

# Collège d'autorisation et de contrôle

## Avis n°21/2006

### Contrôle de la réalisation des obligations de Télé Mons-Borinage pour l'exercice 2005

En exécution de l'article 133 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations de Télé Mons-Borinage au cours de l'exercice 2005, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur 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 2005.

#### HISTORIQUE ET STATUTS

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

L'autorisation est entrée en vigueur le 1<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.

La zone de couverture, définie dans un arrêté de l'exécutif de la Communauté française de 1985, est composée des communes suivantes : Mons, Honnelles, Quiévrain, Hensies, Dour, Quévy, Colfontaine, Frameries, Quaregnon, Boussu, St-Ghislain, Lens, Jurbise, Givry.

Cette zone correspond à la zone de réception, à l'exception de la commune de Honnelles pour laquelle l'éditeur précise qu'elle n'est pas câblée.

L'éditeur déclare n'avoir pas été concerné en 2005 par une extension de sa zone de réception.

L'assemblée générale de Télé Mons-Borinage a approuvé, en date du 17 novembre 2004, ses nouveaux statuts, adaptés à la loi du 2 mai 2002 sur les asbl et au décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

L'article 70 §1<sup>er</sup> du décret énonce que « le conseil d'administration de la télévision locale doit être composé pour moitié au moins de représentants du secteur associatif et du secteur culturel. 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 ». L'éditeur déclare que le conseil d'administration compte 18 mandataires publics pour 27 représentants des secteurs associatifs et culturels. Un siège était vacant au 31 décembre 2005. Il était occupé jusqu'au 17 novembre 2005 par un représentant public. Le conseil d'administration a admis à cette même date un représentant d'un télédiffuseur siégeant avec voix consultative.

Suite à la remarque qu'il avait formulée dans son avis relatif à l'exercice 2004, le Collège constate, sur base des commentaires de l'éditeur, que l'intention finale de l'article 26 des statuts de Télé Mons-Borinage est bien de rencontrer l'objectif de dépolitisation des structures des organismes culturels. Il prend acte de la déclaration de l'éditeur qui indique que par décision du conseil d'administration du 11 décembre 2003, cet article 26 entrera effectivement en application au plus tard début janvier 2007, soit quatre mois après les élections communales d'octobre 2006.

#### CONTENU DES PROGRAMMES

(art. 64 et 67 §1<sup>er</sup> 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. (...)*

*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.*

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

Télé Mons-Borinage produit « 18 au Carré », 20 minutes d'actualité quotidienne du lundi au vendredi; « Fair play », un magazine sportif de proximité hebdomadaire; « Propos libres », l'interview en plateau d'un invité de la région; « Reportages d'ici », une vision alternative et hebdomadaire de l'actualité; les hebdomadaires sportifs « D1 » et « Atout sports ». Il coproduit aussi « Dialogue Hainaut », un magazine d'informations provinciales.

D'autres programmes d'information sont le fruit de productions extérieures, comme « Eurinfo », un magazine de l'actualité de l'Union européenne produit par le Parlement européen, « Télévoix », un espace concédé à l'armée belge, ou la « Météo ».

Des émissions ponctuelles, produites ou coproduites par l'éditeur, voire échangées avec d'autres télévisions locales, ont également contribué à renforcer la mission d'information de la chaîne : « Les supporters », « Le débat au Parlement wallon sur le projet de Constitution européenne », « Fenêtre sur court », « Ducasse d'Ath », « Acta à Paris »...

En matière d'éducation permanente, l'éditeur produit « Quartiers d'histoire, histoire de quartiers » et « Les Artisans du goût », un magazine mensuel consacré aux petits fabricants locaux de produits de bouche, deux émissions qu'il classe également en programmes d'animation. Il coproduit et diffuse « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation.

Côté développement culturel, l'éditeur assure la production de « Les poissons philosophes », « Quartiers d'histoire, histoires de quartiers », « Les Artisans du goût », « Cinemagix » et « L'agenda culturel ». Il rediffuse également d'anciennes émissions dans « Télé-souvenirs ». Toujours dans le registre « développement culturel », sa grille de programmes accueille l'émission « Table et terroir », produite par TV Lux.

Télé Mons-Borinage produit deux émissions d'animation, « Babebibobu », un divertissement qui fait interagir plusieurs enfants sur un thème de société et « Le mot clé », une animation organisée par la chaîne sur un marché ou un lieu publics. Elle coproduit également « Duo », un jeu interscolaire, avec la télévision locale de Valenciennes et diffuse « 109 », une émission de Canal C réalisée par et pour les jeunes ainsi que le « Basket en direct », issu de la collaboration entre la RTBF et plusieurs TVL. A ces programmes s'ajoutent des divertissements ponctuels comme « Le bêtisier », « La soirée des mérites sportifs » et l'émission spéciale « Festival du rire de Rochefort », toutes deux coproduites par l'ensemble des télévisions locales, « La coupe robotique », coproduite avec No Télé, et « L'impromptu de Bayreuth », un spectacle théâtral capté par RTC Télé Liège.

Sur base du classement et de la liste des programmes proposés par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2005 par Télé Mons-Borinage se répartissent comme suit :

### Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2005

	<b>Animation</b>	<b>Développpt culturel</b>	<b>Education permanente</b>	<b>Information</b>
Emissions régulières (toutes production confondues)	5	4	2	24
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) <sup>1</sup>	3	3	1	16

### Parts de l'information, de l'animation, du développement culturel et de l'éducation permanente produites en propre (hors production assimilée) dans la 1<sup>ère</sup> diffusion des quatre semaines d'échantillon

	<b>Semaine 1</b>	<b>Semaine 2</b>	<b>Semaine 3</b>	<b>Semaine 4</b>
Animation	4,39%	26,18%	0%	4,66%
Développement culturel	2,18%	4,46%	5,16%	1,40%
Education permanente	3,19%	0,36%	0%	1,51%
Information	52,36%	25,98%	20,26%	46,65%

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

L'éditeur sollicite la population de la zone de couverture dans le cadre de plusieurs émissions :

- « Babebibobu » fait interagir des enfants et adolescents sur des grands problèmes de société ;
- « Duo », une émission spéciale produite dans le cadre du projet Interreg III, se base sur la participation des élèves d'une école de la zone à la réalisation (tournage et montage sous guidance de Télé Mons-Borinage) de séquences jeu consacrées à une école de même niveau située de l'autre côté de la frontière (Valenciennes) ;
- les plateaux du « Carrément 18 » du vendredi font appel à des représentants de clubs ou d'associations divers. De même, les émissions « 18 au Carré, Communautés » font appel à des représentants de diverses associations régionales ;
- « Le mot clé » sollicite la participation de la population à une animation sur des lieux publics (marchés,...).

Toutes ces émissions sont produites ou coproduites par la télévision locale.

### Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

Télé MB considère favoriser la diversité culturelle par la production des séquences de journaux télévisés (« 18 au Carré » et plus particulièrement « 18 au Carré, Cultures », le mercredi) qui mettent en évidence des cultures diverses (patois ; cinéma d'ici et

<sup>1</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.

d'ailleurs, théâtre, expositions), et grâce à la réalisation du bimensuel « Les Poissons philosophes » qui s'attache aux diverses cultures et idées, y compris minoritaires.

En matière de débats et enjeux démocratiques, l'éditeur n'a rien produit en 2005, mais a diffusé en direct deux débats du Parlement wallon sur le projet de Constitution européenne.

### PRODUCTION PROPRE

(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.*

Selon l'éditeur, la durée annuelle des programmes en première diffusion et hors vidéotexte s'élève à 399 heures et 26 minutes, pour une moyenne quotidienne de 56 minutes du lundi au vendredi, 230 minutes le samedi et 50 minutes le dimanche.

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 les proportions suivantes de production propre et assimilée<sup>2</sup> : 92,98% pour la première semaine, 99,48% pour la deuxième, 100% pour la troisième et la quatrième.

La durée hebdomadaire des programmes proposés par l'éditeur tend à s'accroître, essentiellement grâce à la transmission régulière et en direct de rencontres sportives. L'éditeur intervenant peu ou pas (ou de manière non déterminée) dans la production de ces programmes, cet accroissement se traduit par une forte baisse du taux de production propre réelle (hors production assimilée), qui reste néanmoins globalement majoritaire : 56,88% pour la première et la deuxième semaine, 25,47% pour la troisième et 54,22% pour la quatrième.

### TRAITEMENT DE L'INFORMATION

(art. 66 §1<sup>er</sup> 5°, 7°, 8°, 9°, 10° 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*

---

<sup>2</sup> En principe, seuls les échanges de production propre au sens strict du terme (100%) peuvent être assimilés. La valorisation d'une coproduction en production propre ne peut se faire que si la télévision a valorisé de façon précise son intervention dans le coût total. Toutefois, faute d'une approche toujours précise de la part de tous les éditeurs et afin de simplifier la présentation des données, les chiffres repris ici assimilent les échanges et la totalité des coproductions des TVL.

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.

### **Journalistes professionnels**

Au 31 décembre 2005, l'éditeur comptait parmi son personnel 7 journalistes et 1 cameraman agréés. Un journaliste était en voie d'agrément, deux autres étaient dans les conditions pour l'être.

### **Société interne de journalistes**

La société interne de journalistes, reconnue par le conseil d'administration le 25 mars 2004, se compose de 7 journalistes, dont 4 agréés, un en voie d'agrément et deux dans les conditions pour l'être. Tous travaillent à temps plein, sauf le dernier engagé à mi-temps, et sont membres de la rédaction. Le cameraman agréé est également partie prenante de la société. La société ne compte pas en son sein les journalistes professionnels occupant des fonctions de direction (directeur, directeur des programmes, rédacteur en chef).

L'éditeur signale qu'« en 2005, ni la SDJ ni la direction n'ont eu motif d'une consultation réciproque ou non ».

### **Règlement d'ordre intérieur**

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

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

Le règlement d'ordre intérieur garantit la maîtrise éditoriale de l'éditeur. Il indique, entre autres, que « Télé MB est responsable du contenu de toutes les émissions qu'elle diffuse. Elle affirme et exerce l'autorité éditoriale qui lui revient sur toutes les émissions qu'elle produit ».

*ou coproduit. Elle exerce seule la maîtrise éditoriale sur les émissions d'information ». Par ailleurs, l'éditeur souligne que la société des journalistes peut, via ses délégués, intervenir en cas de problème relatif à la question. « Dans ce cas, elle transmet le problème au rédacteur en chef puis à la direction générale qui est aussi direction de l'Information ». Il précise encore : « Le bureau de gestion (...) est habilité à traiter ce genre de problème. En cas de désaccord éventuel entre (lui et) la SDJ, le problème peut être porté au conseil d'administration ». Il conclut que Télé MB n'a eu à souffrir d'aucun problème de ce type en 2005.*

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

Tant le R.O.I. que le fonctionnement des instances garantissent, selon l'éditeur, le respect de cette obligation. Le R.O.I. assure la représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion. Un équilibre qui « ne doit pas nécessairement s'établir à l'intérieur de chaque émission, mais (...) peut au besoin ressortir d'une série d'émissions, soit de l'ensemble de l'information au cours d'un certain laps de temps ». A l'article 21, le R.O.I. garantit le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.

Le bureau, ou le conseil d'administration en dernière instance, est amené à recevoir et à débattre les plaintes que le Comité de programmation exprime, dans son rôle d'évaluation des émissions. Ce Comité se réunit une fois par mois et au moins 10 fois par an. L'éditeur indique également que « la direction rappelle régulièrement à la rédaction la nécessité de respecter les divers équilibres idéologiques et politiques... mais aussi géographiques de la zone de couverture ». Il note qu'« aucun problème de ce type n'a été constaté en 2005 ».

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

Selon l'article 2 du R.O.I., « Télé MB assure l'indépendance de ses programmes contre l'influence de tiers ». Concernant cette indépendance, l'éditeur signale que « c'est la direction et/ou la rédaction en chef qui reçoit des « pressions » pour couvrir tel ou tel événement. Ces « suggestions » sont écoutées car elles peuvent parfois se justifier. Jamais les ordres. Mais, aucun incident de ce type ne s'est produit en 2005 à Télé MB ».

Par ailleurs, le R.O.I. précise dans les articles 10 et 11 que « les émissions d'information sont faites dans un esprit d'objectivité, sans aucune censure préalable ou ingérence d'une quelconque autorité publique ou privée. L'esprit d'objectivité requiert une information multilatérale en vue de servir la connaissance du réel et la recherche de la vérité. ».

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

## VALORISATION DU PATRIMOINE CULTUREL DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE ET SPECIFICITÉS LOCALES

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

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

La liste des programmes transmise par l'éditeur mentionne les différents programmes qui mettent en valeur en tout ou en partie le patrimoine de la Communauté française (« Les Poissons philosophes », « L'agenda culturel », « 18 au Carré », « Fenêtre sur court », « Propos libres », « Télé-souvenirs », « No Comment », « Duo »...) et les spécificités locales (« Histoires de quartiers », « Fenêtre sur court », « No Comment », « 18 au Carré », « Pierre-Papier », « Le mot clef », « Les Artisans du goût », « D1 », « Les Poissons philosophes », « L'agenda culturel », « Propos libres », « Télé-souvenirs », « Fair-Play », « D'ici et d'ailleurs »...).

## ÉCOUTE DES TÉLÉSPECTATEURS

(art. 66 §1 11° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes.*

L'éditeur déclare qu'en 2005 aucune plainte n'est parvenue au bureau de gestion, l'instance habilitée à recevoir et traiter les plaintes éventuelles. Le Comité de programmation qui peut également transmettre des plaintes par le biais de sa fonction d'évaluation des émissions n'en a fait suivre aucune. Par contre, la direction a reçu plusieurs mails relatifs au traitement rédactionnel réservé aux matchs de basket-ball de l'équipe de Mons-Hainaut, et auxquels il a été répondu. L'éditeur propose des extraits des plaintes et réponses en annexe de son rapport. Il souligne à leur propos que « les plaintes sont donc écoutées mais Télé MB ne s'incline pas nécessairement devant elles : c'est aussi une forme d'indépendance ».

## DROITS D'AUTEUR

(art. 66 §1 12° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*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.*

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

## PUBLICITÉ ET VIDEOTEXTE

(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.*

(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.*

Selon l'éditeur, le vidéotexte s'est présenté en 2005 sous trois formes différentes :

- une boucle de 30 minutes diffusée en journée qui comprend des publicités locales et des petites annonces commerciales d'une durée moyenne de deux minutes par boucle ; des annonces programmes et de renseignements sur la chaîne ; des annonces culturelles gratuites, dont l'annonce des programmes de cinéma ; des infos service gratuites ;
- le « Job info », réalisée en collaboration avec le Forem ;
- l'interprogramme de soirée, qui comprend des annonces commerciales payantes diffusées entre les boucles de programmes (3 minutes maximum).

L'éditeur déclare que la durée totale estimée de la publicité dans le vidéotexte s'élève par journée en moyenne à 78 minutes, rediffusions comprises, soit 24 minutes d'interprogramme et 54 minutes pour les boucles « normales ».

L'éditeur estime la durée annuelle totale réelle des publicités à 38 heures 12 minutes, soit 9,56% des programmes en première diffusion. Il indique que « dans aucune boucle, le temps de publicité n'a dépassé les 20% du temps de programmes ».

L'analyse de la conduite d'antenne pour les quatre semaines d'échantillon montre que la publicité représente entre 9,15% et 10,59% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 9,84%) de l'ensemble des programmes diffusés. A deux reprises sur les 28

jours d'échantillon, le quota autorisé a été dépassé, en raison de la diffusion de « bandes annonces » publicitaires plus importantes dans les boucles.

### **SYNERGIES AVEC LA RTBF**

(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.*

L'éditeur mentionne plusieurs collaborations réalisées en partenariat avec la RTBF : la cession d'images de matchs de basket-ball de Mons-Hainaut à la RTBF, la coproduction du direct de basket-ball par les 12 TVL, la RTBF et les clubs, la location à la RTBF d'un matériel HF dans le cadre de la Ducasse de Mons, des échanges promotionnels avec Vivacité, la participation à cinq reprises depuis septembre 2005 d'un(e) journaliste de Télé MB au débat radiophonique de la rédaction de Vivacité. Aucun programme RTBF n'a été proposé à la diffusion. Quant aux synergies publicitaires, elles n'ont pas lieu d'être, selon l'éditeur, puisque « *les 12 télévisions locales ont un accord de régie publicitaire exclusif avec TV One (Rossel – Number One) et la RTBF avec la RMB* ».

## AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Télé Mons-Borinage a respecté ses obligations pour l'exercice 2005 en matière de contenu des programmes, de production propre, de traitement de l'information, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de droits d'auteur et de synergies avec la RTBF.

A deux reprises au moins, Télé Mons-Borinage a dépassé 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. Considérant que l'éditeur n'a pu prendre connaissance qu'en fin d'exercice de la recommandation formulée par le Collège qui demandait à l'éditeur de remédier aux dépassements publicitaires exceptionnels dus à la diffusion occasionnelle de boucles plus courtes, le Collège estime ne pas devoir constater un manquement dans le chef de l'éditeur. Il invite cependant Télé Mons-Borinage à être particulièrement attentif au respect de cette obligation pour l'exercice 2006.

Nonobstant cette observation, le Collège d'autorisation et de contrôle est d'avis que Télé Mons-Borinage a globalement respecté ses obligations pour l'exercice 2005.

Fait à Bruxelles, le 30 août 2006.