou d'être attentive à une bonne variété des reportages proposés : « il ne faudrait pas que nous en soyons réduits à devoir mettre ces diverses contraintes dans une matrice avec des cases à compléter sans tenir compte de l'environnement », précise-t-il.

Il souligne encore que « le pluralisme est un état d'esprit davantage qu'une question d'arithmétique ». Il « n'exclut pas qu'il doit être possible d'actionner un « signal d'alarme » lorsque d'aucuns s'estiment réellement lésés, comme ce fut le cas à certains moments par le passé. Et de mettre en place les procédures qui conviennent pour résoudre les litiges éventuels ». Il conclut : « L'analyse de ces différents éléments permet d'affirmer que notre rédaction, placée directement sous la responsabilité de son rédacteur en chef, respecte bel et bien un équilibre entre les tendances idéologiques présentes dans notre zone de couverture. C'est ce qu'ont constaté tant le conseil d'administration que l'assemblée générale de l'association réunis pour l'approbation du rapport d'activités annuel dans lequel figure ce point spécifique ».

Le règlement d'ordre intérieur rappelle à l'article 5 que la chaîne veut « favoriser, dans le respect du pluralisme, l'expression des groupes organisés ou non et des collectivités » avant d'ajouter à l'article 8 §2 que « l'objectivité implique pour l'information (...) qu'elle constitue l'expression pluraliste et équilibrée des divers courants de pensée et d'opinion à l'exclusion des courants de pensée et d'opinion non démocratiques ».



Un règlement spécifique a été pris pour l'organisation des débats électoraux « *qui prévoyait explicitement l'équité entre les différents intervenants dans les débats, quels que soient d'ailleurs les résultats réalisés par chacune des listes lors des élections précédentes* ».

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

L'éditeur détaille la répartition des compétences entre les différentes instances de la télévision, qui accrédite l'indépendance de cette dernière.

La censure est explicitement interdite à l'article 1<sup>er</sup> du règlement d'ordre intérieur, lui-même inspiré de l'article 4 des statuts de la chaîne. En son article 4, le R.O.I. entérine le principe d'indépendance dans le cadre de tout accord de complémentarité, de coopération ou de coproduction avec un partenaire public ou privé. L'article 7 stipule quant à lui que « *les émissions d'information sont faites dans un esprit de rigoureuse impartialité et de stricte objectivité* », deux concepts définis dans l'article 8. Par ailleurs l'article 11 interdit les diffusions contraires aux lois, à l'ordre public, aux bonnes mœurs...

L'éditeur déclare ne pas avoir connu de difficulté particulière en la matière en 2007.

### **Ecoute des téléspectateurs**

Les spectateurs ont la possibilité de contacter la chaîne par téléphone (à toute heure, via un répondeur), par courrier, courriel ou télécopie. Les coordonnées de Télésambre sont, de l'avis de l'éditeur, largement diffusées.

La réponse est assurée en premier lieu de manière interne au niveau de l'équipe permanente et, en second lieu, lorsque le cas dépasse la gestion interne, par le comité de gestion et éventuellement le conseil d'administration. Il n'est pas donné suite aux plaintes anonymes, aux menaces et aux insultes. « *La direction, quel que soit le type de plainte, est toujours informée* ». C'est d'ailleurs elle qui formule la réponse ou qui sollicite le responsable du service concerné et est informée du suivi qui est donné. Le suivi des plaintes est analysé en réunion de rédaction.

L'accessibilité permise par le site internet, la couverture des « affaires » et la visibilité accrue de la télévision locale expliquent l'augmentation de plaintes que connaît la télévision, des plaintes qui restent cependant globalement peu nombreuses, selon l'éditeur.

Ce dernier liste ainsi quelque 13 plaintes (couverture insuffisante des équipes de football de la division provinciale, reproches pour des commentaires jugés inappropriés ou reflétant peu ou pas la réalité, diffusion tardive d'un reportage, personnes qui auraient souhaité être consultées à titre d'expert pour tel ou tel sujet,



demande de gratuité pour une copie de reportage...) dont « les différends peuvent être jugés comme aplanis », « les réponses apportées n'ayant pas connu d'autres suites ».

L'éditeur déclare avoir également enregistré la plainte « d'une personnalité carolorégienne et de son épouse suite à différents reportages consacrés aux « affaires » politico-judiciaires qui ont fait l'actualité de la région durant près de deux ans ». Il précise : « un an après la réponse formulée via notre conseil, nous sommes restés sans réponse. Nous pouvons donc estimer que ceci n'aura pas d'autres suites ».

Enfin, Télésambre a été l'objet d'une plainte en diffamation, « à l'instar de deux de nos journalistes et de différents médias, suite à des reportages consacrés à un incendie survenu dans un bâtiment occupant des personnes âgées. L'affaire n'a pas encore été plaidée ».

### Droits d'auteur

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

### **SERVICES**

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

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

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

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

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

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

### Vidéotexte

L'éditeur met en œuvre un programme de vidéotexte exclusivement développé en interne dont la durée annuelle était en 2007 de 3.491 heures 35 minutes 49 secondes soit de 9 heures 33 minutes 58 secondes en moyenne quotidienne (10 heures 34 minutes 20 secondes en 2006). La diffusion du vidéotexte sur Télésambre 2 représentait 9 heures 13 minutes 11 secondes en 2007 (1 heure 23 minutes en 2006).

Le vidéotexte se décline en plusieurs rubriques : informations générales, informations culturelles, informations sociales, informations sportives, guide des programmes de la chaîne, horoscope et publicités. Publicités qui comprennent des annonces générales, des annonces immobilières et des annonces consacrées aux véhicules d'occasion.



L'éditeur évalue « *de manière prudente* » le volume publicitaire de ce service à environ 2.970 heures (3.280 heures en 2006) annuelles, soit à environ 8 heures 8 minutes (9 heures en 2006) par jour.

L'éditeur indique que « *le montant des recettes commerciales liées à ce service ne peuvent être fournies par la chaîne dans la mesure où la commercialisation des espaces publicitaires est gérée par une régie externe qui rémunère la chaîne sur base d'un forfait garanti et que la facturation vis-à-vis des clients est gérée par cette régie* ».

### Télétexte

L'éditeur dispose d'un service télétexte de type CEEFAX développé et réalisé en interne grâce à l'apport d'un financement du Service public fédéral de Programmation politique scientifique obtenu à l'intervention de la Fédération des télévisions locales. Le télétexte se compose de rubriques diverses relatives à la télévision (programmes, contacts), à des annonces « traditionnelles » (immobilier, véhicules d'occasion, infos commerciales), à des informations services (informations communales et routières, services d'urgence et de garde, pense-bêtes, entraide, formation, emploi), à des rendez-vous culturels, sportifs ou associatifs (cinéma, conférences, culture, calendriers sportifs, Ligue des Familles, stages, bourses, brocantes et marchés) ou à d'autres domaines (divertissement, résultats sportifs, Centre Héraclès, horoscope, relationnel).

Le service propose des espaces publicitaires dont la commercialisation est gérée par une régie externe qui rémunère la chaîne sur base d'un forfait garanti.

### Internet

Le site de Télésambre ([www.telesambre.be](http://www.telesambre.be)), qui a compté 127.991 visiteurs différents au cours de l'exercice, a été « *sérieusement enrichi en 2007, dans le cadre d'un large partenariat initié au sein de la Fédération des télévisions locales* », mené par RTC Télé Liège.

Dès la page d'accueil, le site propose une courte description des derniers reportages diffusés. Un lien permet de les visionner. Cette page d'accueil permet également d'accéder à une série d'informations de base (conditions d'utilisation, composition de l'assemblée générale et du conseil d'administration, services édités, comptes annuels, déposer plainte...).

Plusieurs autres rubriques sont disponibles à partir de cette page : accès aux JT (avec aide à la recherche générale ou par thème), accès à toutes les archives vidéos consultables, descriptif des programmes, annonces de programmes détaillés et commentés, jeux concours, résultats sportifs, horoscope, infos services, information générale sur l'achat d'espace publicitaire, sur la production audiovisuelle ou sur la diffusion par le câble, annonces immobilières et véhicules d'occasion, vidéogrammes de présentation de diverses entreprises de la région, informations portant sur la zone de diffusion, historique de la chaîne et contacts.



L'éditeur précise que les mises à jour, quotidiennes, sont essentiellement gérées en interne et que « *la rubrique des résultats sportifs est gérée par une société spécialisée (...). Le produit a été développé dans le cadre d'un partenariat entre RTC Télé Liège et Télévesdre, de manière à réaliser des économies d'échelle* ».

L'éditeur souligne qu'« *il n'y a pas, jusqu'ici, de recettes commerciales liées au site* ». Le service diffuse de l'autopromotion ou de la promotion pour certains événements « *sans contrepartie financière et partenariale* ».

### **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**

Pour l'éditeur, les synergies entre télévisions locales se manifestent évidemment dans les échanges de programmes : ceux qu'il propose (voir plus haut) et ceux qu'il reçoit. Il précise à ce propos que Téléambre a diffusé des programmes en provenance de toutes les autres télévisions locales. Au nombre de ceux-ci on retrouve notamment « Décrocher la lune » (Antenne Centre), « Kabaret » (Antenne Centre), « Festival Esperanzah » (Canal C), le spectacle « A l'assaut de la citadelle » (Canal C), « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Comic Hotel » (MAtélé), « Peinture fraîche » (MAtélé), « Le grand jour » (MAtélé), trois matchs de l'équipe nationale de volley-ball (notélé), plusieurs captations de basket réalisées par notélé ou RTC, « Label one » (Télé Bruxelles), « Ligne directe » (Télé Bruxelles), « Pierre, papier, ciseaux... » (Télé MB), « Les poissons philosophes » (Télé MB), « Francotidien » (Télévesdre), un reportage sur « Le trail du Ténére (Télévesdre), « Dbranché » (TV Com), « A deux pas de chez vous » (TV Lux), « Voyage au cœur de l'époque gallo-romaine » (TV Lux), « Table et terroir » (TV Lux)...

L'éditeur relève que ces programmes mis à disposition représentaient en 2007 plus de 136 heures, « *ce qui est nettement supérieur au volume des deux années précédentes* ». Cela s'explique, selon lui, par la volonté de proposer en direct différents rendez-vous



communs, par une production propre réduite (en basket notamment), et par une volonté de renforcer la grille des programmes grâce à des apports externes.

L'éditeur déclare avoir également bénéficié - liste exhaustive à l'appui - des images de certaines de ses consœurs essentiellement à destination de ses magazines sportifs, avoir participé à plusieurs coproductions au sein de la Fédération des télévisions locales (« Profils », « Le mérite sportif de la Communauté française », « Zoom jeunes », « L'heure ô génies »), avoir collaboré techniquement à la diffusion de certains événements sur l'ensemble du réseau (finale de l'Euro League de volley-ball, Laetare de Stavelot, ducasse de Mons, ducasse d'Ath, Fêtes de Wallonie à Namur) et avoir mené plusieurs collaborations spécifiques avec les trois autres télévisions hennuyères (« Dialogue Hainaut », « Hainaut, un nouveau regard », « Chuuut », débats organisés dans le cadre des élections fédérales).

A cela, l'éditeur ajoute encore les partenariats entre réseau pour mettre en ligne les nouveaux sites internet des télévisions et un portail commun ou pour limiter les coûts de réalisation de la météo ; la démarche commune de certaines TVL pour permettre de présenter les résultats sportifs sur les sites internet ou le télétexte en réalisant des économies d'échelle ; le choix en matière de prospection publicitaire d'une régie commerciale commune pour la commercialisation des espaces publicitaires dits « grands régionaux » et nationaux.

### **RTBF**

L'éditeur a poursuivi en 2007 la collaboration sportive entamée depuis plusieurs années avec la RTBF, essentiellement pour la compétition de basket-ball de division 1 dont Télésambre, notélé et RTC Télé Liège produisent tour à tour les matchs phares. Cette collaboration a été étendue à la compétition de division 2 de football pour laquelle la RTBF dispose, dans le cadre d'accords avec la VRT, des droits de diffusion. Télésambre réalise ainsi des reportages sur les rencontres jouées à domicile par l'Olympic et en contrepartie fournit ses images à la RTBF lorsque cette dernière le souhaite. « *Ce qui est survenu à quatre reprises en 2007* ».

Sur le plan de l'information, l'éditeur indique que jusque fin juin 2007 un journaliste de Télésambre co-animait une fois par semaine un débat sur l'antenne de Viva Charleroi. La radio présentait par ailleurs systématiquement chaque jour, du lundi au jeudi, la grille de programmes de la télévision locale. « *La RTBF a interrompu ces partenariats, une décision prise sans concertation, ni explication* », précise l'éditeur.

Des échanges d'images (5 séquences fournies par Télésambre) et des échanges promotionnels avec Vivacité complètent les synergies entre éditeurs. Des ces autres collaborations l'éditeur note toutefois qu'elles sont « *très marginales* ».



### Autres médias

L'éditeur indique que « la télévision nourrit des collaborations de type très classique avec d'autres médias. Il s'agit en l'occurrence d'échanges d'espaces promotionnels avec NRJ ». Divers échanges promotionnels ont également été réalisés, via la Fédération des télévisions locales, avec *Le Soir*, *Le Soir Magazine*, *Sud Presse*, *Vlan*, *Vlan.be*, *Sport Foot Magazine*. En contrepartie d'une mention de parrainage, *La Dernière Heure-Les Sports* annonce le magazine hebdomadaire « Sortie de secours » et développe dans ses colonnes un des trois reportages présentés au cours de l'émission.

### Associations

Outre la mise à disposition d'espaces promotionnels gratuits (écrans publicitaires classiques, vidéotexte, télétexte) à diverses associations culturelles ou d'éducation permanente (Théâtre de l'Ancre, Samara, Médiathèque de la Communauté française de Belgique, La nuit des chœurs, Rotary Etoile Academy, Funoc, Cinéma Le Parc...), la télévision locale a développé plusieurs types de collaborations avec les associations : elle a coproduit l'émission de variétés « Les amuse-gueules » avec l'asbl Théâtre Actif, et a diffusé sur son vidéotexte les conseils santé de l'association Educa Santé, avec laquelle elle prépare des clips TV visant la promotion de la santé.

## **ORGANISATION**

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

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

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

Le conseil d'administration de la télévision locale a été renouvelé suite aux élections communales de 2006. L'éditeur déclare que le conseil d'administration, désigné en date du 28 février 2007<sup>6</sup> --, se compose de 25 membres, soit de 11 représentants du secteur public, de 10 représentants du monde associatif, de 3 représentants du monde culturel et d'un représentant siégeant au titre de membre fondateur de l'asbl Télésambre.

Les 11 représentants du secteur public se répartissent entre 5 PS, 3 MR, 2 CDH, 1 ECOLO. 10 de ces représentants (4 PS, 3 MR, 2 CDH, 1 ECOLO) sont titulaires d'un mandat politique tel que visé par l'article 1<sup>er</sup> du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

---

<sup>6</sup> Soit vingt jours après le délai légal, une première réunion de l'assemblée générale n'ayant pu se tenir le 30 janvier faute de quorum. 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.





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

Tous les membres du conseil d'administration disposent d'une voix délibérative. Aucun n'est occupé dans des sociétés de radiodiffusion ou autres média si ce n'est l'un des administrateurs représentant les secteurs associatif et culturel qui est journaliste indépendant. Il n'exerce cependant pas à proprement parler un emploi ou une fonction dirigeante dans un organe de presse écrite de nature à provoquer un conflit d'intérêts avec ceux de la télévision locale.



## AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Télésambre 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 délitement progressif, 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.

Le Collège demande à l'éditeur de communiquer à la société interne des journalistes la jurisprudence du CSA qui a considéré qu'« *il appartient à l'éditeur de reconnaître une société interne de journalistes dont doivent avoir la possibilité d'être membre : tous les journalistes qui sont membres de sa rédaction ; toutes 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, quelles que soient leur fonction* » (décisions du 19 avril 2006).

Le Collège signale au gouvernement qu'une part du volume de production propre déclarée par l'éditeur, diffusée sur le canal partagé avec Brutélé, n'est pas accessible sur l'ensemble de la zone de couverture.

Nonobstant ces observations, le Collège est d'avis que Télésambre a respecté ses obligations pour l'exercice 2007.

Fait à Bruxelles, le 2 octobre 2008.