

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n°30/2009

Contrôle de la réalisation des obligations d'Antenne Centre pour l'exercice 2008

En exécution de l'article 136 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations d'Antenne Centre au cours de l'exercice 2008, 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 1er janvier au 31 décembre 2008.

IDENTIFICATION

(art. 63 du décret)

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)

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 télévisuel Antenne Centre dont le siège social est établi rue de la Tombelle 92 à 7110 Houdeng-Aimeries.

L'autorisation est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 1997. L'article 64 du décret coordonné sur les services de medias audiovisuels souligne que l'autorisation donnée par le gouvernement aux éditeurs locaux de service public télévisuel l'est pour une durée de 9 ans. Cette autorisation est donc échue depuis le 31 décembre 2005. Toutefois, l'article 171 du décret mentionne, dans ses dispositions transitoires, que les autorisations délivrées aux télévisions locales sur la base du décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel viennent à échéance à la date fixée par le gouvernement, date que celui-ci, à ce jour, n'a pas déterminée.

Les statuts de la télévision n'ont pas connu de modification en 2008.

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

Cette zone correspond à la zone de réception.

NewIco distribue la télévision locale sur l'ensemble de sa zone de couverture. Le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique et réseau OTN.

La télévision est également distribuée par Belgacom TV sur l'ensemble de sa zone de couverture par l'ADSL.

MISSION

(art. 64 du décret)

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^{er} et 2 du décret)

§1^{er} 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.

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

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

De manière générale, l'éditeur déclare, concernant le respect de ses missions, qu'« Antenne Centre développe dans ses programmes une information spécifique de proximité dont la finalité tend à favoriser

le développement de la démocratie et de la citoyenneté et raffermir le lien social entre les différentes composantes de la population. Ses émissions d'information rendent compte des événements qui marquent la vie de la communauté en proposant aux téléspectateurs les clés d'analyse qui leur permettent de mieux se situer dans leur environnement (cadre de vie, milieu professionnel, contexte socioculturel et politique, loisirs...).

La télévision locale est aussi particulièrement attentive à favoriser l'expression et la participation des acteurs de la vie associative et culturelle en assurant la valorisation des initiatives qu'ils mettent en œuvre et en leur offrant un espace de dialogue.

Dans le cadre de l'information générale, Antenne Centre propose une édition d'information quotidienne du lundi au samedi et divers magazines thématiques visant à favoriser l'implication sociale et le sentiment d'appartenance à la région. Durant l'année 2008, près de 280 heures de programmes en production propre ont été diffusés couvrant les domaines les plus variés, soit une augmentation de 30 heures par rapport à 2007.

Par ailleurs, deux nouveaux rendez-vous ont été proposés aux téléspectateurs : le « septième », programme de 26' diffusé le dimanche et qui accueille un invité en lien avec l'actualité, et remet en perspective les événements de la semaine écoulée avec l'appoint d'une revue de presse.

L'information locale proprement dite occupe une part importante de la programmation, à savoir plus de 80 % de l'ensemble des émissions. Pour satisfaire à ses objectifs de développement et de promotion de la culture, Antenne Centre propose, en marge de ses éditions quotidiennes d'information générale, des magazines spécifiques permettant une large médiatisation des projets développés par les opérateurs culturels de sa zone de diffusion (Label Culture, Mémoire des Rues, 7 en salle, Laissez-passer). Les activités organisées par les centres culturels et les musées relevant de la Communauté française occupent ainsi une place importante dans la programmation de la télévision locale.

Ces émissions contribuent à promouvoir la dynamique de développement culturel et occupent pas moins de 25 % de l'espace de programmation, compte tenu des reportages culturels également diffusés dans les journaux quotidiens.

Les séquences mettant en valeur le patrimoine de la Communauté française représentent à elles seules environ 18 % de la durée annuelle des programmes.

Dans le cadre des magazines assurant la promotion des spécificités locales, Antenne Centre veille à proposer des « émissions-portrait » valorisant le travail de création des artistes, dans des domaines aussi variés que la musique, la littérature, les arts plastiques, la danse, la création théâtrale ou la muséographie. Ces émissions ont pour but d'encourager le processus de création et offrir aux téléspectateurs quelques clés pour la compréhension de l'œuvre et de la démarche qui l'a initiée. En ce sens, une part importante des programmes d'Antenne Centre se situe dans une perspective d'éducation permanente, cette dernière traversant quelque 50 % de la programmation totale.

Par ailleurs, au travers de ses éditions quotidiennes d'information, une moyenne de 2 à 3 reportages ont fait écho quotidiennement à des initiatives originales relevant du secteur associatif et culturel.

La valorisation des spécificités locales représente quelque 30 % de l'ensemble des prestations de la chaîne.

Enfin, les émissions « Mémoire des Rues », « Le septième », et pour partie, « Infos Magazine » tendent également à favoriser une participation active des téléspectateurs sur des thématiques relatives à l'histoire locale, la sauvegarde de la langue wallonne, la création musicale ou la vie associative et sportive.

Une partie de ces émissions relèvent de l'animation pour 10 % de la durée totale de programmes ».

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

	INFORMATION		ANIMATION		DEVELOPPEMENT CULTUREL		EDUCATION PERMANENTE	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 ^{ère} diffusion	17.721	80	2.215	10	5.538	25	11.076	50
Rediffusions	230.373	80	28.795	10	71.994	25	143.988	50
Total des diffusions	248.094	80	31.010	10	77.532	25	155.064	50

L'éditeur précise qu'« un même reportage peut satisfaire à plusieurs des missions imparties à la télévision locale, ce qui rend ardu le processus de quantification. La mise en valeur du patrimoine de la Communauté française peut impliquer une démarche visant le développement culturel, tout comme une émission d'information peut solliciter la participation active de la population et relever d'une démarche d'éducation permanente. Les données renseignées dans ce tableau sont donc purement estimatives. Elles traduisent néanmoins une représentation globale relativement fidèle des proportions accordées à chaque mission ».

En matière d'information, l'éditeur propose « Le Journal », un journal télévisé quotidien de 20 minutes, diffusé du lundi au samedi ; « Le septième », une séquence rétrospective de l'actualité hebdomadaire diffusée le dimanche ; « La météo » ; différents magazines thématiques : « Info magazine le best of », les meilleurs dossiers de la saison remis en perspective ; « Roulez tambours », sur les meilleurs moments des carnivals de la région ; « Laissez passer », qui propose une découverte de lieux interdits au public ; « Homme de l'année », sous forme de capsule de présentation la première semaine de février ; « Chrono-Foot », « Chrono-sports » et « Le point », hebdomadaires consacrés aux résumés et comptes rendus footballistiques et d'autres compétitions sportives de la région.

L'éditeur classe également, pour 70% de son contenu, le magazine « Info Magazine », un magazine d'information générale qui présente en alternance un invité, un débat ou un reportage ; pour 50% de son contenu, le magazine culturel « Label culture » parmi les programmes d'information ; pour 50% également le magazine « Label de l'été ». Sans en donner le pourcentage, l'éditeur classe dans les magazines, entre autres informatifs, « Carnaval de Binche », « Petits ruisseaux », « 25 ans ACTv ».

A ces productions propres s'ajoutent les coproductions « Dialogue Hainaut » et « Chuut », deux magazines d'information provinciale produits en collaboration avec la province du Hainaut et les télévisions locales hennuyères ; « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par l'ensemble des TVL ; « Horizons régions », qui propose un panorama de l'actualité en Communauté française, avec les autres TVL ; « Hainaut's envies », qui présente les plus beaux fleurons du patrimoine hennuyer, avec la Province du Hainaut, et les TVL du Hainaut ; « Traité de Lisbonne », débat en direct

du Parlement wallon le 14 mai, avec les autres TVL ; « Sport été », une émission qui propose des séquences sportives en provenance d'autres TVL.

Des magazines d'informations, ou entre autres classés dans l'information, réalisés par d'autres TVL sont également proposés sur ACTv : « Table et terroir » de TVLux (également caractérisé comme de l'animation) ; « Mobil idées », réalisé par Télévesdre ; « Un mois en enfer », consacré à la bataille des Ardennes et réalisé par TVLux ; « Pense bête », conseils vétérinaires réalisés par TéléSambre ; « Peinture fraîche » de Matélé, « Ligne directe » et « Bulle d'air », de Télé Bruxelles.

Au registre éducation permanente, l'éditeur range, pour 25% de leur contenu : « Label culture » et « Le label de l'été » et pour 20% de leur contenu « Le journal », «Le septième », « Info magazine ». Une autre production propre est catégorisée dans l'éducation permanente sans pourcentage précis : « Petits ruisseaux ».

Des coproductions sont également catégorisées dans l'éducation permanente : « Chuuut », également sous les rubriques info et culture, réalisé à 20% par ACTv (en collaboration avec les TVL du Hainaut) ; « Hainaut's envies », également repris sous les rubriques info et patrimoine, où ACTv a une participation de 20% ; « Profils », classé pour 50% dans l'information, où ACTv a une participation de 9,09% (avec dix autres TVL) ; « Traité de Lisbonne », également réalisé pour 9,09% avec dix autres TVL.

Une émission d'éducation permanente diffusée par ACTv est produite par Canal Zoom : « Le geste du mois », consacrée au jardinage.

En matière de développement culturel, l'éditeur : « Memento 1 » consacré aux activités sportives, culturelles et associatives de la région du centre. Pour 20% de leur contenu, « Le journal » et « Le septième », pour 25%, « Label culture » et « Label de l'été » sont également repris sous la rubrique du développement culturel. Les émissions « Kabaret », « Carnaval de Binche », « La mémoire des rues », « La mémoire des rues de l'été », « Le jeu de l'été » et « Arrêt sur image » sont également qualifiées de culturelle, mais pour un pourcentage inconnu.

Les coproductions « Chuuut » et « Concert Strauss », le 31 décembre, avec Télé MB et Notélé sont également reprises sous la rubriques du développement culturel. « Comic Hotel », réalisé par Matélé ; « Doudou à Mons », de TéléMB ; « Nuit de la musique africaine, dont le réalisateur n'est pas précisé ; « American music », de RTC ; « Nuits musicales de Beloeil », « Ducasse d'Ath » et « Procession de Tournai » de Notélé et « Combat des échasseurs » de Canal C sont également catégorisées comme émissions de développement culturel.

A la rubrique animation/divertissement, l'éditeur reprend les émissions « 7 en salle mardi », « 7 en salle » et « 7 en salle première », consacrées au cinéma ; « La mémoire des rues » et « La mémoire des rues de l'été », ainsi que « le jeu de l'été ». Certaines coproductions sont également catégorisées sous cette rubrique : « Big Bang », émission de variété avec chanteurs et humoristes de la Communauté française où ACTv a une participation de 5% ; « Explorez le monde » à laquelle ACTv participe à 20% ; « Festival du rire », à hauteur de 2,19% (avec les 11 autres TVL) et « Concert Fugain », avec une participation de 8,33% (avec les 11 autres TVL). ACTv a également diffusé l'émission « Comic Hotel » de Matélé et « Débranchés » de TVCom.

Sur base du classement et de la liste des programmes fournis par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2008 par Antenne Centre se répartissent comme suit :

Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2008

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	8	3	0	23
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles)	6	3	0	12

Sur l'ensemble des émissions produites ou coproduites et en première diffusion, 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	11.59%	9.53%	0.75%	15.89%
Développement culturel	7.77%	8.63%	11.65%	12.93%
Education permanente	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Information	62.77%	83.22%	80.20%	64.30%

Participation active de la population de la zone de couverture

L'éditeur favorise tout d'abord la participation active de la population de sa zone de couverture au travers de plusieurs émissions. « La mémoire des rues », un jeu relatif à l'histoire régionale, confronte chaque semaine les connaissances de deux candidats qui sont amenés à solliciter par téléphone et en direct l'aide active de téléspectateurs. La finale du jeu a donné l'occasion d'inviter plus de 400 personnes sur un site touristique local.

L'émission « 7 en salle », permet aux téléspectateurs de participer à un jeu leur offrant la possibilité de remporter des entrées gratuites aux « premières » de cinéma et l'émission « Le Septième » accueille chaque semaine une personnalité de la région.

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

Pour finir, des écoles et des associations de la zone de couverture de la télévision ont été invitées à une visite des studios, afin de se familiariser avec les techniques audiovisuelles.

Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

Pour l'éditeur, « la diversité culturelle s'exprime notamment au travers des JT quotidiens et des émissions thématiques telles que « Label Culture » ou « Info magazine » qui veillent à promouvoir toutes les facettes de la création et de l'expression. Il cite à titre d'exemple les nombreux reportages consacrés à la culture populaire et aux traditions folkloriques, notamment les carnivals régionaux.

Il cite une série d'émissions qui ont également contribué à sensibiliser en 2008 aux enjeux démocratiques et valeurs sociales : « Débat : politique et sport », « L'aide médicale à La Louvière », « La fracture d'énergie », « Les élections sociales », « Le téléthon à La Louvière », « Les caméras de

surveillance », « Les droits de l'homme dans la région du centre », « Le traité de Lisbonne : questions parlementaires », « Débat : endettement, crise financière ».

Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales

Selon l'éditeur, « un certain nombre de reportages diffusés dans le journal quotidien concourent directement ou indirectement à la valorisation du patrimoine de la Communauté française ». Il précise à ce propos que « l'attention particulière accordée à la promotion des manifestations mises sur pied par le Musée de Mariemont, le Centre de la Gravure et de l'Image imprimée, le Château de Seneffe, ou les Centres culturels de la zone témoignent de cette démarche qui s'exprime également au travers de la mise en valeur des spécificités locales ».

L'éditeur cite les dossiers hebdomadaires développés en 2008 dans le jeu d'histoire régionale « La mémoire de rues », consacrés à la découverte du patrimoine local et régional : « Les découvertes archéologiques à la collégiale de Soignies... », « L'hôpital Saint Julien à Boussoit », « Les monuments aux morts de La Louvière », « L'église et le couvent des Récollets à Binche », « Carnet d'un poilu », « Le rôle des carrières du centre dans la construction de Sainte Waudru » et « Maria de Villegas à Louvignies, une châtelaine dans les tranchées ».

Les magazines « Chuut » et « Hainaut's envies » permettent selon l'éditeur de « valoriser des artistes hennuyers mais aussi les plus beaux fleurons de notre patrimoine provincial ». Il indique également que des émissions comme « Label Culture » ou « Le mérite sportif de la Communauté française » « contribuent à promouvoir les personnalités artistiques ou sportives de la Communauté ».

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

	Patrimoine de la Communauté française			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%
1 ^{ère} diffusion	11	3987	18	17	6202	28
Rediffusion	143	51831	18	221	80 626	28
Total des diffusions	154	55818	18	238	86828	28

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

PROGRAMMATION

(art. 66 §1^{er} 6° et art. 66 §1^{er} in fine du décret)

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 programmes de production propre mis à disposition par d'autres télévisions locales, des programmes non produits en propre qu'elle est tenue de diffuser en application de sa convention et 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.

Grille de programmes

Selon l'éditeur¹, la durée annuelle des programmes en première diffusion s'élève à 369 heures 11 minutes, émissions « extérieures » comprises, pour une moyenne quotidienne d'environ 61 minutes.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte à 452 heures 12 minutes 30 secondes (pour 421 heures 37 minutes 58 secondes en 2007), soit à une moyenne quotidienne de 1 heure 14 minutes 32 secondes (pour 1 heure 9 minutes 19 secondes en 2007).

L'analyse de la liste de programmes des quatre semaines d'échantillon, réalisée sur base des indications de production et de diffusion fournies par l'éditeur, donne une première diffusion quotidienne moyenne de 1 heure 7 minutes 55 secondes (1 heure 10 minutes 42 secondes en 2006).

Après analyse, la production propre de ces échantillons s'élève, hors échanges, aux pourcentages suivants:

	Semaine 1		Semaine 2		Semaine 3		Semaine 4	
Production propre dont parts en coproduction	4:50:32	82.13%	5:42:54	92.92%	6:00:10	92.59%	6:17:02	93.12%
Parts en coproduction	0:03:40	1.04%	0:03:59	1.08%	0:04:01	1.03%	0:06:58	1.72%
Programmes extérieurs aux TVL	0:00:00	0.00%	0:00:00	0.00%	0:00:00	0.00%	0:00:00	0.00%
Programmes des autres TVL	0:00:00		0:00:00		0:00:00		0:00:00	

Production propre

En 2008, l'éditeur a produit, en propre² :

¹ La déclaration de l'éditeur se base sur la durée théorique des émissions.

² Seules les émissions régulières sont reprises.

En information :

- 277 éditions de « Le Journal », quotidien du lundi au samedi de 20 minutes ;
- 366 « météo », émission quotidienne de 1 minute ;
- 40 éditions de « Le Septième », émission hebdomadaire de 25 minutes ;
- 40 éditions de « Horizon région », émission hebdomadaire de 25 minutes ;
- 18 éditions de « Roulez Tambours », émission bihebdomadaire de 10 minutes durant la période du carnaval ;
- 14 éditions de « Laissez passer », émission hebdomadaire de 5 minutes.

En sports :

- 41 éditions de « Chrono-sport », émission hebdomadaire de 24 minutes ;
- 32 éditions de « Chrono-foot », émission hebdomadaire de 40 minutes ;
- 14 éditions de « Le Point », émission hebdomadaire de 4 minutes ;
- 11 éditions de « Sport Eté », émission hebdomadaire de 20 minutes ;
- 1 « championnat d'Europe de boxe » de 55 minutes.

En magazines :

- 35 éditions de « Info magazine », hebdomadaire de 26 minutes ;
- 16 éditions de « Petits ruisseaux », bimensuel de 13 minutes ;
- 11 éditions de « Info magazine Eté », hebdomadaire de 26 minutes ;
- 1 émission spéciale sur le Carnaval de Binche en direct durant 85 minutes.

En culture :

- 39 éditions de « Memento », émission hebdomadaire de 3 minutes ;
- 38 éditions de « Label Culture », émission hebdomadaire de 26 minutes ;
- 6 éditions de « Label de l'été », émission de 20 minutes tous les 15 jours.

En divertissement :

- 45 éditions « Jeu de l'été », émission quotidienne de 1 minute ;
- 36 éditions de « Mémoire des rues », émission hebdomadaire de 35 minutes ;
- 25 éditions de « 7 en salle », émission hebdomadaire de 5 minutes ;
- 24 éditions de « 7 en salle 1ère », émission hebdomadaire de 10 minutes ;
- 23 éditions de « 25 ans déjà », émission hebdomadaire de 40 minutes ;
- 14 éditions de « 7 en salle », émission hebdomadaire de 20 minutes ;
- 11 éditions de « Mémoire des rues 25 ans », émission hebdomadaire de 5 minutes ;
- 5 éditions de « L'homme de l'année », émission de 1 minute 30 secondes ;
- 3 éditions de « Mémoire des rues émissions spéciales », émissions de 88, 40 et 40 minutes ;
- 3 éditions de « Arrêt sur image », émission mensuelle de 35 minutes.

L'éditeur déclare également dans sa production propre 393 minutes d'autopromotion.

L'éditeur déclare une production propre pour l'année 2008 de 284 heures 23 minutes 30 secondes, soit 33 heures de plus que pour l'année 2007.

Après vérification, le CSA estime cette production propre (avec participation aux coproductions – cf. infra) égale à 256 heures 52 minutes 34 secondes (pour 246 heures 58 minutes 33 secondes en 2007), soit 81.98% de la première diffusion vérifiée par le CSA, hors échanges, et 56.80% avec ces derniers (58,57% en 2007).

Coproduction

En 2008, l'éditeur a coproduit³ :

Magazines :

- 39 numéros de « Dialogue Hainaut », émission hebdomadaire de 5 minutes, avec une participation de 20% ;
- 38 numéros de « Chuut », émission hebdomadaire de 10 minutes, avec une participation de 20% ;
- 21 numéros de « Profils », émission mensuelle de 22 minutes, avec une participation de 9,09% ;
- 20 numéros de « Hainaut's envies », émission hebdomadaire de 12 minutes, avec une participation de 20% ;
- 3 numéros de « Explorez le monde », émission mensuelle de 15 minutes, avec une participation de 20%.

L'éditeur identifie une participation dans les coproductions équivalente à 6 heures 55 minutes 11 secondes, soit 1 heure 22 minutes en plus que pour 2007.

Le CSA, après contrôle, estime la part d'Antenne Centre dans la coproduction à 16 heures 2 minutes 4 secondes (pour 8 heures 57 minutes 3 secondes en 2007), soit 5.12% (pour 2,12% en 2007) de la première diffusion vérifiée par le CSA (hors échanges de programmes).

Lors du contrôle relatif à l'exercice 2007, le CSA notait que « 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. 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 ».

La mention est toujours présente à l'écran pour l'exercice 2008. Cependant, suite à une question complémentaire à ce propos, l'éditeur indique que : « cette modification impliquait en effet de recomposer l'ensemble du générique en pleine saison. Une modification dans le sens préconisé par le CSA a été évoquée pour la reprise de la saison 2009/ 2010, début octobre. L'émission étant post-produite au sein des télévisions sur base des images d'archives sélectionnées par les télévisions, ce projet étant par ailleurs une initiative des télévisions hennuyères, ce programme nous semble clairement relever de la production propre ».

Le CSA a comptabilisé cette émission comme une coproduction dont la participation de chaque TVL s'élève à 20% et sera particulièrement attentif aux modifications annoncées début octobre lors de son contrôle relatif à l'exercice 2009.

En ce qui concerne « Dialogue Hainaut », le CSA notait, lors du contrôle 2008 : « « Dialogue Hainaut », qui est présentée dans le générique et en visuel comme une production du service de relations publiques de la Province de Hainaut et dont la convention passée avec l'une des TVL précise que la responsabilité de la collaboration est confiée à ce même service, ne peut être considérée comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise ».

³ Seules les émissions régulières sont reprises.

Le Collège prend acte des arguments avancés par les différentes télévisions à propos du travail fourni dans la réalisation des émissions « Chuut » et « Dialogue Hainaut ». Sous l'angle de l'éligibilité à la comptabilisation de ces programmes en production propre, considérant les informations en sa possession, il maintient pour cet exercice encore la prise en considération de ces programmes à hauteur de 20% pour chaque télévision concernée.

S'agissant des programmes faisant l'objet de participations des institutions provinciales – sous différentes formes – le Collège attire l'attention sur la nécessité de s'assurer dans ceux-ci du respect des dispositions décrétales, et notamment :

- Du contrôle de l'éditeur sur la composition et la réalisation du programme, pour être considéré comme une production propre (art 1 35° et art 67 §1^{er} 6°) ;
- De l'absence d'ingérence d'une autorité publique ou privée dans la programmation et la maîtrise éditoriale de l'information (art 67 §1^{er} 8°) ;
- De l'indépendance de la programmation de la TVL par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et intercommunaux ;
- En matière de parrainage, notamment, de l'absence d'influence du parrain sur le programme, et du nombre et des durées des mentions de parrainage.

Echanges de programmes et programmes mis à disposition

Au nombre des échanges de programmes, l'éditeur cite 9 « Le geste du mois » de Canal Zoom, 8 « Comic Hotel » et 26 « Peinture fraîche » de Matélé, 1 « Concert Abbey Road » et un « Concert Brahms » de RTC, 4 « Dour » de TéléMB, 3 « Mobil Idées » et 5 « Francotidien » de Télévesdre, 7 « Ligne directe » et 11 « Bulle d'air » de Télé Bruxelles, 1 « Concert NRJ », 19 « Pense bête », « 2 « Concert de Liberchies et 1 « Concert Beaucarne » de Téléambre, 50 « Débranchés » de TVCom, 15 « Table et terroir », 9 « Conte de Noël » et 19 « Un mois en enfer » de TV Lux. Par ailleurs, l'éditeur cite les programmes qu'il a mis à la disposition des autres télévisions locales.

Achat et commandes de programmes

Dans le courant 2008, Antenne Centre a également diffusé plusieurs programmes produits par d'autres acteurs que les télévisions locales :

- 10 émissions d'informations « Télévox », espace concédé au Ministère de la Défense ;
- 9 émissions « Big Bang », divertissement produit par Dominique Dubuisson ;
- 5 épisodes de la fiction « Da Vinci », produite par Vidéodis Charleroi ;
- « D'un mur à l'autre », long métrage produit par l'INA, France2 et Facem repères ;
- 9 épisodes de « 5 sur 5 », courts-métrages produits par l'Espace Dragone.

Publicité

L'éditeur estime la durée publicitaire annuelle à 511 heures rediffusions comprises, ce qui revient à 9.88% de la programmation.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 3.94% et 15.02% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 9.19%) de l'ensemble

des programmes diffusés. Le temps de transmission quotidien consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion a été légèrement dépassé à une reprise.

L'éditeur déclare que « le dépassement de 0,2% du mardi 20 mai est tout à fait accidentel. Le programme consacré au « Salon de l'emploi » ne nous a pas semblé devoir relever de la « publicité » mais plutôt de l'information service. De plus, la longueur exceptionnelle du reportage aura contribué à ce très léger dépassement, s'il s'avère que la totalité du clip doit être assimilée à de la publicité au sens de l'article 20 du décret.

Par ailleurs, l'annonce de l'émission « Les petits ruisseaux », un programme d'éducation permanente coproduit par les tvl a été comptabilisé à concurrence de 44 passages de 30" dans les écrans publicitaires pour l'échantillon du 20 mai. »

Si les publireportages diffusés ce jour là doivent bien être comptabilisés comme de la publicité, il n'en va pas de même des annonces d'autopromotion mentionnées par l'éditeur. Ces annonces n'ont pu être déduites du temps journalier de publicité car les spots ne sont pas détaillés dans les conduites d'antenne fournies par l'éditeur. Le dépassement relevé étant toutefois très léger, il est vraisemblable que le retrait de ces annonces du temps publicitaire aurait pour effet d'annuler ce dépassement.

	Lundi	mardi	Mercredi	jeudi	Vendredi	samedi	dimanche	Moyenne de la semaine
Semaine 1	8.71%	7.65%	6.85%	8.64%	9.08%	7.43%	7.58%	7.99%
Semaine 2	12.35%	<u>15.02%</u>	9.32%	10.23%	12.24%	7.57%	8.12%	11.43%
Semaine 3	4.53%	3.94%	9,12%	6.86%	5.36%	5.23%	5.07%	5.73%
Semaine 4	8.45%	12.74%	14.31%	12.26%	11,29%	13.04%	9.35%	11.63%
								9.19%

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)

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 ;
- assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes ;
- avoir mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins.

Journalistes professionnels

L'éditeur fournit le nom et le numéro de carte de presse de 22 journalistes professionnels, dont le directeur, un réalisateur cadreur et son et un cameraman monteur.

Outre le directeur général et le rédacteur en chef, 5 journalistes agréés occupent des fonctions de direction (responsable technique, chargé de production et de gestion de projets, édition, secrétariat général et responsable des partenariats)

Au sein de la rédaction, 8 journalistes professionnels (+ 1 personne non répertoriée en tant que journaliste) se voient assignés l' « info » et 8 autres journalistes traitent de « secteurs spécifiques » (culture, sport, « profils »).

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

Société interne de journalistes

La société interne de journalistes a été constituée le 7 mai 2004 et reconnue par le conseil d'administration le 22 juin 2004.

15 journalistes et un cameraman professionnels en sont membres ainsi que 2 journalistes en attente d'agrément.

Durant l'année 2008, la société interne de journalistes a été consultée principalement sur l'évaluation de la nouvelle politique éditoriale et du mode de fonctionnement de la rédaction, 10 mois après la désignation d'un nouveau rédacteur en chef. L'évolution a été jugée globalement positive.

Règlement d'ordre intérieur

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

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

L'éditeur déclare, comme les années précédentes, que « *dans le respect des missions telles que définies par le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le rédacteur en chef assume la maîtrise éditoriale de l'information en assurant au quotidien le choix et la répartition des reportages, en concertation avec les journalistes de la rédaction* ». Il ajoute que « *Le rédacteur en chef est garant du respect de la ligne éditoriale définie dans le respect des missions décrétales* » et qu'il « *appartient à la direction de veiller au quotidien à la bonne application des dispositions légales tout en veillant à garantir l'indépendance de la rédaction* ».

Il rappelle que « *le conseil d'administration de la télévision n'intervient pas dans la gestion courante et l'organisation des programmes d'information, mais son avis peut être sollicité quant au contenu des créneaux généraux de programmation* » et souligne que « *de façon plus générale, le conseil d'administration assure la garantie de bonne fin des missions de la télévision telles que définies dans le décret sur la radiodiffusion* ».

L'éditeur rappelle enfin que « *pour ce qui relève de la maîtrise éditoriale, la rédaction doit se conformer aux articles 10 à 15 du R.O.I. tel qu'adopté par la télévision* ».

Ainsi, l'article 10 de ce règlement d'ordre intérieur est consacré à la couverture de la responsabilité du journaliste qui a l'accord de son chef hiérarchique et l'article 15 énonce qu'« *en matière de coproduction, de sponsoring, en ce qui concerne les émissions dont un apport financier est amené par une personne, une société ou une institution extérieure à la TVCL, l'émission est considérée comme étant de l'information si, et seulement si, le journaliste et le rédacteur en chef gardent le libre choix du commentaire et, au sens large, leur liberté journalistique* ».

Equilibre entre les diverses tendances idéologiques

Le règlement d'ordre intérieur recommande en son article 5 la représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion. Un équilibre qui « *ne doit pas nécessairement s'établir à l'intérieur de chaque émission, mais il doit ressortir soit d'une série d'émissions, soit de l'ensemble de l'information au cours d'un certain laps de temps* ». Le R.O.I. garantit également, en son article 6, le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances. En outre, dans l'éventualité où une ou plusieurs tendances ne seraient pas représentées (absence, refus, limitation due à des raisons pratiques), il en fait mention à l'antenne.

L'éditeur souligne encore à ce propos que « *le rédacteur en chef épaulé par ses responsables de services veille à la bonne application de ces mesures. Ne pouvant garantir une répartition mathématique et*

strictement égalitaire des différentes interventions qui ne tiendrait pas compte des impératifs de traitement dictés par l'actualité, la rédaction assure néanmoins dans un souci de pluralisme et d'équilibre des tendances la gestion des demandes émanant de familles politiques démocratiques (communiqués, conférences de presse...) visant à exprimer une opinion sur une thématique d'actualité. La confrontation des points de vue, lorsqu'elle est possible, est généralement privilégiée dans le traitement de l'information ».

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

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

L'éditeur note qu'aucun dispositif particulier n'a été instauré pour garantir son indépendance qui « est assurée de facto ». Il ajoute que la distinction des responsabilités de gestion et de rédaction opérée en 2007 constitue une garantie supplémentaire quant au respect de l'indépendance rédactionnelle.

Il précise toutefois que « toute convention conclue avec une autorité publique (dans le cadre d'une subvention communale par exemple) implique le respect par cette dernière du décret régissant les télévisions locales, des statuts de la télévision ainsi que du R.O.I. relatif à la déontologie journalistique ».

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

Ecoute des téléspectateurs

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

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

Droits d'auteur

L'éditeur fournit la pièce attestant du respect de l'obligation.

SERVICES

(art. 68 du décret)

§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

Antenne Centre diffuse un programme de vidéotexte d'une durée estimée en 2008 à 46 heures par semaine. Ce vidéotexte se compose de publicités commerciales, de l'agenda des manifestations associatives et culturelles, des annonces de la Croix-Rouge de Belgique, des programmes cinéma, des offres d'emploi du Forem, des annonces immobilières et des petites annonces. La bande sonore est tantôt indépendante des images (canal musical), tantôt en rapport avec le contenu diffusé essentiellement pour la publicité commerciale. Chaque page reste à l'antenne pendant 15 secondes, 20 secondes pour la publicité commerciale. Un cycle de diffusion comporte plus ou moins 160 pages pour une moyenne de 52 minutes d'antenne rediffusées en boucle. L'éditeur déclare que la publicité commerciale en 2008 a représenté 3 heures 40 minutes par semaine (hors jingles), soit environ 8 % du temps d'antenne global affecté au vidéotexte.

Télétexte

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

Internet

Le site internet d'Antenne Centre (www.antenne-centre.be) propose des informations sur la chaîne (programmes, historique, contacts, membres et administrateurs, comptes annuels, description du service publicité, vente de dvd...), le JT en ligne, les magazines sportifs et culturels, ainsi que des modules dynamiques (« Actu à la une » et « Nos infos ») qui permettent de pointer les faits marquants de l'actualité régionale et les informations principales relatives à la programmation de la chaîne. Le site qui ne contient aucune publicité a accueilli en 2008 une moyenne de 22 000 visiteurs par mois. Une rubrique « 25^{ème} » anniversaire a été créée.

COLLABORATIONS

(art. 69 du décret)

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

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

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

TVL

En matière d'échange d'images, de reportages et de programmes, Antenne Centre déclare échanger régulièrement des reportages, notamment sportifs, avec les télévisions locales de sa province dans le but d'optimiser la couverture de l'actualité. Le « journal des régions » témoigne également de synergies régulières, ainsi que des séries ou programmes mensuels comme « Le geste du mois » ou « Table et terroirs ».

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

En matière de diffusion de programmes et de participation à des manifestations régionales, l'éditeur évoque « tout au long de l'année 2008, de nombreuses retransmissions en direct d'événements folkloriques, sportifs et culturels de la Communauté française », qu'elles soient liées au patrimoine (par exemple le « Carnaval de Binche »), à la culture (« Festival du rire de Rochefort »,...) ou au sport (« Mérites sportifs des Télés locales de la Communauté française de Belgique », ...).

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

RTBF

L'éditeur déclare avoir avec la RTBF des échanges occasionnels d'images liées à l'actualité culturelle pour les magazines « Javas » et « Label culture » ainsi que dans le cadre de l'information générale.

D'autres coopérations ont tenu à la coproduction de magazines comme « Les Niouzz » (8 reportages fournis par Antenne Centre en 2008) ou à la diffusion des matchs du championnat de basket – ball de première division.

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

Autres médias

Au nombre des collaborations avec les autres médias, l'éditeur cite l'organisation en partenariat avec *La Nouvelle Gazette* (Sudpresse) du concours grand public destiné à promouvoir les hommes et les femmes de l'année dans la région, au château de Seneffe en 2008.

Associations

L'éditeur met en avant le partenariat global entretenu avec le Centre culturel régional du Centre afin d'en promouvoir les activités en contrepartie de la visibilité de la télévision locale sur l'ensemble de ses supports ainsi que divers partenariats menés avec Le Musée du carnaval et du masque, avec le Centre de la gravure et de l'image imprimée de la Communauté française et avec Les amis de Binche Culture.

L'éditeur précise que « l'ensemble des collaborations, développées avec les médias locaux ou les associations culturelles et d'éducation permanente se sont toutes révélées particulièrement positives : ces partenariats assurent en effet à la télévision locale un regain de visibilité et de notoriété ».

ORGANISATION

(art. 70 §1^{er} du décret)

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 renouvelé suite aux élections communales de 2006 et désigné en date du 28 mars 2007 n'a subi aucune modification au cours de l'exercice 2008, hormis la démission de l'un des représentants du secteur public - qui était également administrateur, administrateur-gérant et président de radios privées - suite à l'avis du Collège relatif à l'exercice 2007 et conformément à l'article 72 du décret.

A la fin de l'exercice 2008, il se composait ainsi de 32 membres (pour 33 membres en 2007), soit de 14 représentants du secteur public et de 18 représentants des associations.

Les 14 représentants du secteur public se répartissent désormais entre 6 PS, 4 CDH, 3 MR, 1 Ecolo. 11 de ces représentants (6 PS, 3 CDH, 2 MR) sont titulaires d'un mandat politique tel que visé par l'article 1^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

Depuis 2008, un observateur a été désigné par le gouvernement pour le représenter au sein de la télévision locale. Il siège également au Conseil d'administration de la Fédération des télévisions locales.

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

AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Antenne Centre a respecté ses obligations pour l'exercice 2008 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, à l'instar de l'exercice précédent, 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 nouveau à solliciter formellement la RTBF afin d'engager rapidement une réflexion et des actions communes en la matière.

Au delà de l'avis rendu lors du précédent exercice au sujet des programmes « Chuut » et « Dialogue Hainaut » qu'il confirme, le Collège procédera avec les parties intéressées, au regard des dispositions décrétales notamment relatives à l'indépendance de la programmation, à une évaluation des programmes faisant l'objet de collaborations avec des autorités et organismes publics, transversalement pour l'ensemble des télévisions locales dans le courant de l'actuel exercice 2009.

Nonobstant ces observations, le Collège est d'avis qu'Antenne Centre a respecté ses obligations pour l'exercice 2008.

Fait à Bruxelles, le 24 septembre 2009.