

Télévisions locales

Contrôle annuel 2017

En exécution de l'article 136 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci-après, le décret), le Conseil supérieur de l'audiovisuel a rendu ses avis relatifs à la concrétisation par les télévisions locales de leurs obligations légales pour l'exercice 2017.

Procédure

Conformément à l'article 67 §1^{er}, 14° du décret, chaque télévision locale présente annuellement un rapport d'activités au Collège d'autorisation et de contrôle ainsi qu'au Ministre des médias.

Le contrôle du CSA s'effectue au regard de deux sources de droit : d'une part le décret de la Communauté française sur les services de médias audiovisuels et d'autre part les conventions qui lient le Gouvernement à chaque éditeur. Ces conventions décrivent « *les modalités particulières d'exécution des missions de service public des télévisions locales telles qu'adaptées aux spécificités de chaque zone de couverture* ».

Le contrôle du CSA se concentre notamment sur les missions programmatiques (information, développement culturel, éducation permanente, animation-participation), la production propre, les synergies entre éditeurs télévisuels de service public, l'accessibilité des programmes et la composition des conseils d'administration.

Les avis 2017 de chaque télévision locale sont disponibles sur le site internet du CSA.

Synthèse transversale

La présente synthèse se concentre sur quatre enjeux de régulation spécifiques :

1. Les développements connectés – p.2
2. La programmation – p.5
3. La mission d'éducation permanente – p.10
4. L'accessibilité des programmes – p.15

1. Développements connectés

1.1. Services non linéaires

Chaque télévision locale édite un site internet sur lequel ses programmes sont disponibles en direct ou à la demande. Certaines séquences sont aussi proposées sur le portail d'information « vivreici.be » (coédité avec la RTBF).

Une tendance se confirme : les télévisions locales privilégient la mise à disposition de leurs programmes sur leurs sites internet, plutôt que via des plateformes de partage de vidéos telles que YouTube ou Dailymotion. Seule BX1 semble adopter une réelle stratégie de développement sur la plateforme YouTube : sa chaîne atteint 11.219 abonnés en octobre 2018, ce qui représente une augmentation très importante (+75%) par rapport à la même période en 2017.

À l'heure où Facebook et YouTube se partagent la quasi-totalité de la croissance des revenus publicitaires en ligne, le choix des télévisions locales de développer leurs propres canaux de diffusion n'est certainement pas anodin : cela leur permet de s'affirmer en tant que médias à part entière sur internet, mais aussi de rester maîtresses de l'édition, de l'organisation et de la commercialisation de leurs programmes. Cette stratégie implique toutefois des investissements techniques importants que certains éditeurs commencent à mutualiser notamment par des développements informatiques et des formations de personnel.

1.2. Réseaux sociaux

Médias de proximité par définition, les télévisions locales développent leur présence sur les réseaux sociaux. L'objectif est de dynamiser la relation avec leurs publics -notamment les jeunes- mais aussi d'approvoiser les nouvelles tendances de production de contenus audiovisuels dites « *webfirst* ». Ces déploiements sont notamment inspirés par des formations organisées par la Fédération des télévisions locales.

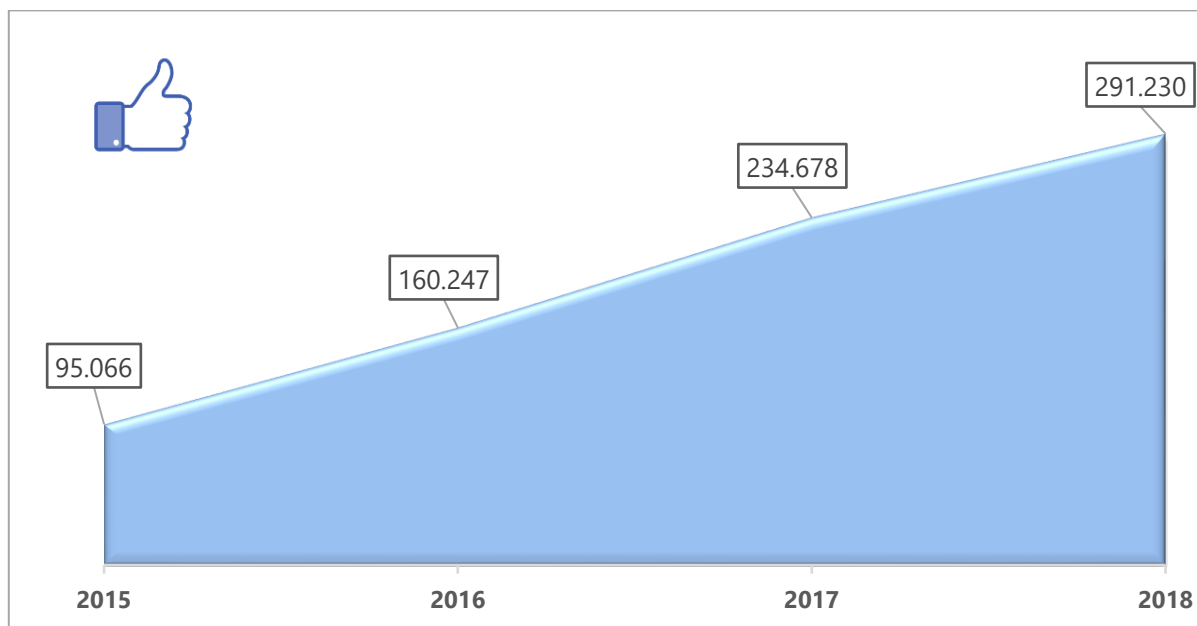
1.2.1. Facebook

Toutes les télévisions locales sont actives sur Facebook. Elles alimentent leurs pages plusieurs fois par jour, créant un flux dynamique et complémentaire à leurs programmations. En plus d'une page « généraliste », la plupart administrent des pages complémentaires pour mieux cibler l'audience (liées à un programme ou à une thématique comme la culture ou le sport). Cet engagement se traduit également par la création de « groupes » Facebook, véritables « médias » participatifs qui fédèrent les publics autour de centres d'intérêts communs.

En l'absence d'audiences officielles, Facebook est potentiellement, pour les télévisions locales, un indicateur utile d'adhésion et de reconnaissance. Au même titre que les statistiques de fréquentation et de visionnage de leurs sites internet, les interactions sur Facebook permettent aux télévisions locales de s'évaluer et de mieux cerner les attentes de leurs publics.

L'adhésion aux pages Facebook des télévisions locales poursuit sa progression. Entre 2017 et 2018, le nombre global de « like » est passé de 234.700 à 291.200¹. Le secteur cumule donc 56.500 « like » supplémentaires (+25%). Cette progression se confirme pour chaque télévision locale (avec quelques nuances). Comme illustré par le graphique, le nombre de « like » cumulé progresse de 200% depuis les premiers relevés du CSA en 2015.

Figure 1 : adhésion sur Facebook



Examiné par télévision locale, le nombre de « like » se situe entre 12.415 (Canal Zoom) et 38.057 (Télésambre). Il est intéressant de constater que le « top 3 » n'est pas totalement dominé par les télévisions locales « métropolitaines » : Télésambre (38.057 like), Notélé (31.682 like) et TV Lux (28.679 like).

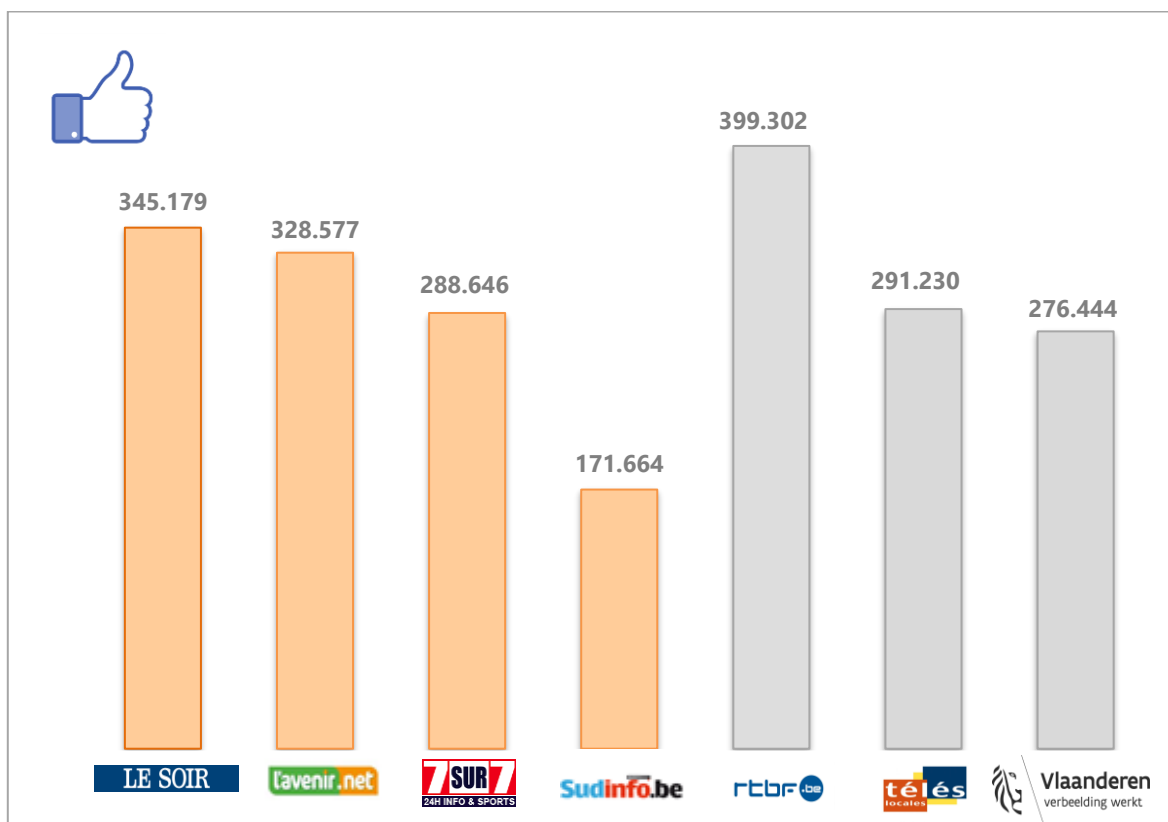
Précision méthodologique :

Depuis 2017, Facebook établit une distinction entre les fonctionnalités « like » et « follow », permettant aux utilisateurs d'aimer une page sans forcément suivre son flux d'actualités (et inversement). Dès lors, si le « like » s'apparente à une adhésion générale, c'est dorénavant le « follow » qui devient le réel facteur d'engagement. Les données récoltées par le CSA se centrent depuis 2015 sur le nombre de « like » (seule information disponible à l'époque). Bien que, pour les télévisions locales, les écarts entre les deux types d'engagements ne soient pas encore très importants, cette nouvelle donne pourrait nécessiter des adaptations méthodologiques à l'avenir.

L'effort de déploiement sur Facebook est aujourd'hui commun à tous les médias. La figure 2 replace la percée récente des télévisions locales dans ce contexte plus global.

¹ Le CSA effectue ses relevés au moment du contrôle annuel, soit la seconde quinzaine d'octobre chaque année.

Figure 2 : adhésion sur Facebook, panorama élargi



Deux observations :

- l’audience cumulée des télévisions locales est bien placée, faisant jeu égal avec certains titres de la presse régionale ;
- l’audience cumulée des télévisions locales dépasse l’audience cumulée des 9 télévisions régionales flamandes², parmi lesquelles on retrouve notamment des grands groupes privés (Concentra, Roularta), ainsi qu’une approche plurimedia affirmée (« BRUZZ »).

En outre, se concentrant sur les 10 télévisions locales françaises qui siègent au conseil d’administration du « Syndicat des télévisions locales de France », et dont on peut donc présumer qu’elles sont représentatives d’une diversité sectorielle, le CSA constate que les audiences Facebook des télévisions locales de la Fédération Wallonie-Bruxelles se situent dans une fourchette comparable, sinon légèrement supérieure. Si l’on examine le panel sans ses deux extrêmes, le nombre de « like » est compris entre 9.854 (Matélé - Saint Quentin) et 37.825 (Mirabelle TV - Lorraine)³.

Conclusion : le constat d’une percée spécifique des télévisions locales de la Fédération Wallonie-Bruxelles sur Facebook se maintient donc lorsqu’on adopte un angle plus « macro ».

² Données relevées par le CSA fin octobre 2018 : Ring TV, ATV, TV Oost, TV Limburg, AVS, Focus-WTV, RTV, Rob TV et BRUZZ.

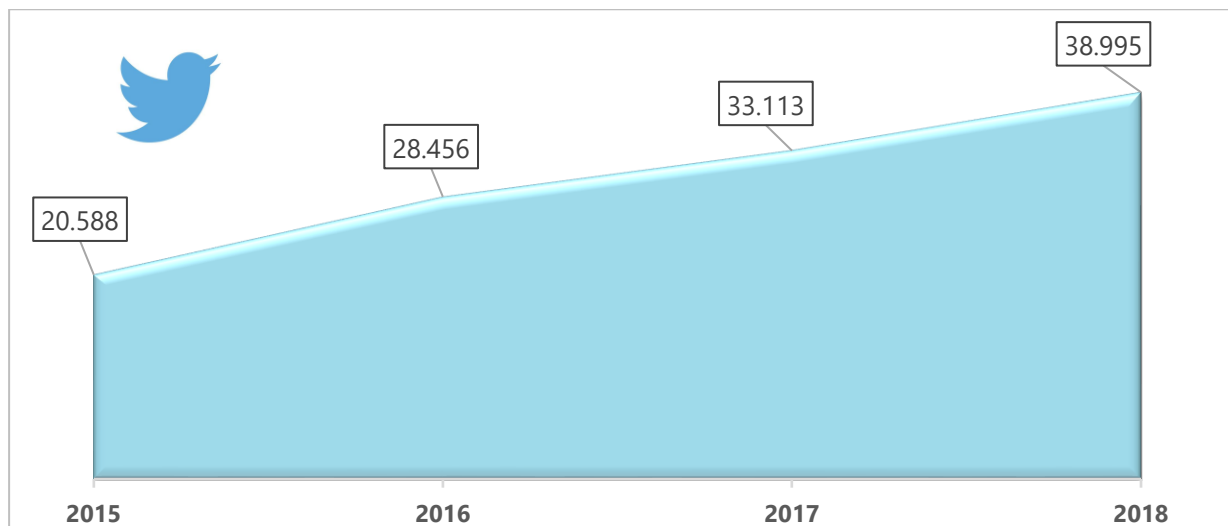
³ Ces deux extrêmes étant « TV Sud » (Nîmes, 2.318 like) et « Wéo » (Picardie, 47.299 like).

1.2.2. Twitter

11 télévisions locales sont actives sur Twitter. Elles proposent principalement de l'information en continu : publication de séquences de JT, photos « *in situ* » prises par des journalistes, résultats sportifs... Certains éditeurs relayent également des messages en provenance des secteurs associatif et culturel de leur zone de couverture. En complément d'un compte généraliste, plusieurs télévisions locales administrent des comptes plus ciblés (liés à un programme ou à une thématique comme la culture ou le sport).

Le nombre de « *followers* » des comptes Twitter des télévisions locales poursuit sa progression. Entre 2017 et 2018, la variable est passée de 33.000 à 39.000. Le secteur cumule donc 6.000 « *like* » supplémentaires (+18%).

Figure 3 : adhésion sur Twitter



2. Programmation

2.1. Première diffusion

Examinée à l'échelle du secteur, la durée des programmes en première diffusion est en augmentation significative par rapport à 2016 : +18%. Il s'agit d'une croissance historique, de loin la plus importante enregistrée ces dernières années. Cela signifie que les télévisions locales ont globalement proposé des boucles de programmes plus étoffées. En moyenne quotidienne sur l'exercice 2017, le secteur propose 21h17 de programmes en première diffusion (pour 18h04 en 2016), ce qui représente une moyenne de 1h46 par télévision locale.

Si l'évolution est particulièrement marquée pour BX1, RTC Liège et Télé MB, elle est également importante pour Antenne Centre, TéléSambre et TV Lux.

Après un léger creux en 2016, Canal C et Matélé reviennent à leurs niveaux de 2015.

Notélé progresse légèrement. Vedia se stabilise après sa percée de 2016. Canal Zoom et TV Com se maintiennent.

Éléments d'explication :

- L'augmentation des coproductions, notamment sous l'impulsion de la Fédération.
- L'augmentation importante des échanges de programmes entre télévisions locales (+40% en durée totale pour 2017).
- L'augmentation de la diffusion de captations de format long, notamment sportives, pouvant représenter un temps d'antenne important (93 heures pour BX1, 66 pour Vedia).

Figure 4 : première diffusion en moyenne quotidienne

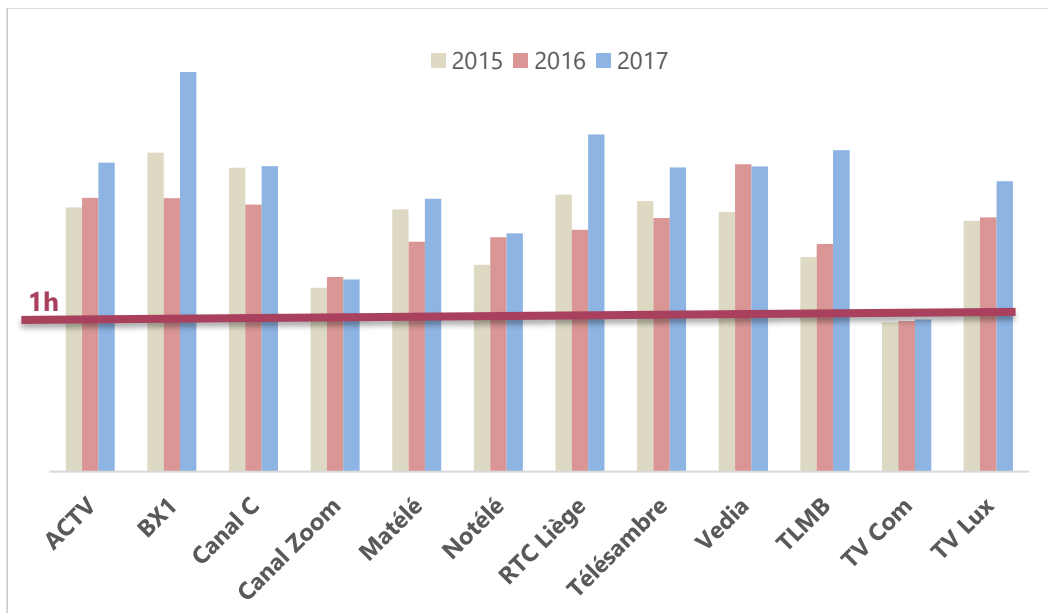
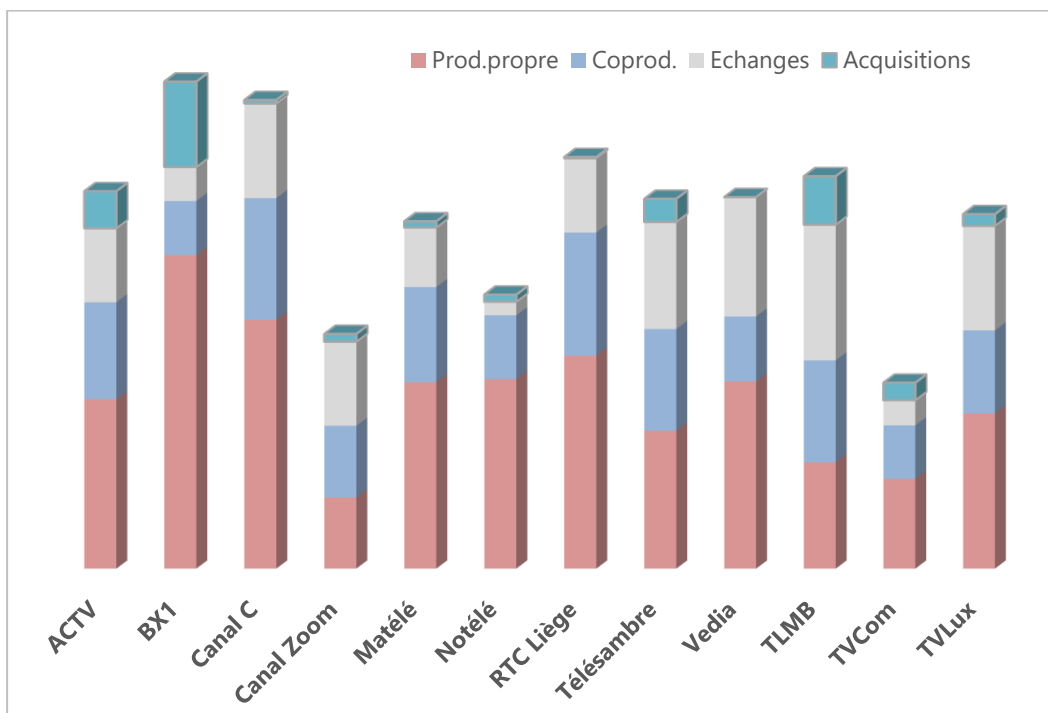


Figure 5 : première diffusion répartie par provenance

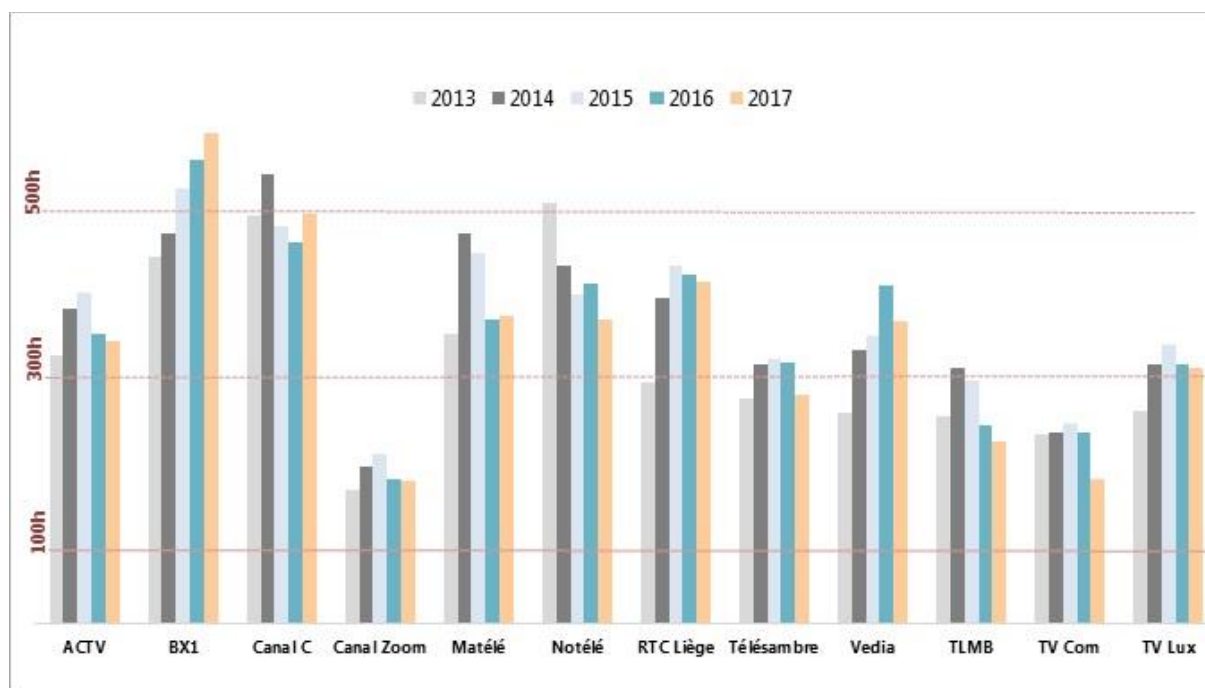


La figure 5 représente la durée de la première diffusion décomposée selon les 4 catégories examinées ci-après : production propre, coproduction, échange et acquisition.

2.2. Production propre

2.2.1. Évolution

Figure 6 : durée annuelle de la production propre



Les constats par rapport à 2016 :

- 10 éditeurs sont en diminution ;
- Canal C se stabilise ;
- Seule BX1 poursuit sa progression constante.

La production propre reste le critère principal de subventionnement des télévisions locales. Historiquement, sa prévalence dans l'attribution de subsides au sein d'une « enveloppe fermée » avait déclenché une compétition contre nature entre éditeurs : en résumé, plus une télévision locale produisait, plus le montant de sa subvention augmentait au détriment de celles des autres.

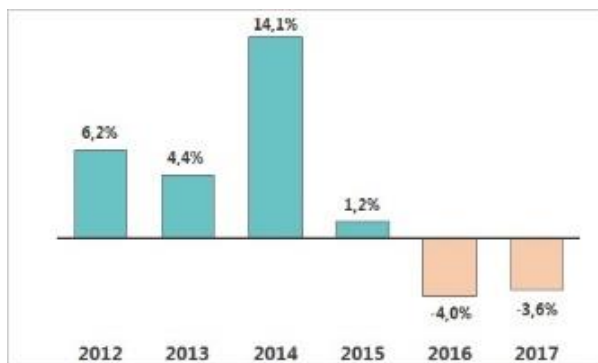
En 2011, la réforme du financement des télévisions locales imposait une diminution de l'impact du critère de la production propre⁴. La course à la production s'était néanmoins poursuivie, symbolisée par les augmentations successives constatées en 2012 (+6,2%) et en 2013 (+4,4%). En 2014, l'augmentation s'intensifiait (+13%), pour représenter près de 30% sur la période 2011-2015 (la durée totale passant de

⁴ La pondération du critère de la production propre dans l'octroi des subsides est passée de 80% à 45% suite à une réforme du financement des télévisions locales intervenue en 2011.

3464 à 4438 heures). Craignant une dilution des coûts de production et un impact potentiel sur « *la qualité des contenus proposés aux téléspectateurs* »⁵, le Collège recommandait la reprise d'une réflexion législative.

En novembre 2016, le Ministre des médias modifiait l'arrêté définissant les modalités d'octroi des subventions aux télévisions locales. Par l'introduction d'une mécanique complexe de moyennes pluriannuelles et de compensations, cette réforme avait pour objectif de lisser l'impact des variations annuelles de la production propre sur le montant des subventions, ce afin que chaque éditeur puisse se projeter dans des prévisions budgétaires solides.

Figure 7 : évolution de la production propre



Après les variations annuelles très importantes constatées précédemment, 2015 marquait le retour à une certaine stabilité (+1,2%).

En 2016, la durée totale de la production propre des 12 télévisions locales diminuait pour passer sous son niveau de 2014 (-4%). Il s'agissait d'une situation inédite que certains éditeurs expliquaient par la réforme, celle-ci permettant « *d'assainir les relations* » et de « *développer une production sur internet sans devoir systématiquement en évaluer l'impact éventuel sur leur financement* ».

Le contrôle de l'exercice 2017 confirme la tendance : la production propre totale diminue de 3,6% par rapport à l'exercice précédent. Au vu de ce qui précède, cette diminution peut donc paradoxalement être interprétée de façon positive.

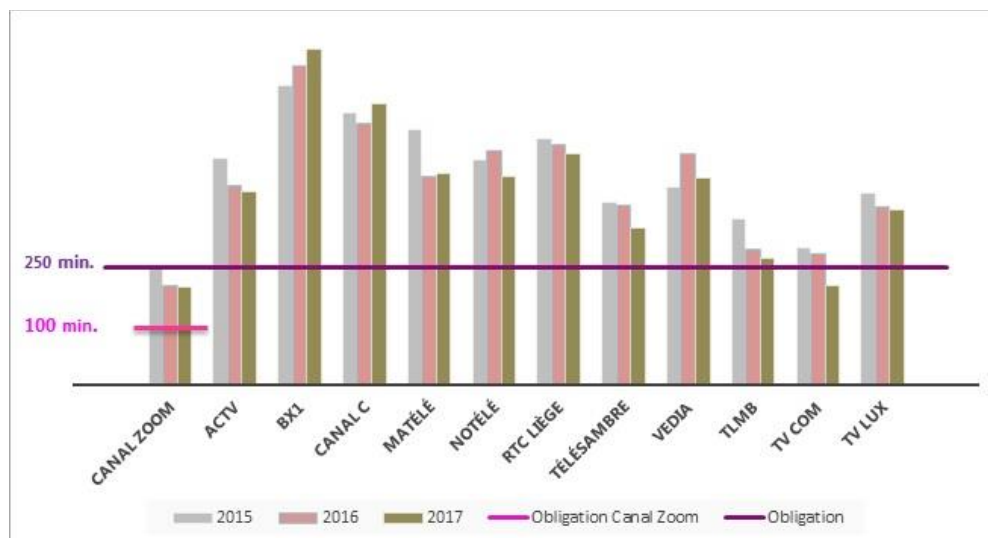
En durée annuelle sur 2017, la production propre des télévisions locales varie entre 172 heures (Canal Zoom) et 593 heures (BX1).

Les augmentations de BX1 (+5,5%) et de Canal C (+7,6%) compensent pour partie une tendance générale à la baisse, avec des reculs marqués pour TV Com, Notélé, Télésambre et Vedia.

En moyennes hebdomadaires, la durée de la production propre varie entre 198 minutes pour TV Canal Zoom et 684 minutes pour BX1. L'objectif de production propre est fixé à 100 minutes pour Canal Zoom et à 250 minutes pour les autres télévisions locales.

⁵ CSA, synthèse transversale 2015 p.17

Figure 8 : production propre en moyennes hebdomadaires



Seule TV Com ne respecte pas l'objectif fixé par sa convention.

L'éditeur n'atteint que 202 minutes de production propre en moyenne hebdomadaire sur l'exercice 2017. Il reste par conséquent en défaut d'atteindre le quota de 250 minutes fixé par l'article 8 de sa convention. Dans son avis annuel, le Collège constate l'infraction et notifie un grief à TV Com.

2.2.2. Réflexions sur la production propre

Pour rappel, la définition de la production propre telle que reprise à l'article 1^{er} 35° reste très large et n'autorise qu'une marge étroite pour neutraliser certaines interprétations trop extensives.

La course à la production propre que se sont livrés les télévisions locales a progressivement mis en évidence une série de programmes qui questionne la définition décrétales :

- les remontages ;
- la diffusion de contenus externes dans les programmes ;
- les captations « brutes » ;
- l'exploitation des « rushes » ;
- la diffusion de contenus audiovisuels sur internet.

Aujourd'hui que la situation semble se normaliser, le CSA propose d'initier une réflexion sur ces points en collaboration avec le secteur.

2.3. Coproductions

Chaque année, le CSA analyse le dynamisme des télévisions locales dans le domaine de la coproduction. Ceci permet notamment d'apprécier la manière dont les éditeurs concrétisent les obligations de synergies entre télévisions de service public prévues à l'article 70 du décret et aux articles 17 à 22 des conventions.

Évolution de la durée des programmes coproduits sur les derniers exercices :

2014 - 271 heures. Le CSA constate un dynamisme sans précédent. L'implication des télévisions locales dans des coproductions augmente de 130% par rapport à 2013. La hausse s'explique notamment par les nombreux partenariats mis en place dans le cadre de la couverture des élections.

2015 - 219 heures. En dépit d'une diminution certaine, la durée reste bien supérieure à celles des années antérieures à 2014. Le secteur maintient donc l'intensité de ses collaborations hors année électorale.

2016 - 202 heures. Le CSA constate une baisse d'intensité. La plupart des partenariats sont maintenus mais certaines coproductions baissent en nombre d'éditions ou en durée. En outre, 20% de la durée provient de la captation de séances du Parlement Wallon (ce qui ne constitue pas le modèle de coproduction le plus engageant).

2017 - 260 heures. La durée repart fortement à la hausse (+38%) sans pour autant atteindre son pic historique de 2014. La Fédération poursuit et développe des coproductions réseaux⁶ : actualités, magazines, captations d'événements, programmation commune à l'occasion des fêtes de fin d'année. La coproduction du JT « Vivre Ici » est emblématique de ce nouvel élan. Il s'agit d'une synergie quotidienne à l'échelle du secteur qui représente 36 heures sur 2017. La captation de certaines séances du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles vient compléter l'offre de programmes institutionnels (avec la même réserve que celle exprimée ci-dessus).

Les durées reprises ci-dessus correspondent à celles des programmes coproduits annuellement. Sous l'impulsion de la Fédération, de plus en plus de ces programmes sont coproduits à grande échelle (11 ou 12 éditeurs) :

- un journal télévisé quotidien qui propose un condensé de l'actualité traitée par les télévisions locales (« Vivre ici » - 154 éditions - diffusion à 12h sur l'ensemble du réseau) ;
- un magazine centré sur le tourisme de proximité (« Bienvenue chez vous » - 10 éditions) ;
- un magazine de mise en valeur de l'agriculture wallonne (« Au chant du coq » - 10 éditions) ;
- un magazine patrimonial consacré aux principaux tronçons de la promenade cycliste du Ravel (« Les chemins du Ravel » - 13 éditions) ;
- la couverture de certaines séances du Parlement wallon et du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- un magazine dédié à l'actualité du Volley (« Volley Games » - 11 éditions) ;
- une programmation commune à l'occasion des fêtes de fin d'année ou sur la couverture de certains événements.

Ces collaborations sectorielles aboutissent à la diffusion des programmes coproduits par l'ensemble des télévisions locales impliquées, avec pour conséquence de découpler leur durée lorsqu'elle est examinée en temps d'antenne. Autrement dit, en dépit d'une relative stagnation de la durée des programmes coproduits, le CSA constate une évolution impressionnante de leur proportion dans la première diffusion des télévisions locales. Il s'agit d'ailleurs d'un élément d'explication à l'augmentation relevée au point 2.1. ci-dessus.

⁶ BX1 reste un éditeur à part sur ce point dans la mesure où il ne participe pas systématiquement aux projets de coproduction mis en place par la Fédération et où il s'investit moins en bilatéral.

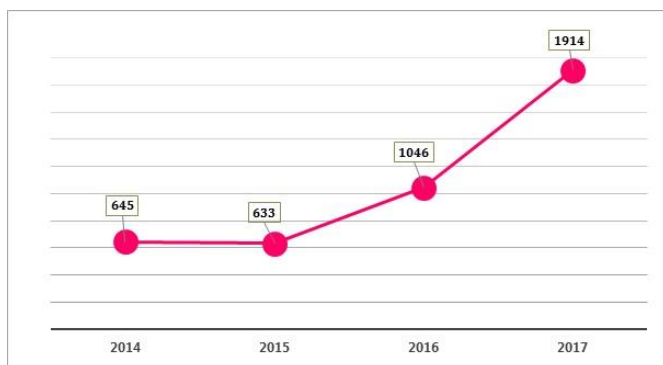


Figure 9 : coproductions – durée antenne

Il est complémentaire d'examiner l'intensité des coproductions en termes de temps de diffusion. Cette approche donne une perspective différente, révélant une véritable explosion de la première diffusion coproduite sur les trois derniers exercices.

Sur 2017, les coproductions réseau représentent près de 70% des coproductions et près de 20% des grilles de programmes. Le CSA salue cette dynamique insufflée par la Fédération.

Dans ses avis, le Collège salue également le maintien des coproductions de terrain à moindre échelle.

2.4. Échanges

L'article 18 al.2 2° des conventions impose aux éditeurs de diffuser au moins 4 programmes par mois en provenance du réseau. Cette obligation est largement rencontrée.

L'échange de programmes entre télévisions locales constitue un pilier des programmations. Sur l'exercice 2017, après une baisse constatée en 2016, la durée des échanges repart à la hausse avec plus de 1700 heures (contre 1500 en 2015 et 1200 en 2016), soit une moyenne d'apport qui représente près de 20% des programmations.

2.5. Acquisitions

La suppression de la proportion de 50% de production propre requise à l'article 67, 6° du décret, combinée à la nouvelle pondération de la production propre dans les mécanismes de financement, devraient permettre, à court terme, aux télévisions locales d'ouvrir leurs antennes à des programmes en provenance de tiers (producteurs indépendants, associations, autres éditeurs) sans que cela n'affecte leurs obligations légales.

Ce « débouclage » pourrait permettre au secteur d'augmenter la durée de ses programmes « inédits », stimulant les grilles de programmes avec des catégories de contenus non diffusés jusqu'à présent. Le CSA perçoit le récent partenariat conclu entre les télévisions locales et Wallimage comme une première manifestation de cette tendance : les 12 télévisions locales diffusent chaque mois un long métrage soutenu par la Fédération Wallonie-Bruxelles (ce qui permet en outre au secteur de concrétiser l'article 12 des conventions⁷).

⁷ « La télévision locale veille à diffuser des productions artistiques soutenues par la Communauté française ».

3. Education permanente

3.1. Contexte

L'article 65 du décret détermine les missions de service public confiées aux télévisions locales. Les conventions conclues entre le Gouvernement et chaque éditeur précisent « *les modalités particulières d'exécution* » de ces missions en les adaptant « *aux spécificités de chaque télévision locale* ». Concrètement, les conventions déterminent des cadres précis pour les missions d'information, de développement culturel et d'éducation permanente : programmes dédiés avec périodicités, durées, et conditions de production imposées.

Lors des contrôles annuels, le CSA visionne les programmes et les qualifie en fonction de la mission principale qu'ils concrétisent. Une décision du Collège, prise dans le cadre d'un contrôle précédent⁸, et portant sur une insuffisance de la programmation d'un éditeur en matière d'information, apporte une précision méthodologique : « *si le Gouvernement s'est donné la peine d'aller au-delà du décret et de fixer des exigences plus précises, c'est pour s'assurer que les missions soient traitées dans des programmes distincts qui créent des rendez-vous avec les téléspectateurs et qui garantissent une certaine diversité de l'offre* »⁹. Cela signifie que l'intention des cocontractants à la convention ne peut être réduite à la possibilité pour un éditeur de concrétiser toutes ses missions de service public via un seul programme multithématique. Dans l'intérêt du téléspectateur, les missions d'information, de développement culturel et d'éducation permanente devraient donc se concrétiser via des programmes spécifiques.

3.2. L'éducation permanente

En vertu de l'article 14 des conventions, chaque télévision locale doit produire en moyenne 12 programmes par an relevant de l'éducation permanente. La majorité des éditeurs dépasse cet objectif, concrétisant la mission de manière régulière et diversifiée. Toutefois, certains semblent éprouver plus de difficulté à cerner la mission et déclarent dès lors qu'elle est rencontrée de manière transversale dans leur programmation. Cette approche ne permet pas de satisfaire au libellé de la convention.

Le Collège propose l'analyse qui suit afin de clarifier son interprétation de la mission d'éducation permanente telle que définie dans les conventions. L'objectif est également, dans une perspective sectorielle, de dresser un état des lieux les thématiques les plus investies par les télévisions locales pour concrétiser la mission éducation permanente.

3.2.1. Définition

La législation¹⁰ définit l'éducation permanente comme poursuivant un triple objectif :

- développer une prise de conscience et une connaissance critique des réalités de la société ;
- développer des capacités d'analyse, de choix, d'action et d'évaluation ;
- développer des attitudes de responsabilité et de participation active à la vie sociale, économique, culturelle et politique.

⁸ Décision du Collège d'autorisation et de contrôle du 25 février 2016.

⁹ Idem.

¹⁰ Décret du 17 juillet 2003 relatif à l'action associative dans le champ de l'éducation permanente, article 1^{er}.

En tant que médias audiovisuels de service public, les télévisions locales ont notamment pour mission de contribuer à ces objectifs. Leur programmation doit spécifiquement viser « *l'émancipation individuelle et collective des publics afin de construire une société plus juste, plus démocratique et plus solidaire* »¹¹.

Les conventions identifient à cette fin plusieurs thématiques pertinentes pour fonder un programme d'éducation permanente, sur base desquelles le Collège propose les catégories suivantes :

- *la sensibilisation à l'environnement*
- *l'information citoyenne*
- *la compréhension de la vie sociale, politique, économique*
- *l'éducation à la santé*
- *la vulgarisation scientifique*
- *la cohésion sociale*
- *l'éducation aux médias*

La liste n'est bien sûr pas exhaustive, on pourrait par exemple encore citer la protection du consommateur comme thématique propice à concrétiser la mission. De plus, chaque domaine comprend des sous-thématiques : l'éducation à la santé peut recouvrir tant la santé physique que mentale, l'éducation affective, les relations intergénérationnelles, l'alimentation ou encore la prévention des accidents. De même, la vulgarisation scientifique peut s'intéresser aux sciences exactes ou humaines. Les éditeurs ont évidemment toute latitude pour développer des approches originales. En réalité, c'est surtout la manière de développer ces thématiques qui pourra fonder un programme d'éducation permanente : l'objet principal est la transmission de savoir et d'expérience dans une perspective d'épanouissement personnel. La mission se distingue ainsi de l'information par son caractère moins immédiat, sa volonté d'aborder les thèmes de manières plus approfondie, avec un recul favorable à cette transmission.

3.2.2. Etat des lieux

Les programmes repris ci-dessous sont ceux pleinement consacrés à la mission. En effet, il peut arriver que le Collège ait une interprétation plus large de l'éducation permanente dans le cadre de ses avis annuels, celle-ci peut tenir compte de la manière dont l'éditeur argumente la qualification de certains programmes, de l'existence de certaines séquences, de doutes subsistant quant à la définition de la mission. Les programmes repris ci-dessous sont ceux répondant cumulativement aux caractéristiques décrites ci-dessus.

EDUCATION AUX MEDIAS

« 109 » - Canal C

- Lancement : 2005
- Durée : 26 min - 6 éditions en 2017
- Descriptif : programme coproduit avec l'ASBL Inforjeunes dans lequel des jeunes traitent de thématiques qui les concernent directement.

« Question médias » - BX1

- Lancement : 2016
- Durée : 26 min - 4 éditions en 2017

¹¹ Convention, article 14.

- Descriptif : débat entre experts et citoyens sur des thèmes liés aux médias (traitement de l'information, réseaux sociaux, enjeux des nouveaux modes de consommation).

« What's Up » - Antenne Centre

- Lancement : 2017
- Durée : 26 min - 2 éditions en 2017
- Descriptif : programme entièrement réalisé par des adolescents sollicités via les écoles et les maisons de jeunes. L'objectif est de laisser un maximum de liberté quant au choix des sujets présentés et à la forme du programme.

SENSIBILISATION A L'ENVIRONNEMENT

« Petit pois et pois de senteur » - Notélé

- Lancement : 2015
- Durée : 16 min - 44 éditions en 2017
- Descriptif : programme de conseils sur le jardinage et l'écologie.

« Bio Villages » - Télésambre

- Lancement : 2016
- Durée : 8 min - 8 éditions en 2017
- Descriptif : programme centré sur la mise en valeur des circuits courts et de l'agriculture raisonnée.

« Cap zéro déchet » - Notélé

- Lancement : 2017
- Durée : 50 min - 7 éditions en 2017
- Descriptif : programme centré sur le développement durable qui présente des démarches citoyennes visant à réduire les déchets et à changer nos manières de consommer.

VULGARISATION SCIENTIFIQUE

« Le Tram » - BX1

- Lancement : 2015
- Durée : 26 min - 22 éditions en 2017
- Descriptif : programme d'entretiens orientés sur l'Histoire de Bruxelles.

« Graines de savoirs » - Canal Zoom

- Lancement : 2017
- Durée : 12 min - 14 éditions en 2017
- Descriptif : programme d'entretiens avec des scientifiques.

EDUCATION A LA SANTE

« Une éducation presque parfaite » - Télésambre

- Lancement : 2011
- Durée : 26 min - 10 éditions en 2017
- Descriptif : programme de reportages et de débats dont l'objectif est de favoriser la compréhension mutuelle entre parents, enfants ou adolescents, et enseignants.

COHESION SOCIALE

« Divers cités » - Antenne Centre

- Lancement : 2014
- Durée : 26 min - 9 éditions en 2017
- Descriptif : programme consacré aux associations locales et à leurs initiatives en matière de citoyenneté et d'éducation permanente.

COMPREHENSION DE LA VIE SOCIALE, POLITIQUE ET ECONOMIQUE

« C'est déjà demain » - Vedia

- Lancement : 2014
- Durée : 22 min - 7 éditions en 2017
- Descriptif : programme qui approfondit des thèmes de société (travail, entrepreneuriat, alimentation...).

« Info Magazine » - Antenne Centre

- Lancement : septembre 2011
- Durée : 26 min - 19 éditions en 2017
- Descriptif : programme sociétal axé sur la sensibilisation aux enjeux démocratiques.

« Télémoire » - Canal C

- Lancement: 2016
- Durée : 27 min - 10 éditions en 2017
- Descriptif : programme qui propose le retour sur des événements d'actualité passée et une remise en perspective au regard sur la situation actuelle.

« Un an après » - Télésambre

- Lancement : 2012
- Durée : 22 min - 10 éditions en 2017
- Descriptif : Programme d'analyse qui revient à froid sur un thème d'actualité.

INFORMATION CITOYENNE

« Mod'emploi » - Notélé

- Lancement : 2014
- Durée : 16 min - 8 éditions en 2017
- Descriptif : magazine de l'emploi et de la formation en Wallonie Picarde.

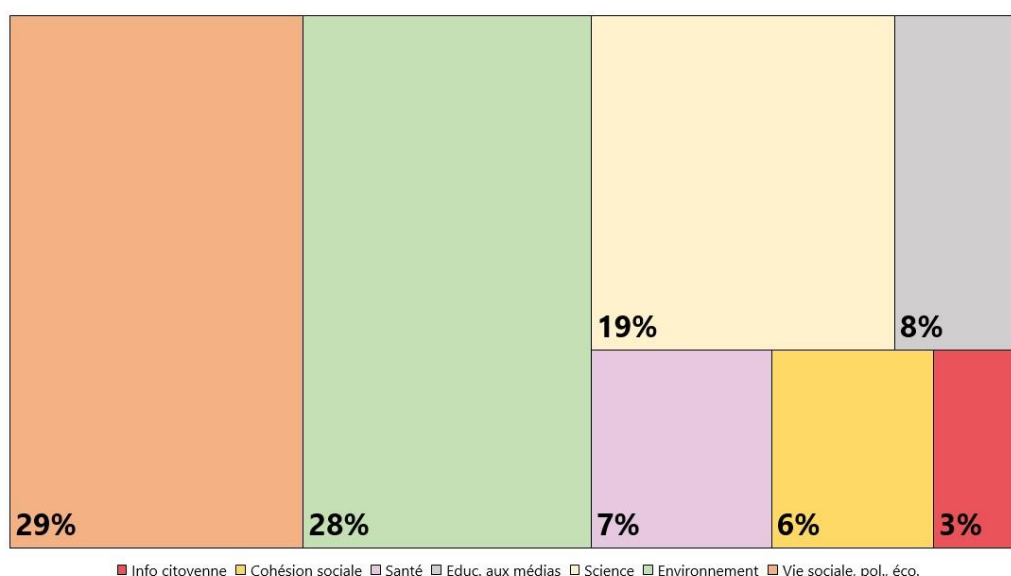
3.3. Conclusion

Sur l'exercice 2017, les télévisions locales ont produit 3930 minutes de programmes d'éducation permanente, soit plus de 65 heures.

- Le Collège constate que les télévisions locales ont récemment pris de nouvelles initiatives dans le domaine de l'éducation permanente (six nouveaux programmes sur 2016 et 2017).
- En tant que préoccupations contemporaines importantes, l'écologie et le développement durable sont les thématiques les plus couvertes.

- La thématique « compréhension de la vie sociale, politique et économique » est également bien investie mais elle est la plus englobante et intègre dès lors des programmes à la frontière de la mission d'information.
- En dépit d'une proportion moindre en durée dans la figure 9, l'éducation aux médias reste bien représentée en nombre de programmes. Les nouvelles initiatives prises en la matière devraient faire évoluer la durée sur 2018.
- Toutes les sous-catégories sont traitées. Cependant, la cohésion sociale (Antenne Centre), l'information citoyenne (Notélé) et la sensibilisation à la santé (Télesambre) ne le sont que par un seul programme.

Figure 10 : éducation permanente par sous-catégories



En durée annuelle, Notélé est la télévision locale qui investit le plus la mission d'éducation permanente, notamment sous l'angle de la sensibilisation à l'environnement (deux programmes). Antenne Centre est bien investie également avec trois programmes centrés sur des thématiques différentes. BX1 consacre également une durée de programmes importante à la mission, notamment via le nombre élevé d'éditions de son programme « Le Tram » (Histoire locale).

Enfin, le Collège constate que cinq télévisions locales ne sont pas reprises dans cet état des lieux, certains éditeurs rencontrent néanmoins la mission sur base des éléments mentionnés au point 2 ci-dessus, d'autres pourraient s'impliquer avec plus d'intensité dans la concrétisation de l'article 14 des conventions.

4. Accessibilité

Dans le cadre du contrôle, le CSA s'est informé auprès du secteur de l'état de concrétisation des obligations portées par le règlement accessibilité du Collège d'avis¹². Pour rappel, vu le caractère incontournable de cet enjeu, le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles a donné force obligatoire à ce règlement¹³.

Le texte reprend les obligations de moyens et de résultats imposées aux éditeurs et aux distributeurs établis en Fédération Wallonie-Bruxelles.

En fonction de leur chiffre d'affaires, les éditeurs ont notamment l'obligation de diffuser, sur leurs services linéaires, un certain nombre d'heures par an de programmes sous-titrés, interprétés en langue des signes ou audiodécrits.

En particulier, les éditeurs dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 10 millions d'euros s'engagent à « *mettre tout en œuvre pour atteindre l'objectif de diffuser chaque année sur leurs services linéaires 50 heures de programmes rendus accessibles* », que ce soit par le sous-titrage, l'interprétation en langue des signes ou l'audiodescription. Il s'agit d'une obligation de moyens.

4.1. État des lieux : 2017

4.1.1. Le rôle de la Fédération

La Fédération des télévisions locales initie des développements importants en matière d'accessibilité. Depuis 2016, le JT quotidien « Vivre ici », coproduit par les 12 télévisions locales, est rediffusé sur l'ensemble du réseau accompagné d'une interprétation en langue des signes. Ceci représente 36 heures de programmes rendus accessibles en 2017. L'obligation étant centrée sur la diffusion, cette durée est comptabilisable par chaque éditeur.

Lors des contrôles précédents, le CSA invitait la Fédération des télévisions locales à « *synchroniser les efforts du secteur en matière d'accessibilité, que ce soit par une dynamique de coproduction, d'échanges de programmes, ou par la recherche coordonnée de partenaires et de financements* ». Le Collège salue la coordination mise en place par la Fédération.

4.1.2. Les initiatives des éditeurs

Sur l'exercice 2017, 7 éditeurs se limitent à diffuser la version interprétée en langue des signes de « Vivre Ici » sans prendre d'initiative complémentaire. En revanche, 5 éditeurs ont pris, poursuivi ou intensifié des démarches spécifiques en matière d'accessibilité.

Deux éditeurs rencontrent pour la première fois l'objectif de 50 heures annuelles porté par le Règlement :

- Canal C dépasse largement le seuil fixé par le Règlement. Sur 2017, l'éditeur relève l'interprétation en langue des signes de 247 journaux télévisés, ainsi que de ses programmes « Best of 2017 » et d'une captation à l'occasion des Fêtes de Wallonie.

Total pour 2017 : près de 100 heures de programmes (« Vivre Ici » inclus), ce qui équivaut au double de l'objectif.

¹² Avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes à déficience sensorielle, Collège d'avis du CSA, 6 mai 2011.

¹³ En vertu de l'article 135 §1^{er} 5°, le Gouvernement a approuvé ce Règlement par arrêté.

Le Collège félicite Canal C pour son rôle de précurseur dans la prise en charge de cet enjeu d'intérêt général.

- Historiquement, TV Lux est la première télévision locale à avoir intégré des plages de programmation accessible dans sa grille. Depuis de nombreuses années, l'éditeur propose une version interprétée en langue des signes de « L'Hebdo » (synthèse de l'actualité de la semaine). Son rapport annuel fait également état d'autres initiatives, portant la durée de programmes rendus accessibles par TV Lux à 15 heures sur l'exercice 2017. Le Collège ajoute à cette durée les 36 heures comptabilisables pour « Vivre Ici » et constate que TV Lux rencontre les objectifs portés par le Règlement.

Le Collège félicite TV Lux pour son rôle de précurseur dans la prise en charge de cet enjeu d'intérêt général.

Trois éditeurs prennent ou poursuivent des initiatives particulières :

- Depuis plusieurs années, BX1 propose un condensé de l'actualité de la semaine accompagné de sous-titres adaptés (journal « Bien entendu »). Cet hebdomadaire représente 8 heures de programmes sur 2017.
- TéléMB et Matélé ont proposé respectivement 4 et 3 heures de programmes rendus accessibles (actualités et archives).

À deux exceptions près (Canal C et TV Lux), les initiatives prises par les télévisions locales demeurent insuffisantes au regard des obligations de moyens portées par le règlement. Le Collège souligne toutefois l'engagement spécifique des 5 éditeurs cités ci-dessus, ainsi que celui de la Fédération qui permet à l'ensemble du secteur d'atteindre au minimum 36 heures de programmes rendus accessibles sur 2017 (via le journal « Vivre Ici »).

Dans la perspective du contrôle prochain, le CSA restera très vigilant sur ce point. Le Collège rappelle aux télévisions locales la nécessité de « *tout mettre en œuvre* » pour concrétiser les obligations de moyens portées par le règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes. Cet enjeu d'intérêt général doit être redéfini comme une priorité. Pour rappel, le Collège d'avis du CSA vient d'adopter un nouveau règlement qui prévoit une augmentation progressive des objectifs sur les cinq prochaines années.

Fait à Bruxelles, le 22 novembre 2018.