



**CONSEIL SUPERIEUR
DE L'AUDIOVISUEL**

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2016

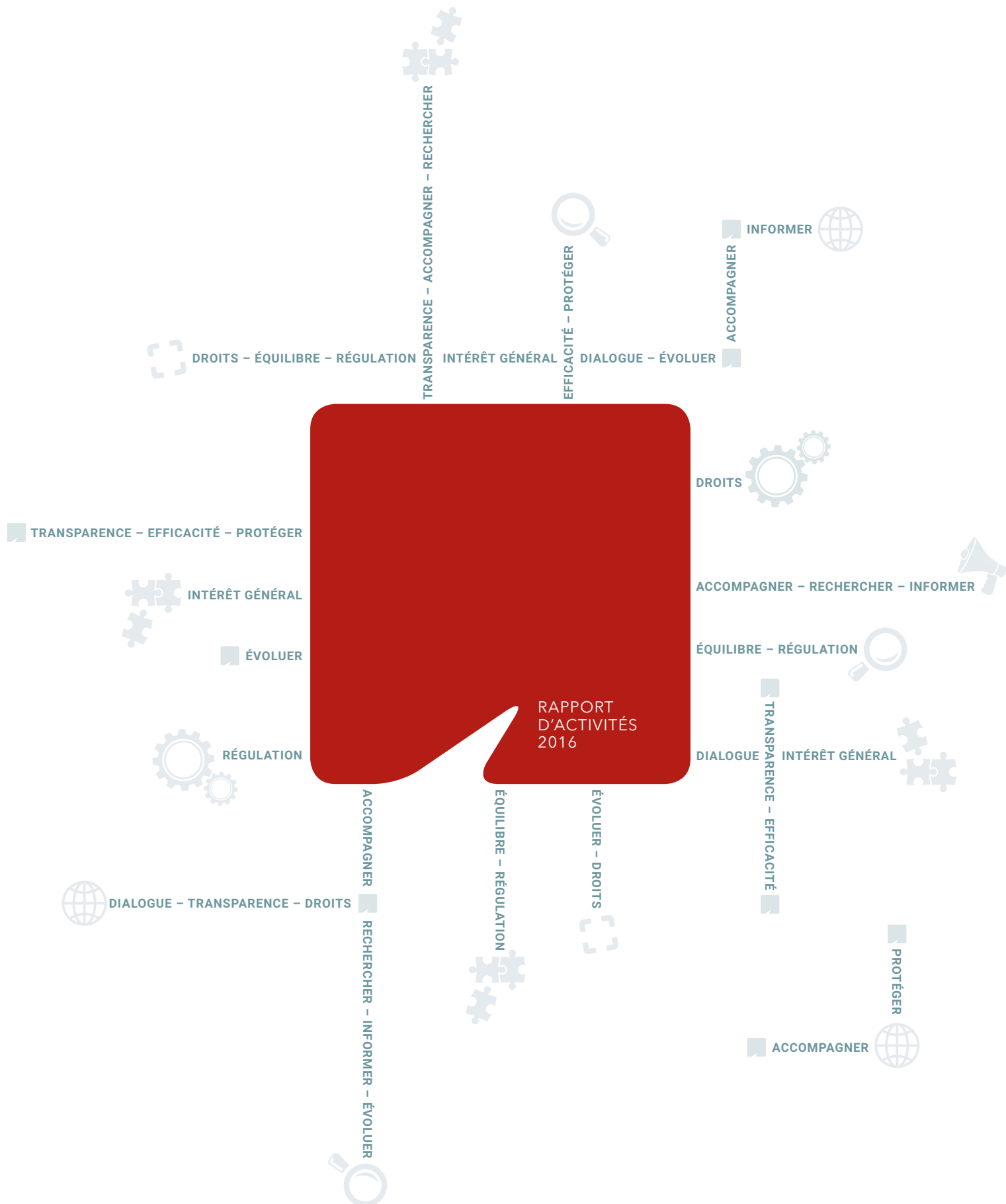


TABLE DES MATIÈRES

**5 ÉDITORIAL****6 FOCUS**

- 8 COLLOQUE « THE PLATFORM IS THE MESSAGE! »
- 10 ACCÈS AUX RÉSEAUX : VERS DE NOUVELLES ANALYSES DE MARCHÉS
- 11 SÉMINAIRE SUR LE PLURALISME ET LA DIVERSITÉ D'OPINIONS AU SEIN DES RADIOS COMMUNAUTAIRES
- 12 TÉLÉVISIONS LOCALES : RÉÉQUILIBRER LES EXPERTISES
- 13 UNE RECOMMANDATION POUR AIDER À L'IDENTIFICATION DES PROGRAMMES D'INFORMATION
- 14 MONITORING COMMUNICATION COMMERCIALE

**16 TRAITEMENT DES PLAINTES ET PRÉOCCUPATIONS DU PUBLIC**

- 19 LES PLAINTES 2016 EN QUELQUES CHIFFRES
- 22 LE TRAITEMENT DES QUESTIONS

**24 GRAND ANGLE**

- 26 LA DIRECTIVE SMA
- 28 ÉTUDE GÉNÉRATION DIGITAL NATIVES
- 30 LA PROTECTION DES ENFANTS DE MOINS DE 3 ANS
- 31 BILAN SECTORIEL « L'ACCÈS AUX MÉDIAS AUDIOVISUELS - PLATEFORMES & ENJEUX »
- 32 PLAN TV : PLACE AUX ACTEURS DE TERRAIN

**34 COLLABORATIONS, PARTENARIATS ET ÉVÈNEMENTS**

- 36 CRC. CDJ. ERGA
- 38 EPRA. CSAC. RECEP. HAICA. SALON DE LA RADIO/RADIODAYS
- 40 EXPERTALIA. SEMAINE DU NUMÉRIQUE
- 41 MIP

**42 ACTIVITÉ DÉCISIONNELLE**

- 44 AVIS RELATIFS AU CONTRÔLE ANNUEL
- 46 DÉCISIONS ET SANCTIONS
- 46 RADIOS
- 50 TÉLÉVISIONS
- 52 RECOMMANDATIONS
- 52 NOUVEAUX ENTRANTS : DÉCLARATIONS ET AUTORISATIONS

**54 GESTION**

- 56 STATUT ET FINANCEMENT DU CSA
- 57 LE BUREAU
- 57 LE COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE
- 57 LES SERVICES DU CSA
- 58 COMMUNICATION (RÉSEAUX SOCIAUX)
- 58 LE RETOUR DES AUDITIONS PUBLIQUES;
- INFORMATION ET TRANSPARENCE
- 58 PRIX DU CSA - STAGIAIRES - RECHERCHES

EN PRATIQUE

S'INFORMER

Site officiel

csa.be

Twitter

[@csabelge](https://twitter.com/csabelge)

Blog du Centre de documentation

cdoc-csa.be/blog/

Tél

+32 2 349 58 80

POSER UNE QUESTION

Foire aux questions

csa.be/faqs

Formulaire en ligne

csa.be/question

Tél

+32 2 349 58 80

PORTER PLAINTE

Formulaire en ligne

csa.be/plainte

Tél

+32 2 349 58 99

Courrier

**Bd. de l'impératrice 13,
1000 Bruxelles**



Ce rapport est aussi accessible en version électronique sur **rapport2016.csa.be**

ÉDITORIAL

Le rapport annuel 2016 du CSA montre une nouvelle fois que le régulateur des services de médias audiovisuels (SMA) s'inscrit dans la constante évolution du secteur qu'il encadre. Une évolution qui s'accélère constamment, qui interroge les limites de la régulation et en confirme la pertinence.

Dans cet univers en évolution, le CSA met en avant un principe fondamental de la régulation exprimé au travers du concept anglo-saxon du level playing field. En d'autres termes, il convient d'éviter qu'un opérateur puisse être favorisé par le terrain, indépendamment de ses performances.

Ce terrain, ce sont autant les aspects techniques de la communication au public des services de médias audiovisuels que les fonctions dans la chaîne de valeur. Et donc, la réglementation et la régulation ne peuvent non plus constituer un avantage pour certains opérateurs au détriment d'autres, comme des usagers et consommateurs.

Ce principe est au cœur des débats ouverts à l'occasion de la procédure de révision de la directive SMA, initiée par la Commission européenne le 25 mai 2016. C'est pour enrichir de tels débats que le CSA a organisé un séminaire européen sur le thème *The Platform is the Message* en mars 2016. Lu en parallèle avec le bilan sectoriel intitulé *L'accès aux médias audiovisuels – plateformes et enjeux*, de telles initiatives

tendent à appréhender les évolutions constantes des systèmes de distribution et d'accès aux SMA. Une bonne connaissance de ces systèmes est exigée pour pouvoir définir le cadre et les modalités de la régulation.

À côté de ces activités visant à faire évoluer le cadre réglementaire, le CSA a poursuivi son action d'accompagnement du secteur en précisant ce cadre chaque fois que nécessaire. Ce fut le cas de sa recommandation sur la définition des programmes d'information qui est utilisée à plusieurs reprises dans le décret SMA en lien avec des obligations particulières pour les éditeurs concernés. A l'occasion d'un séminaire consacré aux radios communautaires, le CSA a entendu mettre en avant des bonnes pratiques déjà mise en œuvre par certaines d'entre-elles pour assurer la fonction de porte-voix de leur communauté.

Pour agir efficacement, le CSA s'est aussi interrogé sur les moyens d'action du régulateur. En 2015, son Bureau avait suggéré au Gouvernement de réformer le Collège d'avis en charge de la co-régulation pour assurer une meilleure représentativité de ses membres. En 2016, conscient de ses res-

sources – essentiellement humaines – limitées alors que ses tâches sont en augmentation croissante, le Bureau a formulé des pistes de refinancement à mettre en œuvre à partir de 2018. Ces moyens existaient à côté du contrat de financement classique qui court jusqu'à la fin de l'année 2018.



Dominique VOSTERS
Président

Pierre HOUTMANS
1^{er} Vice-président

Bernadette WYNANTS
2^e Vice-présidente

François-Xavier BLANPAIN
3^e Vice-président



FOCUS

Les six focus qui suivent illustrent de façon synthétique et transversale l'action du régulateur en 2016 dans ses différents champs de compétences, matérielle et territoriale.

Le premier focus reviendra sur le colloque « Le message, c'est la plateforme », organisé en collaboration avec Cullen le 10 mars 2016. Les focus suivants aborderont successivement le séminaire dédié aux radios communautaires qui s'est tenu le 16 juin 2016, les pistes d'amélioration pour l'indépendance des TV locales, la recommandation pour faciliter l'identification des programmes d'information et le monitoring publicité.



COLLOQUE « THE PLATFORM IS THE MESSAGE! »

Le 10 mars 2016, le CSA, a organisé un colloque, en collaboration avec Cullen international, autour du développement des nouveaux modes de distribution des services de médias audiovisuels (SMA) et de la nécessaire adaptation du cadre réglementaire applicable aux niveaux européen et belge. Quatre panels d'experts ont débattu. De ces discussions, ont émergé les lignes de forces suivantes.

colloque2016.csa.be

ASSURER UNE ÉQUIVALENCE DE TRAITEMENT EST CRUCIAL

Les participants ont majoritairement relayé cet appel. Pour Jean-Paul Philippot (RTBF), il s'agit d'un prérequis fondamental à la protection des valeurs européennes dont la diversité culturelle, la démocratie et la saine concurrence. Pour Maxime Lacour (Univerciné Belgium), c'est une exigence pour préserver cette diversité culturelle contre les « GAFAN » (Google, Apple, Facebook, Amazon et Netflix). Pour Jean-Marc Harion (Orange), une telle approche non-discriminatoire implique de taxer les plateformes en ligne américaines pour leur usage de la bande passante et d'assurer des règles réciproques en matière de règles de must carry/must offer. Quant à Massimo Papa (RMB), le corollaire d'une équivalence de traitement est de garantir que les nouvelles plateformes internet investissent dans le contenu et protègent les mineurs vis-à-vis de vidéos inappropriées.

**L'ÉVOLUTION
DES PLATEFORMES
AUDIOVISUELLES :
VERS UNE RÉVISION
DE LA RÉGULATION
DES MÉDIAS**





Panel d'experts « La distribution de SMA en Fédération Wallonie-Bruxelles »

Dans un ordre d'idées similaires, Frederic Young (SACD) a regretté que la situation actuelle, discriminatoire du point de vue des acteurs auxquels s'appliquent ou non les règles en matière d'audiovisuel, génère un déficit de contribution par les plateformes internet au financement de la création. Pour Anna Bigot (Bouygues Europe – s'exprimant au nom de TFI), le champ de la directive doit être étendu pour couvrir les YouTubers influents qui, de son point de vue, ont une responsabilité éditoriale. Daniel Weekers (BeTV) a décrit pour sa part une image très pessimiste du marché à un horizon de cinq ans, période pendant laquelle il anticipe que les déséquilibres sur le marché ne feront que se renforcer à l'avantage des plateformes VOD américaines.

Le secteur de la télédistribution représente 4,4 millions d'abonnés en Belgique avec un taux de pénétration de plus de 95%.

de médias audiovisuels est une catégorie juridique qui existe dans la législation belge mais également dans celle d'autres Etats-Membres comme la France, l'Allemagne, les Pays-Bas et l'Espagne. Dans chacune de ces législations, des obligations en lien avec le pluralisme, l'accès aux services, la promotion de la production audiovisuelle voire la protection des mineurs sont imposées à ces acteurs. Geneviève de Bueger, Responsable de l'unité Nouvelles Plateformes, a appelé à clarifier le rôle et la responsabilité des nouvelles plateformes dans l'édition et la fourniture de services générés automatiquement par des algorithmes. Lorena Boix Alonso, Responsable d'unité de la DG Connect, a reconnu que le critère du « TV like », de plus en plus obsolète, requerrait une révision.

CRÉER UNE CATÉGORIE JURIDIQUE AU NIVEAU EUROPÉEN POUR LES PLATEFORMES DE DISTRIBUTION

En vue de répondre aux défis de la convergence, le CSA belge a martelé son mantra suivant lequel des règles identiques doivent être appliquées aux acteurs fournissant des services similaires dans une même zone géographique. En ce sens, Bernardo Herman, Directeur général, a proposé qu'une catégorie spéciale soit créée au niveau européen afin que les plateformes de distribution de services de médias audiovisuels soient soumises à certaines obligations de la directive sur les services de médias audiovisuels, obligations correspondant à leur rôle dans la chaîne de valeur. À l'appui de cette proposition, Julien Jost, Responsable de l'unité Distributeurs et Opérateurs, a démontré que le concept de distributeurs de services

PALLIER AU PHÉNOMÈNE DE CIBLAGE DES MARCHÉS

Une large majorité de régulateurs dénonce des difficultés d'application des règles visant à prévenir le contournement des règles applicables sur un marché national déterminé. Dans ce contexte, des comportements de « forum shopping » sont facilités : des acteurs s'établissent dans des Etats-Membres dont les législations sont moins strictes pour viser ensuite d'autres marchés nationaux. Sur base de ce constat, Paul-Eric Mosseray, Directeur de la Transition numérique, a plaidé pour un amendement de ces règles en vue de les rendre plus simples et efficaces. Quant à Michael Wagner (EBU), il a partagé l'idée qu'une révision des règles dérogeant au principe du pays d'origine était nécessaire de même que la procédure d'anti-contournement.



ACCÈS AUX RÉSEAUX : VERS DE NOUVELLES ANALYSES DE MARCHÉS



En 2016, le CSA a poursuivi sa collaboration étroite avec les autres régulateurs belges de l'audiovisuel et des télécommunications au sein de la Conférence des régulateurs du secteur des communications électroniques (« CRC »). Créée par un accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'État fédéral et les différentes communautés, la CRC réunit, outre le CSA, l'Institut belge pour les services postaux et les télécommunications (IBPT), le Vlaamse Regulator voor de Media (VRM), le Medienrat de la Communauté germanophone.

Le 1^{er} juillet 2011, la CRC a adopté une série de décisions cadres visant l'ouverture des marchés de la télédistribution et de l'accès à Internet à haut débit afin d'améliorer l'offre, le prix et la qualité des services aux consommateurs. Ces décisions imposent aux opérateurs exerçant une puissance significative sur ces marchés (PSM), à savoir Proximus, Brutélé et Nethys (VOO), SFR et Telenet, d'ouvrir leurs réseaux respectifs à la concurrence. Tout opérateur alternatif qui en fait la demande peut donc recourir aux offres dites de gros (*wholesale*) de ces opérateurs PSM, afin d'être en mesure de fournir au public des offres d'accès à Internet et de télédistribution alternatives.

En 2016, les travaux du CSA et de la CRC ont avant tout porté sur la poursuite de la mise en œuvre de ces dernières décisions, en particulier concernant la fixation de tarifs révisés pour l'accès au câble, et la préparation de nouvelles décisions d'analyse de marchés.

DÉCISIONS CONCERNANT LES TARIFS D'ACCÈS DES CÂBLO-OPÉRATEURS

Le 19 février 2016, la CRC a approuvé les tarifs révisés que Brutélé et Nethys (VOO) ainsi que Telenet peuvent facturer aux opérateurs qui souhaitent fournir des services d'Internet haut débit et de télévision via le câble.

Les projets de décisions avaient été notifiés début janvier 2016 à la Commission européenne (CE), qui avait donné son feu vert à la CRC pour l'adoption définitive de ces projets, tout en formulant une série de commentaires à leur égard. Les décisions tarifaires, telles

qu'adaptées suite aux commentaires de la Commission européenne, sont entrées en vigueur le 1^{er} mai 2016.

<http://csa.be/breves/997>

Consultez toutes les informations au sujet de cette analyse de marchés et de sa mise en œuvre : cable.csa.be

PRÉPARATION DE NOUVELLES ANALYSES DE MARCHÉS DE LA CRC

Comme prévu par la législation et compte tenu également de l'avis susvisé de la Commission européenne, le CSA et les autres régulateurs membres de la CRC se sont en outre attelés à la préparation de nouvelles analyses des marchés de la télédistribution et de l'accès à Internet à haut débit.

Au titre de ses compétences en matière de réseaux de communications électroniques, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA procède à la définition et à l'analyse des marchés pertinents pour les réseaux et les services de communications électroniques. Si le Collège conclut qu'un marché pertinent n'est pas effectivement concurrentiel, il identifie le ou les opérateurs de réseau disposant d'une puissance significative sur ce marché et impose à ces opérateurs les obligations jugées appropriées.

Cette procédure, qui prévoit notamment une consultation publique sur les projets de décision d'analyse de marché, est définie aux articles 90 à 96 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, transposant les dispositions prévues en la matière par le cadre réglementaire européen pour les communications électroniques.

En préparation à ces projets de décisions, le CSA ainsi que les autres régulateurs membres de la CRC (IBPT, VRM et Medienrat) ont publié durant l'été 2016 un questionnaire destiné à collecter une série d'informations utiles pour mener à bien le réexamen des marchés en question. Cable Belgium, Coditel (SFR), Nethys et Brutélé, Orange Belgium, Proximus et Telenet y ont répondu.

<http://csa.be/breves/1014>

SÉMINAIRE SUR LE PLURALISME ET LA DIVERSITÉ D'OPINIONS AU SEIN DES RADIOS COMMUNAUTAIRES

En Belgique francophone, les fréquences dévolues aux radios indépendantes sont réparties selon différents profils, dont un profil de radio communautaire. Ces radios se distinguent des autres en répondant à des critères tels que le public cible qui fait mention d'un trait culturel particulier (origine, langue, religion, ...) se rattachant à une communauté d'individus, un service conçu par et pour la communauté et/ou ses sympathisants et qui agit comme porte-voix de la communauté à destination du grand public, notamment parce qu'il est représentatif des différents courants politiques, culturels, culturels et philosophiques de la communauté. Ces radios fonctionnent souvent avec des moyens d'existence basés sur un marché publicitaire ciblé, le soutien d'institutions pertinentes et/ou l'apport (notamment bénévole) de membres de la communauté.

Lorsque plusieurs fréquences sont disponibles en zones urbaines pour des radios indépendantes, les radios communautaires bénéficient d'une forme de priorité car un tiers des capacités leur est réservé. Par exemple, Bruxelles en compte cinq qui s'adressent toutes à des communautés différentes.

Si ces radios disposent d'un accès facilité à la bande FM, c'est aussi avec l'idée qu'elles remplissent certaines missions, dont le dialogue interculturel, la contribution au « vivre-ensemble », mais également la diffusion de programmes pluralistes d'informations spécifiques ayant trait à la communauté. Or, le CSA s'est aperçu que cette dernière mission n'est, chez certaines radios, pas ou difficilement rencontrée. En effet, certaines radios ne savent comment s'y prendre pour proposer des programmes qui représentent les différents courants politiques, culturels, culturels et philosophiques de la communauté et qui renoncent dès lors à en proposer. En outre, il est arrivé que le CSA se pose des questions sur l'indépendance de certaines radios par rapport aux pouvoirs politiques, qu'ils soient locaux ou du pays d'origine, notamment par l'entremise de pressions des annonceurs.

Les médias des minorités ethniques, facteur d'intégration ou de communautarisme sur la scène publique ?



SÉMINAIRE-DÉBAT 16/06/2016

L'objectif du séminaire-débat était de discuter, sous l'angle d'échanges de bonnes pratiques, de la manière dont les radios communautaires peuvent se faire les porte-voix d'une communauté dans toute sa diversité et son pluralisme, ainsi que

sur la manière dont elles peuvent inclure le dialogue interculturel dans leur programmation. La partie séminaire a été animée par trois invités : Ayla Kardas nous a parlé de son mémoire de master intitulé « Les médias des minorités ethniques, facteur d'intégration ou de communautarisme sur la scène publique ? » et de sa perception des médias communautaires en tant qu'enfant issue de la troisième génération de l'immigration turque. Jamil Shalak, président de Radio Orient (France) a fait part de son expérience de plus de 20 ans dans sa radio communautaire musulmane. Enfin, Vinciane Colson, coordinatrice des émissions « Libres, ensemble » produites par le Centre d'Action Laïque qui dispose d'un espace concédé en télé et en radio sur les antennes de la RTBF nous a parlé de la place et la fonction des programmes concédés.



TÉLÉVISIONS LOCALES : RÉÉQUILIBRER LES EXPERTISES

Chaque élection communale (ou régionale à Bruxelles) entraîne un renouvellement des conseils d'administration (CA) des télévisions locales.

L'échéance des élections de 2018 donne donc l'occasion d'examiner la manière dont est mis en œuvre le principe de l'équilibre entre la représentation politique et la représentation des mondes culturel, associatif et économique.

Dans cette perspective, après analyse de la composition actuelle des CA des télévisions locales, le CSA a identifié des pistes de réflexion permettant d'améliorer l'ouverture de ces instances à la société civile et de mieux équilibrer les expertises en leur sein. Cela, afin de mieux répondre au double objectif du législateur : éviter une trop grande politisation des CA et répondre à la mission socio-culturelle des télévisions locales.



LA COMPOSITION DES CA : UN FOCUS DU CONTRÔLE ANNUEL 2015

L'équilibre 50/50

La composition des conseils d'administration fait l'objet d'un encadrement décretaal : la répartition 50/50 des sièges entre « mandataires publics » et « représentants de secteurs associatif et culturel ». Or, depuis plusieurs contrôles, le CSA constate que, de manière significative, les représentant.e.s des secteurs associatifs et culturels qui siègent dans les conseils d'administration sont, soit d'anciens mandataires publics, soit des représentants de partis politiques. En 2015, dans 7 télévisions locales, plus de 60 % des membres des conseils d'administration sont des représentants de partis politiques, qu'ils soient détenteurs d'un mandat public (tel que conseiller communal, conseiller de CPAS ou membre d'un cabinet) ou non.

Des pistes de réflexion permettant d'améliorer l'ouverture de ces instances à la société civile et de mieux équilibrer les expertises en leur sein.

couverture de la télévision locale concernée. » L'objectif est ici d'assurer une représentation équilibrée des courants idéologiques (ou politiques), comme le prescrit la loi dite du Pacte culturel. Pourtant, dans les CA où la représentation politique dépasse les 60 %, la proportionnalité n'est pas calculée uniquement sur les mandataires publics, mais bien sur une proportion plus large de membres du CA. Cela, au détriment de la représentation culturelle, associative et économique.

LES PISTES D'AMÉLIORATION

Le CSA considère que des clarifications pourraient être apportées aux **règles de répartition des sièges, afin, notamment, de revaloriser le statut de « représentant des secteurs associatif et culturel »**. Aussi, il serait plus cohérent que la proportion maximale de 50 % soit appliquée non pas aux « mandataires publics » mais bien aux « représentants politiques ».

Ensuite, dans le respect du fonctionnement de chaque TVL, il conviendrait à la fois de **sensibiliser la société civile à intégrer les structures des médias de proximité que sont les TVL et d'assurer une plus grande ouverture au moment de la constitution des conseils d'administration**.

L'application de la règle de la proportionnalité

En vertu du décret, les mandataires publics sont désignés « à la proportionnelle de la composition de l'ensemble des conseils communaux de la zone de

UNE RECOMMANDATION POUR AIDER À L'IDENTIFICATION DES PROGRAMMES D'INFORMATION

L'OBJECTIF DE LA RECOMMANDATION ?

Différentes dispositions du décret sur les services de médias audiovisuels s'appliquent aux éditeurs qui diffusent des programmes d'information sur plateforme fermée. Dans l'esprit du législateur, il s'agit essentiellement d'assurer la qualité et l'indépendance de l'information dans les médias audiovisuels, notamment par le recours à des journalistes professionnels, la création de sociétés de journalistes, l'élaboration de règlements d'ordre intérieur relatifs à l'objectivité dans le traitement de l'information et l'adhésion à l'association pour l'autorégulation de la déontologie journalistique, ainsi que par la limitation des communications commerciales dans ces programmes.

Cependant, compte tenu notamment de la variété grandissante des formats de programmes d'information, aucune définition n'a pu en être trouvée, ni dans le champ académique ni dans le champ du droit audiovisuel. Il devenait donc indispensable de fournir aux éditeurs – et au régulateur – des éléments de définition qui leur permettent d'exercer leur activité respective en toute connaissance de cause.



MÉTHODOLOGIE

Afin de recueillir les éléments nécessaires à sa réflexion, le CSA a organisé un séminaire réunissant divers professionnels des médias (éditeurs, journalistes, rédacteurs en chef,...), diverses associations actives dans le champ de l'information (AJP, CDJ, Commission d'agrégation des journalistes professionnels,...) et des représentants du secteur académique. Des professionnels de la radio et de la télévision étaient présents, du secteur privé comme du secteur public.

LA RECOMMANDATION DU 23 JUIN 2016 RELATIVE AUX PROGRAMMES D'INFORMATION

La recommandation est conçue dans une optique régulatoire, ce qui implique spécifiquement le respect des principes fondamentaux que sont l'égalité de traitement, la cohérence, la proportionnalité et la rencontre des objectifs définis par le législateur.

Afin de prendre en compte l'évolution et la variété des programmes considérés, ceux-ci seront définis sur base de **3 critères cumulatifs**.

1. Un programme d'information traite de l'**actualité** relative à une matière, quelle que soit la matière concernée (de l'économique au people en passant par le judiciaire ou le web, par exemple).
NB. Pour des raisons de proportionnalité, les informations de service (météo, infotrafic, agendas,) sont exclues de la définition ;
2. Les contenus d'un programme d'information ont fait ou font l'objet d'un **traitement journalistique**, qui n'est pas obligatoirement réalisé par un journaliste professionnel ni de formation. Ce travail inclut la recherche d'informations et un travail éditorial, toujours dans un rapport de véracité des faits.
Le traitement peut être humoristique ou emphatique mais sera identifié comme tel par le public en fonction d'un contrat de lecture implicite ;
3. Un programme d'information répond à une **pré-occupation d'intérêt public ou général** : il a trait à la vie en société sous tous ses aspects, offre des clés de compréhension des enjeux identifiés, et est conçu dans le seul intérêt du public destinataire.

La manière dont un programme s'inscrit dans la ligne éditoriale prédéfinie d'un média ou le fait qu'il ait été réalisé, produit ou diffusé dans le cadre d'une rédaction ou sous la responsabilité d'une direction de l'information constituent également un indice d'appréciation sur la nature du programme.

<http://csa.be/breves/1015>



MONITORING COMMUNICATION COMMERCIALE



LA MÉTHODOLOGIE

Services télévisuels

Les lundi et mardi 7 et 8 mars 2016 ont été retenus pour les chaînes suivantes : les 12 télévisions locales, RTBF La Une, RTBF La Deux, RTBF La Trois, AB3, AB4-AB Shopping, Be 1, Canal Z, Contact Vision, Proximus Zoom.

Le 7 mars a été visionné pour RTL-TV. Un monitoring spécifique des chaînes du groupe RTL a été réalisé au mois de février 2016.

Services sonores

Afin d'aligner les dates d'échantillon en télé et en radio, les journées du lundi 6 ou mardi 7 mars ont été monitorées pour les services FM en réseaux (privés et publics), excepté pour Sud Radio (11 janvier). Pour Maximum, ne disposant pas d'enregistrement au mois de mars, la radio a été monitorée en octobre 2016. Ce monitoring a principalement pris en compte les heures de grande écoute.

Le monitoring effectué en mars 2016 sur les éditeurs sonores et télévisuels linéaires de la Fédération Wallonie-Bruxelles était basé sur deux pôles. Un pôle quantitatif consistant en un contrôle des limites des durées publicitaires et un pôle qualitatif, portant sur les règles générales et particulières relatives à la communication commerciale. Les règles de limitation de durée étant respectées par les éditeurs télévisuels et sonores, ce sont les majeurs points du volet qualitatif, à savoir : l'identification et la séparation, le parrainage, les spots isolés, les jeux-concours et télé-achat ainsi que le placement de produit.

PRINCIPES ET ENJEUX

Identification et séparation

L'obligation de rendre un message de communication commerciale aisément identifiable est le principe de base formulé dans le décret SMA (Art. 14§1). Afin d'éviter toute communication commerciale clandestine – interdite – les téléspectateurs et auditeurs doivent être en mesure de différencier, facilement, les programmes des communications publicitaires.

Lors du monitoring, de nombreux cas de séparation sonore manquant de clarté ont été observés. Il s'agissait principalement de séparations sonores mixées avec des titres musicaux et de recours fréquents à de l'autopromotion comme moyen de séparation sonore en entrée et sortie de tunnel publicitaire. Les services du CSA ont réalisé un atelier de concertation en octobre 2016, qui a permis d'aboutir à une proposition, exposée au Collège d'autorisation et de contrôle, de modifications à la marge des recommandations relatives « séparation sonore entre spots publicitaires et programmes à la radio » et à « l'autopromotion ». Suite à l'approbation de la proposition par le CAC le 24 novembre 2016, les éditeurs sonores disposent d'une gamme de possibilités plus large pour créer et insérer des jingles de séparation sonore à forte identité, tout en respectant le principe de base, immuable, d'identification claire et aisée de la communication commerciale.

<http://csa.be/breves/910>

<http://csa.be/breves/631>

Parrainage et spots isolés

Tant au niveau des éditeurs sonores que télévisuels, il est permis d'accoler les annonces parrainées directement à ce qui est parrainé, sans l'utilisation de jingle intermédiaire. En contrepartie, une annonce de parrainage doit permettre de comprendre l'existence d'un parrainage et l'objet de celui-ci. En effet, sans cette dernière, l'annonce de parrainage peut apparaître comme un spot isolé, accepté uniquement à titre exceptionnel (Décret SMA, Art.19). Cette confusion entre spot de parrainage et spot isolé est problématique, et particulièrement à proximité des émissions d'information étant donné que ces dernières ne peuvent être parrainées (Décret SMA, Art. 24, 6°).

Suite au monitoring, deux griefs ont été retenus et un avertissement a été fait à l'éditeur.

être effectuée dans ce cadre. Ayant remarqué des pratiques posant question au sujet d'un programme contenant du placement de produit, les services du CSA ont informé le Secrétariat d'instruction qui a ouvert une instruction. Deux griefs ont été retenus par le Collège d'Autorisation et de contrôle le 22 décembre 2016 : le premier, concernant le placement de produit mal identifié dans l'ensemble du programme et le second, relatif au parrainage (pas clairement identifié, absence de lien entre annonceur et programme et placement de l'annonce en cours de programme). Pour ces griefs, le Collège d'autorisation et de contrôle a adressé un avertissement à l'éditeur.

Jeux concours / télé-achat

Au sujet des jeux concours, le décret SMA précise que la présentation des lots ne peut être accompagnée d'argumentation ni de mise en valeur destinées à inciter à la consommation ou à l'achat direct (Décret SMA, Art. 19). Lors du monitoring, des cas de commentaires exagérément louangeurs en radio ont été relevés.

Quant aux spots et programmes de télé-achat, le décret SMA indique l'obligation des éditeurs de mentionner distinctement le coût pour accéder aux biens ou aux services (Décret SMA, Art. 32 §2). Un manque de mentions complètes et suffisantes de coûts a été remarqué à plusieurs reprises dans le cadre du monitoring.

Les jeux de hasard, le télé-achat et les publicités pour les paris sportifs étant des matières croisées avec des autorités et plusieurs Ministères (Ministère de la Justice ; Commission des Jeux de Hasard ; Commission d'Éthique pour les télécommunications ; SPF Économie, PME, Classes Moyennes et Énergie), le CSA établit et consolide des rapports étroits avec ces partenaires, notamment en transmettant des dossiers problématiques si nécessaire.

Placement de produit

Les éditeurs qui diffusent des programmes contenant du placement de produit doivent notamment respecter les obligations d'identification (Décret SMA, Art.21, §2, alinea 3, 4°). La recommandation du Collège d'autorisation et de contrôle du 17 décembre 2009 relative au placement de produit précise les moments et les durées de présence à l'écran du logo « PP ». Une mise en avant injustifiée du produit ne peut

ÉVOLUTION DES PRATIQUES EN COMMUNICATION COMMERCIALE

La veille réalisée lors du monitoring permet de remarquer des évolutions de pratiques. Ainsi, le publi-reportage est utilisé de manière croissante par les éditeurs, tant sonores que télévisuels. Fournissant des arguments de type publicitaire sous une forme rédactionnelle, le choix des intervenants ainsi que le ton utilisé peuvent poser question et doivent faire l'objet, comme chaque type de communication commerciale, d'une observation et analyse circonstanciées et minutieuses.

Par ailleurs, la radio filmée, genre nouveau depuis quelques années, mais consolidée depuis peu sur les antennes de plusieurs éditeurs télévisuels pose question en termes de communication commerciale et notamment concernant le principe de base d'identification et de séparation.

SUIVI DES OBSERVATIONS RÉALISÉES DANS LE CADRE DU MONITORING

Le monitoring a permis d'identifier certaines pratiques qui semblaient contraires au décret SMA. Pour la majeure partie de ces cas, c'est le dialogue avec les éditeurs qui a été privilégié par le biais d'une part de courriers demandant ou fournissant des précisions et d'autre part de rencontres avec les éditeurs. Deux cas ont été transmis à l'Instruction, sans donner lieu à une condamnation par le Collège d'autorisation et de contrôle étant donné l'attitude constructive des éditeurs en question.





TRAITEMENT DES PLAINTES ET PRÉOCCUPATIONS DU PUBLIC

Dans un souci d'accessibilité et de transparence, le CSA est particulièrement attaché à tisser des liens avec ses différents publics, parmi lesquels les citoyens, et à répondre à leurs interpellations.

Le Secrétariat d'instruction (SI) traite les plaintes du public en toute indépendance. À côté du traitement des plaintes, le SI participe également à la rédaction de différentes publications du CSA, à des travaux transversaux ou encore à des colloques et événements où le CSA va à la rencontre de ses publics.

Les services du CSA travaillent quotidiennement à développer des espaces de dialogue et sont disponibles pour répondre aux questions et préoccupations des consommateurs de l'audiovisuel.



LE CSA AU SERVICE DU PUBLIC

Le **public**, lorsqu'il est interpellé par une pratique relevant de l'audiovisuel en Fédération Wallonie-Bruxelles, peut **adresser une plainte** au CSA. La procédure est des plus simples : il suffit de remplir un formulaire en ligne disponible sur notre site internet. La plainte est traitée en toute indépendance par le Secrétariat d'instruction (SI). Son domaine de compétence couvre l'application de la législation audiovisuelle de la Fédération Wallonie-Bruxelles par ses acteurs (radios, télévisions, nouveaux médias, distributeurs...). Il peut aussi agir d'initiative lorsqu'il a connaissance d'une pratique qui lui pose question. On parle alors d'autosaisine.

Le public peut aussi s'adresser au CSA simplement pour lui **poser une question**. En 2016, le CSA a souhaité moderniser et diversifier son accessibilité en faisant son entrée sur Facebook. Relai de l'activité de l'institution, le réseau social est aussi une manière d'ouvrir un dialogue plus direct et spontané avec le public.

csa.be/plainte



**DANS SON RÔLE
DE RÉGULATEUR,
LE CSA TRAITE
LES PLAINTES
DU PUBLIC.**



LES PLAINTES 2016 EN QUELQUES CHIFFRES

En 2016, le SI a reçu 161 plaintes et s'est autosaisi à 8 reprises. 21 instructions ont été ouvertes. Parmi elles, 7 ont abouti à une proposition de notifications de griefs au Collège d'autorisation et de contrôle (CAC) et 4 dossiers sont en cours d'instruction.

161 PLAINTES

161 plaintes/ 8 autosaisines
(110 plaintes/2 autosaisines en 2015)

21 ouvertures d'instruction*
(19 en 2015)

38 plaintes CSS
sans instruction
(22 en 2015)

108 plaintes
irrecevables
(71 en 2015)

10 dossiers CSS
après instruction

4 dossier en cours
d'instruction

7 rapports d'instruction
(6 en 2015)

2 griefs établis
(1 sanction)

4 dossiers en cours

* 2 instructions ont été ouvertes
sur base de plusieurs plaintes

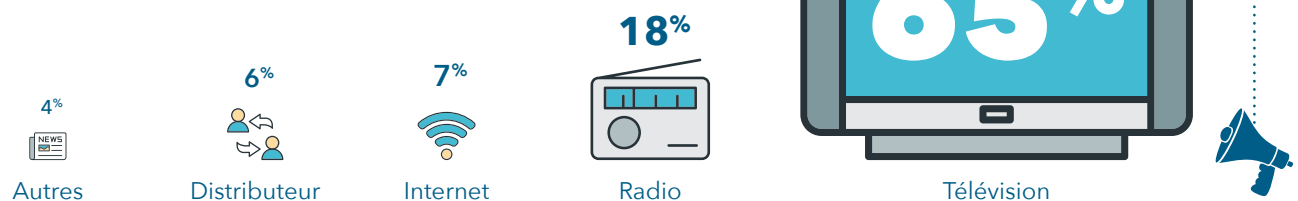
Le nombre de plaintes est en augmentation par rapport à 2015. Dans le précédent rapport annuel du CSA, le SI s'était montré interpellé par la diminution du nombre total de plaintes reçues en 2015 (110 contre 164 en 2014, 163 en 2013). Alors qu'il percevait plutôt positivement la baisse des plaintes irrecevables, celles-ci étant potentiellement mieux orientées dès le départ, il constatait aussi une diminution des plaintes recevables. Cette dernière paraissait explicable par un certain nombre de facteurs conjoncturels (inaccessibilité du site internet du CSA pendant une dizaine de jours ; absence de service communication ; préoccupations exprimées par d'autres voies...). Le SI constate un retour des interpellations du public à leur niveau antérieur à 2015, confirmant que cette année-là était exceptionnelle par rapport au flux habituel.

Alors que le nombre d'éditeurs de « nouveaux médias » (les web-radios, web-télévisions...) augmente sensiblement et que le mode de consommation des médias se diversifie en incluant les nouvelles plateformes, les plaintes touchent encore essentiellement les médias traditionnels. La **télévision** est largement en tête, suivie de la **radio** (Figure 1).

Le faible taux de plaintes relatives à la distribution doit être nuancé par le fait qu'elle constitue l'un des sujets de questions les plus fréquents (plus de 30% des demandes de renseignements adressées au CSA touchent à des aspects de distribution). C'est donc un thème qui préoccupe les citoyens mais pour lequel ils se placent davantage dans une demande d'informations ou de soutien que dans une logique de plainte.

RÉPARTITION DES PLAINTES PAR MÉDIA

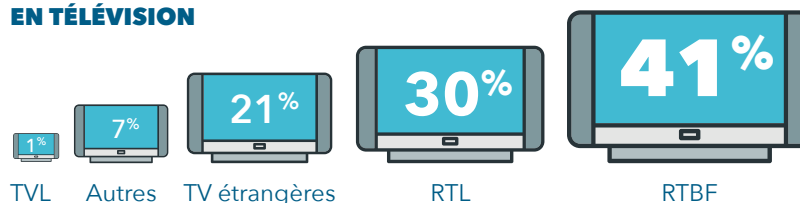
FIGURE 1



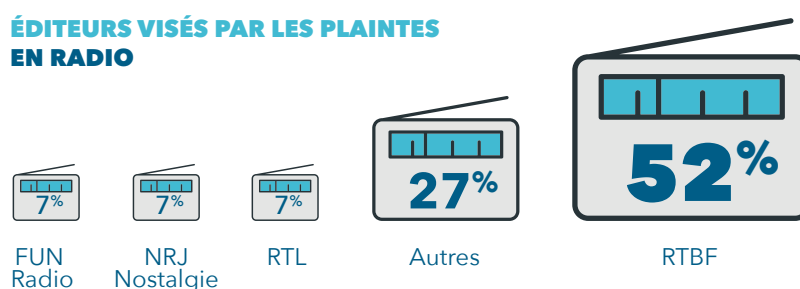
Si l'on s'intéresse aux médias principalement visés par les plaintes, à savoir la télévision et la radio, la répartition des éditeurs sur lesquels portent ces plaintes est la suivante (Figure 2).

Dans un cas comme dans l'autre, il est significatif de relever que les plus gros éditeurs (RTBF et RTL en télévision, les réseaux en radio) représentent plus de 2/3 des plaintes.

ÉDITEURS VISÉS PAR LES PLAINTES EN TÉLÉVISION



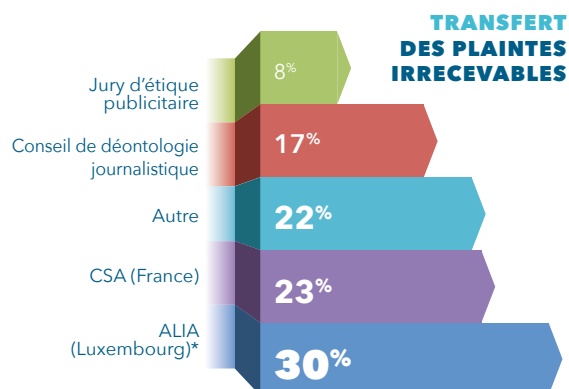
ÉDITEURS VISÉS PAR LES PLAINTES EN RADIO



LES PLAINTES IRRECEVABLES

Lorsqu'il reçoit une plainte, le SI examine d'abord sa **recevabilité**. Il vérifie si elle vise des faits qui relèvent bien de la compétence matérielle et territoriale du CSA. Dans le cas contraire, il s'efforce de renvoyer directement la plainte à l'instance compétente, afin d'éviter au plaignant des démarches supplémentaires.

En 2016, plus de la moitié des plaintes irrecevables (62 sur 108) ont fait l'objet d'un transfert auprès des instances suivantes :

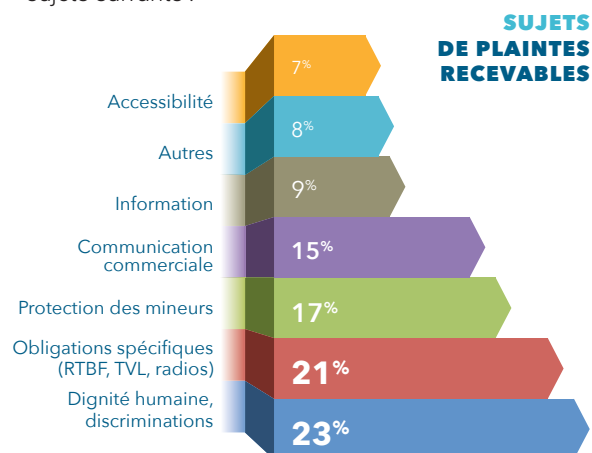


* Les plaintes relatives aux services télévisuels du groupe RTL sont transférées à l'ALIA (Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel) sans aucune reconnaissance préjudiciable d'abandon de compétence du CSA.

LES PLAINTES RECEVABLES

Les plaintes recevables sont examinées sur le fond par le Secrétariat d'instruction. Si, à l'issue d'un premier examen, le SI constate que la plainte est manifestement sans fondement, il peut estimer qu'il n'est pas nécessaire d'ouvrir une enquête et **classe la plainte sans suite**. Dans le cas contraire, il **ouvre une instruction**. À l'issue de son instruction, il peut décider soit de classer sans suite, soit de transmettre un rapport au CAC.

En 2016, les plaintes recevables portaient sur les sujets suivants :



Les principaux sujets de préoccupation touchent aux limites à la liberté d'expression (respect de la dignité humaine, interdiction de diffuser des programmes qui incitent à la discrimination, à la haine ou

à la violence), aux obligations spécifiques de la RTBF ou des radios, à la protection des mineurs, à la communication commerciale et à l'information.

Les limites à la liberté d'expression constituent le premier sujet des plaintes recevables pour la troisième année consécutive. Il s'agit par exemple de plaintes visant un billet humoristique perçu comme stigmatisant ou insultant par la personne qui saisit le CSA. Il faut toutefois souligner que les ouvertures d'instruction sont rares en la matière car la législation prévoit que la liberté

d'expression vaut pour principe. Les exceptions doivent être interprétées strictement. De manière à mieux détecter et traiter les cas réellement problématiques, le SI souhaite développer des liens privilégiés avec le secteur institutionnel et associatif de l'égalité des chances. Il en fera l'un de ses projets en 2017.

Un rapprochement avec UNIA, le Centre interfédéral pour l'égalité des chances, a déjà été opéré dans le cadre du dossier d'instruction visant les propos d'Alain Simons sur Vivacité (cf. *infra*).

LES INSTRUCTIONS

À l'issue de son instruction, s'il estime qu'une infraction à la législation audiovisuelle de la Fédération Wallonie-Bruxelles est établie, le SI transmet un rapport au CAC. Le CAC décide de notifier ou non un grief. Dans l'affirmative, il prend une décision finale, éventuellement assortie d'une sanction, après avoir entendu les arguments du régulé mis en cause.

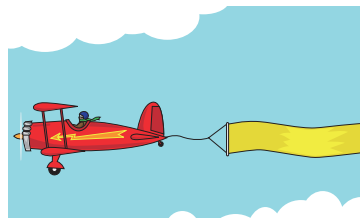
En 2016, le SI a déposé devant le CAC 7 rapports d'instruction portant sur les sujets suivants :

→ 1 dossier relatif à la **protection des mineurs** visant la RTBF.



Un documentaire historique revenant sur la période suivant directement la fin de la deuxième guerre mondiale a été diffusé en première partie de soirée sur La Une, sans signalétique, en dépit d'images particulièrement difficiles. Dans son rapport, le SI a estimé que la RTBF aurait dû appliquer la signalétique « -10 », et que ce manquement constituait une récidive au regard d'un programme similaire diffusé un an plus tôt. Le CAC a décidé que le grief était établi. Mais il a pris en compte les propositions de la RTBF pour mettre en place une signalétique alternative dédiée aux documentaires historiques faisant appel aux images d'archives. Considérant cette démarche, le CAC n'a pas souhaité sanctionner la RTBF.

→ 1 dossier relatif à la **communication commerciale** sur Canal Z.



Un programme court sur les innovations urbaines contenait du placement de produit sans que la pratique ne soit correctement identifiée et il était précédé d'une séquence qualifiable de parrainage qui, d'après les conclusions du rapport d'instruction, ne respectait pas les règles en matière d'annonces de parrainage. Le CAC a suivi les propositions du SI de notifier les griefs et décidé à l'issue de l'audition de Canal Z qu'ils étaient établis. Il a adressé à l'éditeur un avertissement.

→ 1 dossier relatif aux **propos tenus à propos des "gitans"** par Alain Simons sur l'antenne de Vivacité Charleroi.



À la fin de deux points info-traffic, l'animateur Alain Simons a exhorté ses auditeurs à la prudence en raison de la présence de "gitans" dans un certain périmètre. Dans son rapport, le SI a analysé la diffusion de ces propos comme celle d'un programme incitant à la discrimination pour des raisons d'ethnie (article 9 du décret SMA). Le CAC a notifié les griefs et prendra sa décision finale à l'issue de l'audition programmée de la RTBF.

SANCTIONNER UNE INFRACTION





→ 1 dossier relatif à des **insultes prononcées** par l'animateur du programme nocturne de NRJ à l'égard d'un mineur, dans le cadre d'un jeu. À l'estime du SI, ces insultes portant sur des éléments personnels, voire intimes, d'un adolescent alors qu'il ignore passer à l'antenne d'une radio constituent une atteinte au respect de la dignité humaine (article 9 du décret SMA). Le CAC a notifié les griefs et prendra sa décision finale à l'issue de l'audition programmée de NRJ.



→ 3 dossiers relatifs au **respect des obligations et engagements des radios** (BXFM, Must FM et Maximum FM) qui ont conclu une convention de collaboration avec la radio Mint éditée par Cobelfra (groupe RTL). À l'estime du SI, les modalités de ce partenariat ont conduit ces radios à

se mettre en infraction au regard des règles sur la communication commerciale et au regard des engagements qu'elles ont pris en matière de programmation dans leurs dossiers de candidatures respectifs. Le CAC ne s'est pas encore prononcé sur ces dossiers.



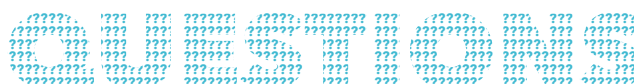
DANS SON RÔLE D'ACCOMPAGNATEUR, LE CSA DIALOGUE AVEC LE PUBLIC.

LE TRAITEMENT DES QUESTIONS

En 2016, le CSA a reçu **160 questions citoyennes** via le formulaire accessible sur son site internet. Les préoccupations du public portaient sur différentes thématiques qui font partie ou non des compétences du CSA : radio, publicité, internet, cinéma, téléphonie, télévision. Plus de la moitié des questions avaient un lien avec le média TV. La TNT, la disparition de l'analogique et la télédistribution font partie des sujets de prédilection.

Les services du CSA assurent un suivi des questions. Les réponses sont assurées par le/la conseiller/ère ou responsable en charge de la matière concernée.

csa.be/question





LE CSA SUR FACEBOOK

Dans un souci de favoriser les échanges avec les consommateurs de médias audiovisuels, le CSA a développé sa présence sur les réseaux sociaux. En plus d'un renforcement de la communication sur les comptes Twitter et LinkedIn déjà existants, le CSA a créé une page Facebook (**@csabelge**) en septembre 2016. En un trimestre à peine, la page a dépassé le millier d'abonnés. Ce réseau est non seulement l'occasion de relayer l'actualité du CSA mais permet aussi de communiquer les nouvelles de l'audiovisuel en Fédération Wallonie-Bruxelles, les tendances médias internationales, les opportunités d'affaires pour les professionnels, etc.

La page Facebook du CSA est aussi une carte de visite de l'institution sur le plus prisé des réseaux sociaux. L'utilisateur y trouve un descriptif du rôle et des actions du CSA. Un onglet « services » aiguille les abonnés vers les principales rubriques du site csa.be (Pluralisme, Numérique pour tous, ...) et renseigne la possibilité de poser une question aux services ou de déposer une plainte auprès du Secrétariat d'instruction. L'utilisateur a également l'opportunité d'interpeller le CSA via la messagerie. Chaque demande reçoit une réponse personnalisée.



<https://www.facebook.com/csabelge/>

@CSABELGE





GRAND ANGLE

Cette partie permet de s'étendre un peu plus longuement sur cinq projets phare de l'année écoulée. En 2016, les services du CSA ont largement contribué aux groupes de travail de la directive européenne sur les Services de Médias Audiovisuels. Le CSA a également coordonné l'étude Génération Digital Natives menée par Claude Pecheux, Professeure à l'UCL Mons et chercheuse en résidence au CSA.

L'année écoulée a aussi vu l'évaluation du règlement sur la protection des enfants de moins de 3 ans face aux écrans TV, la publication du bilan sectoriel « L'accès aux médias audiovisuels – Plateformes & enjeux » et la mise en place d'un partenariat poursuivant le projet PlanTV destiné aux créateurs de l'audiovisuel.



LA DIRECTIVE SMA

Le 25 mai 2016, la Commission européenne a formellement lancé la procédure de révision de la directive sur les services de médias audiovisuels (directive SMA). Cette entreprise de révision a associé étroitement les régulateurs audiovisuels des 28 États Membres.

Le CSA s'est ainsi particulièrement investi dans les travaux de préparation de l'ERGA - cf. p. 37 - qui ont alimenté la proposition de la Commission. Petit tour des chantiers qui ont été prioritairement suivis par le CSA.

COMPÉTENCE MATÉRIELLE : ÉLARGIR LA DSMA AUX PLATEFORMES DE PARTAGE VIDÉO

La fixation du champ d'application de la future directive modifiée est fondamentale. Le phénomène de la convergence a favorisé la multiplication des modes de diffusion des services, programmes et contenus audiovisuels. De nouveaux intermédiaires, désignés sous le terme générique de plateformes ont pour certains une taille mondiale.

Cette multiplication a interpellé les régulateurs qui ont été obligés d'appliquer des régimes juridiques différents à des situations comparables, risquant de rompre le principe de l'égalité de traitement entre fournisseurs de services et suscitant l'incompréhension du public.

La proposition de directive entend intégrer désormais dans le champ de la réglementation audiovisuelle les plateformes de partage de vidéos, en ce compris celles qui disposent d'un établissement secondaire dans l'Union (filiale,

société membre du groupe). Cette intégration ne serait toutefois que partielle et viserait les seules règles en matière de protection des mineurs et de lutte contre le discours de haine.

Pour le CSA, si la proposition constitue une avancée, elle est trop partielle. Les règles visant la protection du consommateur, le soutien à la diversité culturelle et au pluralisme des médias devraient aussi leur être appliquées. Tout comme elles devraient l'être aux autres distributeurs de SMA (TNT, câble, ADSL, satellite mais aussi les interfaces de TV connectée).





**DONNER UNE
INFLUENCE RELATIVE
PLUS IMPORTANTE
AU LIEU OÙ TRAVAILLE
LA MAJEURE PARTIE
DU PERSONNEL.**

COMPÉTENCE TERRITORIALE : POUR TOUS LES ACTEURS QUI IMPACTENT LA BELGIQUE

La question de compétence territoriale des États européens se pose lorsque l'ensemble des activités de production d'un SMA ne sont pas localisées dans un seul État. Pour déterminer l'État compétent, depuis 1997, la directive utilise une combinaison de critères : le siège social effectif, le lieu où sont prises les décisions éditoriales, le lieu où se situe une part significative du personnel attaché à la production du service.

La proposition de la Commission du 25 mai 2016 tend à donner une influence relative plus importante au lieu où travaille désormais la majorité du personnel.

Selon le CSA, cette proposition devrait mieux tenir compte du lieu où sont prises les décisions éditoriales par les responsables ultimes de l'édition de ces services (directeur d'antenne, directeur des programmes, rédacteur en chef...) et non celui où se prennent épisodiquement les décisions générales liées à un tel service.

Le contournement de la compétence d'un État Membre dont le public est ciblé et de ses règles est une autre question qui reste irrésolue dans la directive SMA. Le CSA regrette que la procédure anti-contournement reste lourde, si pas impossible à mettre en œuvre, vu l'obligation de démontrer l'intention de contourner la législation de l'État ciblé. Les services VOD pourraient cependant être soumis aux règles de contribution à la production audiovisuelle dans l'État qu'ils ciblent. À étendre aux services de TV, selon le CSA.

ŒUVRES EUROPÉENNES : CONTRIBUER À LA PRODUCTION ET À LA PROMOTION

La proposition de la Commission prévoit pour les services VOD un quota de catalogue de 20% d'œuvres européenne et l'incitation à contribuer à la production de ces œuvres.

Pour le CSA, si un quota minimal est nécessaire, dans un catalogue VOD, de telles œuvres risquent de ne jamais être exposées si elles ne font l'objet d'aucune promotion. Sans inscrire une telle obligation, la directive risque de rater son objectif.

PUBLICITÉ COMMERCIALE : PLUS EN NOMBRE ET EN FORME

La Commission propose de nouveaux assouplissements aux règles publicitaires. Le CSA n'a pu rejoindre certains arguments avancés pour les justifier. Ainsi en matière de placement de produit, la difficulté de contrôle pour justifier de l'assouplir est contredite par notre expérience. À l'inverse, la proposition de la Commission en matière de durée – calcul sur la journée – et d'exception complexifie le système.

L'INDÉPENDANCE DES RÉGULATEURS

Le CSA a enfin accueilli avec satisfaction la proposition de donner une base stable à la régulation indépendante des SMA. Une étroite coopération entre ces instances et avec la Commission européenne doit encore faciliter la mise en œuvre de la législation, notamment en cas de tentatives de contournement des législations nationales plus strictes ou plus détaillées.



ÉTUDE GÉNÉRATION DIGITAL NATIVES

Dans un contexte marqué par la convergence des médias audiovisuels traditionnels avec Internet, les formes de communication commerciale tendent à se redéfinir et à se diversifier. D'une part, elles gommement progressivement la distinction entre contenus éditoriaux et publicités sur laquelle reposait le cadre juridique belge et européen en matière de communication commerciale. D'autre part, elles prennent un caractère multiforme, associant des contenus audiovisuels mais aussi des contenus non audiovisuels, tels que de l'écrit ou des éléments graphiques.

COMMENT CES NOUVELLES FORMES DE COMMUNICATION COMMERCIALE SONT-ELLES PERÇUES PAR LES « DIGITAL NATIVES » ?

Cette thématique a été explorée dans une étude réalisée en partenariat avec l'UCL et portant sur la perception de la communication commerciale sur les services de médias audiovisuels linéaires (TV classique) et non linéaires (les plateformes internet) par les jeunes de 17 à 25 ans. L'étude a été coordonnée par le CSA et menée par Claude Pecheux, Professeure à l'UCL Mons et chercheuse en résidence au CSA.

Dans leur grande majorité (30/35) les répondants ne se disent plus très assidus de la télévision « classique ». Ils semblent avoir une image plus favorable de l'expérience de vision d'un programme sur le web. Ce résultat se dégage tant de l'enquête qualitative que du dispositif expérimental. Par exemple, avant d'avoir vu les extraits diffusés au cours des entretiens, une majorité de répondants (27/35) pense qu'il y a moins de publicités sur les nouvelles plateformes que sur les services linéaires.

L'étude met en exergue que, pour la majorité des enquêtés.e.s, la publicité sur les nouvelles plateformes est légitime, parce que ce mode de consommation est gratuit. Les enquêtés.e.s semblent résignés : **la publicité apparaît comme une contrepartie « normale » même s'ils ne l'ont pas choisie.**

Il ressort également des entretiens qualitatifs et de l'étude expérimentale une moins bonne identification de la communication commerciale sur les nouvelles plateformes :

→ Les entretiens semi-discursifs menés, sur la base d'extraits de vidéo ou de captures d'écran, montrent que de nombreuses publicités sont repérées par les répondants mais pas toutes.

La recherche s'est déroulée en deux phases :

- Une phase qualitative au cours de laquelle 35 entretiens semi-directifs ont été menés en face à face avec des jeunes de catégories socio-professionnelles diversifiées ;
- Une phase expérimentale où l'expérience de vision d'un même programme sur un service linéaire, d'une part, et non linéaire, d'autre part, par deux groupes d'étudiants a été testée dans un environnement contrôlé. 86 étudiants de l'UCL Mons ont été soumis à cette phase expérimentale.



Et quand elles le sont, c'est essentiellement de manière assistée grâce aux captures d'écran statiques. Quand il s'agit des extraits vidéo, certains répondants **ne voient** aucune communication commerciale.

→ De plus, il semble que l'attention des répondants soit focalisée sur le « cadre » vidéo. Une majorité des répondants (31/35) parle de la publicité précédant la vidéo mais **ne peut citer ou se rappeler** avoir vu d'autres publicités.

→ Enfin, les entretiens révèlent aussi un format de communication commerciale particulièrement problématique en termes d'identification : il s'agit des publicités qui prennent la forme d'articles. Ce format n'est **pas identifié en tant que communication commerciale** par une majorité de répondants (29/35), même lorsque le mot « publicité » figure dessus.

→ Les résultats du dispositif expérimental confirment cette difficulté d'identification. En effet, lors du visionnage en streaming du « 12 minutes », il y a **moins de rappel spontané** des publicités que lors de la vision en télévision. Ceci peut être interprété comme étant le résultat d'une moins bonne prise de conscience de la communication commerciale sur une nouvelle plateforme ; d'une difficulté à attribuer une intention persuasive à la communication commerciale sur le web où tout est enchevêtré. La communication commerciale se fond plus dans le décor sur les nouvelles plateformes et/ou l'œil s'habitue à cette présence. Cela ne signifie pas que les répondants soient moins influencés par la communication

commerciale sur les nouvelles plateformes, mais que cette influence peut se faire plus subrepticement, de manière moins consciente.

L'enquête poursuit avant tout un objectif exploratoire sur la base de l'analyse d'un échantillon restreint. Les résultats ne peuvent être généralisés à l'ensemble de la population. La recherche n'apporte donc pas de réponses définitives, elle pose des hypothèses qui demandent à être confirmées.

Ces hypothèses attirent toutefois l'attention du régulateur sur un fondement essentiel de la protection du consommateur face aux intrusions et à la force persuasive de la communication commerciale : sa capacité à l'identifier et donc à activer la vigilance appropriée.

Voir la communication commerciale

La discerner des autres contenus

Lui attribuer une intention persuasive

Cette chaîne de compréhension semblerait mise à mal sur les nouvelles plateformes.

Si l'utilisateur n'identifie pas que c'est de la communication commerciale, comment peut-il être vigilant par rapport à ce qu'il voit ? Cela soulève des questions en termes de protection du consommateur.



LA PROTECTION DES ENFANTS DE MOINS DE 3 ANS

L'ÉMERGENCE DES CHÂÎNES POUR ENFANTS DE MOINS DE 3 ANS

Suite à l'arrivée sur notre marché des chaînes destinées aux enfants de moins 3 ans, dites parfois « chaînes pour bébés », les autorités se sont inquiétées des effets sur les tout-petits d'une exposition éventuellement accrue à la télévision.

Le Conseil supérieur de promotion de la santé de la Fédération Wallonie-Bruxelles a rendu le 19 décembre 2008 un « avis sur la baby tv » qui déconseille notamment la consommation de la télévision jusqu'à l'âge d'au moins 3 ans, indépendamment du type de programmes visionnés, et invite les parents à encadrer l'usage que font leurs enfants de la télévision *« afin de prévenir les troubles du comportement, de l'attention, du sommeil, de l'alimentation et des apprentissages ainsi que les troubles tels que l'anxiété, l'agressivité, la difficulté d'identification à la souffrance de l'autre,... »*, tout en rappelant *« les bénéfices de la télévision tant pour les enfants, que pour les parents et les éducateurs (hormis les bébés) »*.

LE CONTEXTE LÉGAL

Le gouvernement de la FWB a, en conséquence, modifié le décret sur les services de médias audiovisuels pour y intégrer une double obligation à charge des distributeurs :

- Tout distributeur qui propose dans son offre un service présenté comme spécifiquement conçu pour les enfants de moins de 3 ans doit faire apparaître à l'écran, avant l'accès à ce service, un message d'avertissement sur la nocivité de la consommation télévisuelle par les enfants de moins de 3 ans ;
- Tout distributeur doit, dans toute communication qu'il effectue sur son offre de programmes, intégrer le même avertissement.



UN TRAVAIL EN CORÉGULATION

Le Collège d'avis du CSA a été chargé d'élaborer, dans un règlement, les modalités de délivrance de ces messages d'avertissement sur les différents supports de communication des distributeurs : service télévisuel, support « papier » (magazines, brochures...), support électronique (newsletter...) ou site internet.

<http://csa.be/documents/2123>

À cette occasion, le Collège a souligné, d'une part, le risque d'une banalisation du message s'il est mentionné systématiquement dans la communication globale des distributeurs, et d'autre part, le caractère contreproductif de la mesure, s'agissant d'intégrer le message d'avertissement dans la communication sur certains types de programmes en particulier (sport, adulte...).

Le règlement prévoyait une période d'évaluation du dispositif de deux années qui s'est achevée en 2016 sur les conclusions suivantes, notamment :

- Les distributeurs rappellent qu'une **communication plus ciblée** leur semblerait mieux adaptée à l'objectif poursuivi ;
- Ils soulignent les coûts engagés et revendiquent la liberté, en tant qu'acteurs économiques, d'effectuer des **choix stratégiques propres et proportionnés** à leur situation.

Par conséquent, le règlement sera considéré comme valablement appliqué dès lors que l'avertissement apparaîtra sur un support de communication de chacun des quatre types de support visés, le choix dudit support étant laissé à la libre appréciation du distributeur, pour autant que son choix puisse être justifié par des raisons **d'ordre économique, stratégique, juridique, notamment, et que soient effectivement visés les objectifs globaux de la réglementation.**



Après avoir publié des bilans sur la télévision (2010 et 2013), la radio (2011) et les nouveaux médias (2012), le CSA a consacré son nouveau rapport sectoriel aux plateformes de distribution, dont les lignes de force ont été présentées à l'occasion de son colloque « Le message, c'est la plateforme ! » le 10 mars 2016 (voir p. 39).

« L'ACCÈS AUX MÉDIAS AUDIOVISUELS - PLATEFORMES & ENJEUX »

Cette nouvelle publication décrit tout d'abord **l'offre de distribution audiovisuelle – sur plateformes « traditionnelles » et sur Internet** – disponible à ce jour en Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB). Elle définit le concept de distributeur de services de médias audiovisuels (SMA) et rappelle la réglementation qui lui est applicable, que ce soit en matière de protection du public, de composition de l'offre et de promotion de la production ou encore d'obligations à l'égard des auteurs et éditeurs de SMA.

L'équipement et les habitudes de **consommation en Belgique et plus particulièrement en FWB** sont décrits au niveau de la télévision, de la vidéo ainsi que des services sonores. Si la Belgique présente un des taux de pénétration des offres de télédistribution les plus importants en Europe (plus de 95% des foyers abonnés), elle figure également parmi les pays les plus connectés et la consommation de vidéos en ligne est l'une des activités les plus répandues (37% des belges connectés ont cet usage). Le fournisseur de contenus le plus populaire pour consommer ces vidéos est YouTube, loin devant les autres plateformes. Du côté de la consommation sonore, si le streaming est en croissance et si la popularité des plateformes va grandissant (YouTube, Spotify, Deezer), la radio reste toujours en vogue.

Le CSA met l'accent sur les **modèles** économiques de la distribution des médias audiovisuels, bouleversés et repensés en fonction des évolutions de la technologie et des habitudes du consommateur. Ces évolutions se caractérisent par l'avènement des marchés dits multi-faces qui remettent en question la chaîne de valeur traditionnelle. Après avoir abordé les questions liées à l'accès aux réseaux de Proximus et des distributeurs par câble, le CSA montre en quoi la **neutralité du net**, qui vise à garantir des modalités équitables d'accès aux contenus, concerne de manière concrète le secteur audiovisuel. Enfin la RTBF a été interrogée sur son expérience en matière d'accès aux plateformes Internet et le développement de services et applications propres.

Au regard de la protection du consommateur et du public, le CSA montre comment le champ actuel de la régulation, de même que certaines règles applicables aux éditeurs et distributeurs de SMA, sont mis à l'épreuve par **ce monde audiovisuel convergent**, confrontés à un nouvel environnement technologique et concurrentiel. Dans ce contexte, cette publication intervenait de manière très opportune par rapport au calendrier de la révision de diverses législations européennes, dont la directive SMA (voir. p. 26).

Rendre le contenu accessible et visible au plus grand nombre est l'objet même de l'activité audiovisuelle. Le CSA montre que l'accès aux contenus d'intérêt public est un enjeu central de la régulation (*must-carry, must be found*). Les **algorithmes et systèmes de recommandation** utilisés par les télédiffuseurs ainsi que les plateformes Internet suscitent des questionnements au regard de divers enjeux de politique publique, mais aussi au regard de l'interprétation du concept de la **responsabilité éditoriale comme l'un des critères de définition du service de médias audiovisuels**.

Différentes **cartes blanches « Opinions »** provenant des plateformes Internet elles-mêmes – Google/YouTube (Thierry Geerts), Samsung (Piet Sonck) ou Deezer (Fabrizio Gentile) – permettent de prendre en compte les avis de l'industrie sur ces questions. Proximus (Stéphanie Röckmann dans « face à face » avec Netflix), Be TV/VOO (Daniel Weekers), la RTBF (Fabrice Massin), la SACD (Frédéric Young), l'UER (Anne-Catherine Berg) et Nostalgie (Joël Habay) partagent également leur point de vue sur l'évolution du secteur. Des acteurs institutionnels comme le Centre du cinéma et de l'audiovisuel (Jeanne Brunfaut) ou la NICAM néerlandaise (Tiffany Van Stormbroek) complètent le tableau.

www.csa.be/documents/2590



PLAN TV : PLACE AUX ACTEURS DE TERRAIN

Le CSA a poursuivi son engagement dans le soutien à la création audiovisuelle indépendante en Fédération Wallonie-Bruxelles. Depuis le 1^{er} janvier 2016, son initiative Plan TV se développe au sein d'un partenariat avec mediarte.be, screen.brussels et TWIST.



mediarte.be
THE MAKING OF YOU



À l'image du secteur audiovisuel qu'il soutient, le Plan TV s'adapte en continu aux nouveaux développements technologiques et créatifs. D'un soutien spécifique à la production de formats TV de flux (sorte de chaînon manquant dans l'industrie audiovisuelle belge francophone), l'initiative s'est progressivement élargie aux formats de stock (séries), avant de s'ouvrir aux nouveaux types de créations actuelles : transmédia, réalité virtuelle...

Depuis ses débuts en 2014, à l'initiative du CSA et du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, avec le soutien de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le Plan TV tient les producteurs francophones informés des tendances et opportunités du marché international des formats. Au départ, l'initiative était déclinée en quatre volets : newsletters, rencontres professionnelles, formation et soutien à la production.

Le succès du Plan TV a permis de fédérer plusieurs acteurs de terrain : screen.brussels, TWIST et mediarte.be sont dorénavant partenaires de l'initiative. Cette collaboration inédite pérennise, jusque fin 2017 au moins, l'organisation de workshops et la publication de la newsletter.

Quant au volet « soutien à la production », il fait désormais l'objet d'un suivi par les systèmes publics d'aides à la production, tant en Wallonie qu'à Bruxelles : des budgets annuels sont proposés pour soutenir le développement de formats de flux (talk-shows, jeux télévisés, magazines, etc.).



Signature du partenariat entre screen.brussels, mediarte.be, Twist et le CSA le 27 avril 2016.

Outre les initiatives créatives décrites ci-dessus, le CSA continue d'œuvrer pour le développement, au sein de l'Europe, d'un secteur télévisuel belge francophone fort et fédérateur. Le régulateur s'engage également dans plusieurs combats afin de garantir une concurrence saine et stimulante sur notre marché.



LE PLAN TV EN 2016

1° les workshops



→ Créations connectées

27 avril 2016

100 participants

Intervenants : Darewin, M6, Melberries et Mixicom
Modération : Dan Gagnon

Sujets : social TV, déclinaison 360 des formats, fonctionnement des réseaux multi chaînes actifs sur YouTube.

→ Transmédia

28 septembre 2016

80 participants

Intervenants : France Télévisions, RTBF
Interactive, Potemkino, Instants Productions

Modération : Florence Hainaut

Sujets : focus sur les projets transmédia belges, stratégie

2° les newsletters

→ Nombre d'éditions : 10.

→ Lectorat : producteurs, éditeurs, journalistes, académiques

→ Nombre d'abonnés : 350 abonnés.

→ Taux moyen d'ouverture : 50 %.

→ Le contenu proposé se décline principalement en deux catégories :

- interviews exclusives de professionnels reconnus comme Caroline Mestik (Gulli) - les formats jeunesse, François Fripiat (Sonicville) - la réalité augmentée, Lydie Fenech (Pôle Média Grand Paris) - l'audiovisuel multi écrans ou Jurre Pannekeet (Newzoo) - les potentiels du e-sport.
- revue de presse numérique décomposée en rubriques : format à la une, opportunités d'affaires, actus en FWB...



plantv.be

PLAN TV 2016





COLLABORATIONS, PARTENARIATS ET ÉVÈNEMENTS

En tant que régulateur d'un secteur audiovisuel internationalisé, le CSA participe activement aux débats sur les questions posées aux niveaux européen et international, ainsi qu'au suivi de la réglementation européenne dans le domaine audiovisuel.

Le CSA s'investit aussi dans de nouvelles collaborations bilatérales et renforce ses partenariats en Belgique et à l'étranger avec des organismes institutionnels et académiques.





CONFÉRENCE DES RÉGULATEURS DU SECTEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES (CRC)



Jusqu'en septembre 2016, le CSA – représenté par Dominique Vosters, Bernardo Herman, François-Xavier Blanpain (remplacé par Bernadette Wynants à partir du 20/09/2016), Julien Jost et Samy Carere – a assuré la présidence de la Conférence des Régulateurs du secteur des Communications électroniques (CRC), qui lui revenait pour une durée d'un an. Il en assure depuis lors le secrétariat. Tout au long de l'année, la collaboration active avec le Vlaamse regulator voor de media (VRM), le Medienrat et l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT) s'est donc poursuivie. Elle a principalement porté sur la mise en œuvre des décisions prises par la CRC en 2013, en particulier sur la révision des tarifs pour l'accès aux réseaux des câblo-opérateurs, ainsi que sur la préparation d'une nouvelle analyse de marché.

→ Voir l'article consacré à l'approbation définitive des tarifs révisés dans la rubrique Focus (lire p.10).



Le CSA a en outre été consulté par l'IBPT sur huit autres projets de décisions en 2016, dont celle concernant les tarifs de gros pour les services de terminaison d'appel sur le réseau téléphonique public en position déterminée (fixe), adoptée par l'IBPT le 25 août 2016. Cette décision vise à réduire les tarifs de terminaison (que l'opérateur de la personne appelée facture à celui de la personne qui appelle pour « terminer » cet appel) sur les réseaux fixes, fixés à 0,092 eurocent/min à partir du 1^{er} novembre 2016.

CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE (CDJ)



Le décret du 30 avril 2009, qui instaure le Conseil de déontologie journalistique (CDJ), fixe également les principales modalités des relations entre cette instance autorégulatoire et le CSA. Les principes de procédure du traitement conjoint des plaintes sont définis par le législateur. Cette procédure s'applique dès lors qu'une plainte concerne potentiellement une disposition de nature déontologique, traitée par le CDJ, et une disposition décrétaie, traitée par le CSA. Geneviève Thiry, est responsable des relations avec le CDJ et des différents travaux.

Les deux instances sont invitées à réfléchir ensemble sur des questions de société générales ayant trait à la déontologie, notamment dans le cadre de l'évolution des pratiques médiatiques. En 2016, ce fut le cas pour l'élaboration de la recommandation pour aider à l'identification des programmes d'information (lire p. 13).

Elles se rencontrent obligatoirement deux fois par an afin de faire le point sur leur collaboration.

Enfin, CSA et CDJ publient un rapport annuel commun synthétisant l'état de leurs relations et le suivi des plaintes ayant connu un traitement conjoint ou ayant été transmise au CDJ par le CSA lorsqu'elles portaient uniquement sur un aspect déontologique.

www.csa.be/documents/categorie/38

EUROPEAN REGULATORS GROUP FOR AUDIOVISUAL MEDIA SERVICES (ERGA)



Le Groupe européen des régulateurs des services de médias audiovisuels, qui réunit les autorités des 28 États Membres de l'Union Européenne a poursuivi en 2016 sa mission de conseil à la Commission européenne sur la réforme de la directive sur les services de médias audiovisuels.

Après les rapports sur la protection des mineurs, l'indépendance des régulateurs et la compétence matérielle, le CSA et ses équipes se sont particulièrement investies dans les travaux de l'ERGA sur la compétence territoriale, en vue de la révision de directive SMA. Les recommandations de solutions pérennes pour contrer toutes les formes de contournement de juridiction sont largement partagées par de nombreux régulateurs et figuraient au cœur de ces travaux.

En septembre 2016, l'ERGA adoptait une Opinion portant cette fois sur l'ensemble du texte de la proposition de directive de révision déposé par la Commission.

Durant le second semestre, l'ERGA a lancé de nouveaux travaux sur le partage des bonnes pratiques de régulation, la protection des mineurs sur les nouvelles plateformes, la co- et l'autorégulation auxquels prennent part activement différents conseillers du CSA.

www.csa.be/documents/2610
www.csa.be/documents/2640



EUROPEAN PLATFORM OF REGULATORY AUTHORITIES (EPRA)



En 2016, l'EPRA, la European Platform of Regulatory Authorities, organisait son assemblée générale de printemps du 25 au 27 mai à Barcelone, celle de l'automne du 19 au 21 octobre à Yerevan. Dans le cadre d'un groupe de travail consacré aux plateformes audiovisuelles, Bernardo Herman, Directeur général, a présenté le Rapport sur l'Accès aux médias audiovisuels, Plateformes et enjeux que le CSA a publié en avril 2016.

Ce rapport identifie le rôle clé que les plateformes internet occupent dans la chaîne de valeur et la distribution des services de médias audiovisuels. Il propose des pistes de solutions afin d'harmoniser les règles applicables aux services entrant en concurrence pour une même audience et par conséquent sur un même marché publicitaire.

Une proposition phare du CSA consiste à créer dans la directive SMA une nouvelle catégorie de sujets de droit, couvrant les plateformes audiovisuelles voire les agrégateurs de contenus audiovisuels, catégorie à laquelle un ensemble de règles en matière d'accès, de « trouvabilité » (findability) et de promotion d'œuvres européennes notamment pourrait être appliqué.

Cette proposition entre en résonance avec d'autres régimes applicables aux distributeurs en France et en Allemagne.

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL - FRANCE (CSA)

Le 27 septembre, Bernardo Herman, Directeur général, a participé à une table-ronde intitulée « Audiovisuel et numérique en Europe : quelles perspectives ? » que le CSA français organisait à l'occasion des Rencontres du Conseil sur le thème des plateformes et données. À l'invitation de Nathalie Sonnac, Membre du Conseil, il a évalué la proposition de révision de la directive sur les services de médias audiovisuels portée par la Commission européenne.

Le Directeur général à la rencontre du CSA français du 27 septembre 2016.



À ce propos, il a regretté que la Commission n'ait pas été suffisamment loin dans ses propositions de régulation des plateformes de partage de vidéo comme YouTube. Compte tenu des transferts de valeur dont ces plateformes bénéficient via une captation de la manne publicitaire, sans participer à l'effort de création culturelle, il a invité la Commission à être plus ambitieuse en définissant le seuil à partir duquel ces nouvelles entreprises seront invitées à respecter les règles du jeu comme les autres.

RÉSEAU DES COMPÉTENCES ÉLECTORALES FRANCOPHONES (RECEF)



Du 23 au 25 mai 2016, le Réseau des compétences électorales francophones (le réseau de l'OIF regroupant les autorités en charge de l'organisation des élections) a tenu son 4^{ème} Séminaire international d'échanges à Tunis. Consacré au thème « Une communication efficace pour des élections réussies » Ce séminaire a été l'occasion pour le Président du CSA, Dominique Vosters, de présenter les règles francophones belges d'encadrement de la publicité pour les partis en période électorale.

HAUTE AUTORITÉ INDÉPENDANTE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE (HAICA)



Dans le cadre d'un projet de coopération internationale entre la Tunisie et la Fédération Wallonie-Bruxelles soutenu par Wallonie-Bruxelles International, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel – représenté par Joëlle Desterbecq – réalise en partenariat avec la Haute Autorité Indépendante de la Communication audiovisuelle (HAICA) une recherche relative à la place et à la représentation des femmes dans les médias audiovisuels belges et tunisiens. Il s'agit d'une étude comparée des législations, des

recherches, des outils et actions belges et tunisiens y afférant, destinée à favoriser les échanges d'expériences et à identifier les pratiques réglementaires permettant d'améliorer la représentation des femmes à l'écran. À cette occasion, quatre représentant.e.s de l'HAICA se sont rendu.e.s en Belgique du 20 au 24 novembre 2016 pour finaliser la méthodologie de cette recherche avec le CSA et échanger avec les acteurs belges de l'égalité et de la diversité (médias, institutionnels, société civile). Une publication commune des résultats de la recherche et une journée d'étude sont prévues pour 2017.

SALON DE LA RADIO/RADIODAYS



Du 31 janvier au 2 février 2016, s'est tenu le salon de la Radio à Paris qui mettait à l'honneur les radios belges pour cette édition. Invité par les organisateurs, le CSA a pu apporter son éclairage sur le secteur. Le Président, Dominique Vosters, a ouvert le débat entre les différents groupes radiophoniques de la Fédération Wallonie-Bruxelles et Cédric Mauer, assistant à l'unité Radio, a introduit le débat consacré aux radios indépendantes.

Nele Smets, responsable de l'unité radio s'est rendue au salon « Radiodays Europe 2016 » qui se tenait à Paris du 13 au 15 mars 2016. Le « Radiodays » est une grande rencontre réunissant quelque 1300 participants venus d'une soixantaine de pays. Cet événement propose de nombreuses conférences et rassemble autant les radios de service public que les radios privées et commerciales.



EXPERTALIA



L'Association des journalistes professionnels (AJP) a mis au point « Expertalia », une base de données numérique qui répertorie, d'une part, des femmes expertes et, d'autre part, des experts hommes et femmes issus de la diversité d'origine. Destinée aux journalistes, cette initiative a pour ambition de rendre visible d'autres personnes dans le champ médiatique en diversifiant le visage des experts. Elle prend appui sur les constats réalisés par l'AJP et le CSA dans leurs Baromètres respectifs. « Expertalia » a été présentée au public le 28 octobre 2016.



La conseillère Joëlle Desterbecq à la conférence de lancement Expertalia.

Joëlle Desterbecq a pris part aux réunions du comité d'accompagnement de l'AJP et a proposé une communication sur « le rôle médiatique d'expert dans les Baromètres de 2011 à 2013 » au cours de la conférence du 28 octobre.

expertalia.be

SEMAINE DU NUMÉRIQUE

Entre le 10 et le 21 octobre 2016, le CSA a profité de la visibilité de la « Semaine du Numérique » pour présenter au grand public son outil en ligne.

Ce site permet aux citoyen.ne.s d'obtenir une série d'informations concernant les nouveaux usages qu'offre le numérique en télévision et en radio.



Le conseiller Tony McDowell à Evolutic.

En collaboration avec le Service communication du CSA, une campagne composée de plusieurs vidéos en format court a été lancée sur les réseaux sociaux à partir du 10 octobre. La campagne avait pour objectif de mettre en avant certaines thématiques du site internet du CSA consacré au numérique et d'inviter les internautes à le consulter. Les vidéos ont obtenu au total plus de 15.000 lectures sur l'ensemble de la campagne.

Dans la foulée de la Semaine du numérique, Tony McDowell et François Massoz-Fouillien ont également participé au Salon Evolutic de Namur le 28 octobre. Un stand était réservé au CSA pour présenter le site internet lenumeriquepourtous.csa.be et des ateliers ont été organisés pour aider le public à s'appropriier l'outil en ligne.

lenumeriquepourtous.csa.be



UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE POUR ENVISAGER LE DEVENIR DE LA RÉGULATION FACE AUX ENJEUX FUTURS DU MARCHÉ

MIP



Le MIPCOM est un marché international qui rassemble les industries de l'audiovisuel au sens large : contenu, technologie, droit d'auteurs.... Durant quatre jours, en parallèle de nombreux forums et conférences, les créateurs et les acquéreurs du monde entier se rencontrent, échangent et négocient.

Le CSA participe depuis plusieurs années à ce rassemblement. L'occasion de rester connecté aux tendances du marché – dans un objectif de prospective et d'évolution de la régulation face aux réalités du secteur – et de repérer des thématiques susceptibles d'alimenter le projet Plan TV (voir pp. 32-33).

Lors de l'édition 2016, Manon Letouche, conseillère à l'unité TV présente sur place, a notamment retenu :

- l'évolution de la régulation européenne de l'audiovisuel, notamment l'impact potentiel du Brexit sur la distribution des contenus ;
- les innovations en matière de formats, notamment l'impact des nouvelles technologies sur la création audiovisuelle ;
- les dernières études internationales quant à l'évolution de la chaîne de valeur et les changements dans la consommation ;
- les grandes tendances de contenu.





ACTIVITÉ DÉCISIONNELLE

Le Collège d'autorisation et de contrôle (« CAC ») est le principal organe de régulation du CSA. Il est composé des quatre membres du Bureau (le président et les trois vice-président-e-s) ainsi que de six autres membres, dont trois sont désignés par le Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (« FWB ») et trois par le Gouvernement de la FWB.

Le CAC exerce principalement deux types de compétences : il autorise ou prend acte des déclarations des éditeurs de services, et il contrôle les différents acteurs de l'audiovisuel en FWB. Ce dernier pouvoir est assorti de celui de sanctionner l'éditeur de services, le distributeur de services ou l'opérateur de réseau en cas de manquement à leurs obligations légales ou conventionnelles. Il peut enfin prendre des recommandations de portée générale ou particulière.



AVIS RELATIFS AU CONTRÔLE ANNUEL

Le Collège d'autorisation et de contrôle (« CAC ») rend, au moins une fois par an, un avis sur le respect des obligations légales et conventionnelles des éditeurs privés et publics, ainsi que des distributeurs de services. De manière à rendre compte de façon transversale et avec une mise en perspective du contenu de ces différents avis, il adopte également une « synthèse » pour chaque grand secteur.

csa.be/organes/cac

LE CONTRÔLE DES ÉDITEURS PRIVÉS DE TÉLÉVISION LINÉAIRE

En 2016, le CAC a rendu des avis sur la réalisation, pour l'exercice 2015, des obligations de **4 éditeurs privés de télévision linéaire**.

csa.be/documents/2632

LE CONTRÔLE DES ÉDITEURS PRIVÉS DE SERVICES SUR NOUVELLES PLATEFORMES ET SERVICES À LA DEMANDE

En 2016, le CAC n'a exceptionnellement pas rendu d'avis sur la réalisation, pour l'exercice 2015, des obligations des **éditeurs privés de services sur nouvelles plateformes et services à la demande**.

Face à un contexte de transition, au sein de ses services administratifs, dans la direction de l'unité « nouvelles plateformes », il a en effet fait le choix, pour cette année, de plutôt repenser la manière dont ces services sont contrôlés afin d'adopter, pour l'exercice suivant, une méthode de contrôle révisée et plus adaptée à la spécificité de ce secteur.

Pour un éditeur, cependant, le CAC a adopté un avis minimal concernant la mise en œuvre de son obligation de contribution à la production. Il s'agissait en effet du seul éditeur privé de service à la demande qui, pour l'exercice 2015, atteignait à ce titre le chiffre d'affaires éligible pour une contribution.

csa.be/documents/2677

LE CONTRÔLE DES ÉDITEURS PRIVÉS DE RADIO

En 2016, le CAC a rendu des avis sur la réalisation, pour l'exercice 2015, des obligations de **84 éditeurs privés de radio, soit 74 radios indépendantes et 10 radios en réseau**.

Ces obligations portent sur la transmission d'un rapport annuel 2015 des radios privées indépendantes et en réseaux, qui met en exergue la diversité économique et culturelle de la radio au sein de notre paysage médiatique.

La synthèse fait notamment état de la situation globale du secteur radiophonique sur les aspects suivants :

- économiques (chiffre d'affaires et revenus publicitaires, contributions au Fond d'Aide à la Création Radiophonique) ;
- emplois et bénévolat ;
- information ;
- promotion culturelle ;
- production propre ;
- langue parlée hors musiques pré-enregistrées ;
- quotas de diffusion d'œuvres chantées en français et d'œuvres issues de la Communauté française.

À l'issue de ce contrôle annuel, le CSA a constaté certains manquements et retenu des griefs à l'encontre de quelques éditeurs :

- Fun radio : engagements en matière de quotas de diffusion d'œuvres chantées en français ;
- BX FM : engagement à diffuser des programmes en relation avec sa thématique européenne ;
- Meuse Radio : engagements en matière de promotion culturelle ;
- Phare FM : défaut d'adhésion à l'AADJ ;
- Radio Beloeil : défaut d'adhésion à l'AADJ et non-remise de rapport annuel complet ;
- Radio Italia : engagements en matière de production propre et d'usage de la langue française ;
- Radio Plein Sud : non-remise de pige et de conduite d'antenne.

csa.be/documents/2614

csa.be/documents/2615

LE CONTRÔLE DE LA RTBF

En 2016, le CAC a remis un avis sur la réalisation, par la RTBF, de ses obligations découlant du contrat de gestion pour l'exercice 2015. Cet avis se fonde sur le rapport d'activités que la RTBF établit annuellement et sur le respect des articles 9, 20, 37, 40, 42, 44, et 46 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (« décret SMA »). Ce contrôle évalue les missions générales de l'entreprise, puis analyse les obligations particulières qui lui incombent. Ce contrôle est le quatrième suite à l'entrée en vigueur du quatrième contrat de gestion liant la RTBF et le Gouvernement de la FWB pour la période 2013-2017.

En ce qui concerne les missions générales, **la RTBF a respecté ses missions en matière d'offre de programmes ainsi qu'en matière de respect des principes légaux, éthiques et déontologiques.**

Quant à ses missions spécifiques, **la RTBF, pour l'exercice 2015, a concrétisé la plupart des obligations spécifiques qui lui sont confiées par le contrat de gestion**, notamment : la production propre, les investissements à consentir dans la production indépendante et dans le Fonds d'aide à la création radiophonique, les quotas de diffusion, la mise en valeur des œuvres européennes, ainsi que ses missions d'information, de culture, d'éducation permanente et de collaborations. La RTBF a également respecté les délais de remise de son rapport annuel et a répondu promptement aux questions et demandes de compléments dans le cadre de l'élaboration de l'avis annuel.

À l'issue du contrôle, le CAC a toutefois constaté que la RTBF n'avait pas satisfait à son obligation de diffuser des programmes à destination des adolescents et à la production desquels ils sont associés. Il lui a dès lors notifié un grief en ce sens.

En outre, dans la perspective du prochain contrôle, le CAC sera attentif à l'évolution des points suivants :

- l'implication de l'éditeur dans la mise en place de synergies avec chaque télévision locale de service public ;

- les modalités selon lesquelles la RTBF met ses infrastructures de production à disposition des créateurs de la communauté française;
- la poursuite de la réflexion autour de la mise en place d'une plateforme numérique de mise à disposition de ressources pédagogiques tirées des archives de la RTBF.

csa.be/documents/2679

LE CONTRÔLE DES TÉLÉVISIONS LOCALES

En 2016, le CAC a rendu ses avis relatifs à la concrétisation, par les **12 télévisions locales**, de leurs obligations pour l'exercice 2015. Les conclusions de ce contrôle annuel attestent du **dynamisme avec lequel le secteur rencontre les missions de service public qui lui sont confiées.**

La synthèse transversale propose à la fois un panorama des enjeux de régulation, mais aussi des données contextuelles relatives au secteur.

Pour rappel, les missions de service public des télévisions locales se rapportent notamment à leur programmation (information, développement culturel, éducation permanente, participation citoyenne), à leur volume de production (production propre, coproductions, échanges), à l'intensité des synergies avec la RTBF, et à leur fonctionnement (composition des conseils d'administration).

csa.be/documents/2674

LE CONTRÔLE DES DISTRIBUTEURS DE SERVICES DE RADIODIFFUSION

Au tout début de l'année 2017, le CAC a rendu ses avis sur la réalisation, pour les exercices 2014 et 2015, des obligations de **6 distributeurs de services.**

csa.be/documents/2682

CONTRÔLE ANNUEL



DÉCISIONS ET SANCTIONS

En tant qu'instance décisionnelle du CSA, le CAC constate toute violation aux lois, règlements et conventions en matière audiovisuelle. En cas d'infraction, il peut prononcer une sanction administrative allant de l'avertissement au retrait de l'autorisation (radio FM) ou à la suspension de la distribution d'un service linéaire ou non linéaire, en passant par la diffusion d'un communiqué qui relate l'infraction, et l'amende.

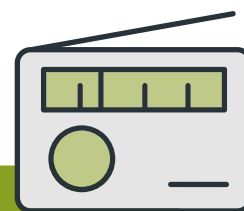
**EN 2016,
LE CAC
A PRONONCÉ
22 DÉCISIONS.**

22

Parmi elles, deux retraits d'autorisation, à chaque fois prononcés par défaut, et dont l'un a été commué en avertissement après opposition de l'éditeur. Dans un cas, une suspension d'autorisation pour trois mois a été prononcée sous réserve du redressement de sa situation par l'éditeur, redressement qui n'a pas eu lieu avec pour conséquence l'exécution de la sanction. Dans un cas, une amende avait été infligée sous réserve de la réalisation par l'éditeur d'un certain nombre de conditions. Considérant qu'elles n'avaient pas été remplies, le CAC avait confirmé cette amende mais il l'a cependant retirée en 2017 (à ce jour, le CAC doit encore se prononcer définitivement sur ce dossier). Un avertissement a été adressé dans cinq dossiers. Dans quatre dossiers, le CAC a considéré le grief notifié comme établi mais a néanmoins jugé inopportun de sanctionner l'éditeur. Dans trois cas, il a constaté que le grief, bien qu'établi lors de sa notification, ne l'était plus au moment de sa décision et a dès lors également jugé inopportun de prononcer une sanction.

Par ailleurs, le CAC a autorisé une révision d'engagements en matière d'information, un changement de nom, et a accordé le statut de radio associative et d'expression à deux radios.

RADIOS



MODIFICATIONS DE SERVICES

Les éditeurs de radios peuvent demander au CAC de revoir les engagements qu'ils avaient pris dans leur dossier de candidature à l'appel d'offres pour l'obtention d'une radiofréquence en FM. D'autres changements plus mineurs peuvent également être apportés aux caractéristiques des radios FM.

MODIFICATION DES ENGAGEMENTS EN MATIÈRE D'INFORMATION

La législation n'impose à aucune catégorie de radio privée de diffuser de l'information. Toutefois, celles qui se sont engagées à en diffuser dans leur dossier de candidature et qui ont donc notamment obtenu leur autorisation sur cette base, se doivent de respecter leurs engagements en la matière, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif.

→ 28 AVRIL

DH Radio (réseau « U2 »)

csa.be/documents/2600

Le CSA a décidé d'autoriser l'éditeur Twizz Radio SA à revoir à la baisse (de 29 heures à 10 heures 20 par semaine) le volume de programmes d'information qu'il s'était engagé à diffuser.

En contrepartie, l'éditeur est tenu de diffuser de l'information locale en décrochage, de soutenir les artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles via diverses mesures et d'adopter une programmation musicale s'adressant aux jeunes adultes, récente, comportant des découvertes et garantissant une certaine diversité de la programmation.

CHANGEMENT DE NOM

Pour changer de nom d'antenne, les services radiophoniques doivent obtenir l'accord du CAC qui s'assure que le nouveau nom n'est pas susceptible d'introduire une confusion auprès du public avec un autre service existant.

→ 15 SEPTEMBRE

Panach FM devient Air FM (SERAING 101.8 MHz)

csa.be/documents/2631

**DÉCISIONS
ET SANCTIONS**

CONTRÔLE ANNUEL

Annuellement, le CSA effectue un contrôle du respect, par les radios privées autorisées en FM, de leurs obligations légales et des engagements qu'elles ont pris dans leur dossier de candidature à l'appel d'offres. Si un manquement est constaté, le CAC peut prononcer une sanction administrative.

→ 25 FÉVRIER

Meuse Radio (HERSTAL 107.0 MHz)

csa.be/documents/2588

À l'issue du contrôle annuel 2014, le CSA a adressé un avertissement à l'ASBL Radio Charlemagn'rie Herstal, éditeur de Meuse Radio, pour non-respect de son engagement pris dans le cadre de l'article 53, §2, 1°, a) du décret SMA relatif à l'obligation de veiller à la promotion culturelle, notamment par la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio.

En effet, l'éditeur s'était engagé, dans son dossier de candidature à l'appel d'offres ayant donné lieu à son autorisation, à diffuser environ 10 heures par semaine de promotion culturelle.

Or, même si l'éditeur a accompli certains efforts par rapport à l'exercice précédent, en diffusant non seulement de courtes séquences de promotion culturelle dans l'émission « Les bons plans », mais également l'émission hebdomadaire de 3 heures « Place des artistes » pouvant entièrement être comptabilisée dans la promotion culturelle, il se trouvait encore largement en-deçà de son engagement initial.

En conséquence, le CAC a adressé un avertissement à l'ASBL Radio Charlemagn'rie Herstal et l'a exhortée, pour le mois d'octobre, soit à respecter son engagement, soit à solliciter une révision de celui-ci.

Radio Italia (GOUTROUX 105.2 MHz)

csa.be/documents/2587

À l'issue du contrôle annuel 2014, l'ASBL Studio Tre, éditrice de Radio Italia, a été sanctionnée. Considérant que, pour la quatrième année consécutive, l'éditeur ne respectait pas les conditions de sa dérogation à l'usage de la langue française, le Collège d'autorisation et de contrôle a procédé à la suspension pour trois mois de son titre d'autorisation. Toutefois, afin de laisser une dernière chance à l'éditeur de démontrer qu'il était disposé à accomplir des démarches concrètes

pour augmenter sa proportion de programmes diffusés en langue française et atteindre les 50 % imposés dans sa dérogation, le Collège a suspendu l'exécution de cette sanction jusqu'au 1^{er} juin 2016 et décidé qu'elle ne serait pas appliquée si, pour le 15 avril 2016, l'éditeur rencontrait son obligation comme annoncé, et en pérennisait son exécution. Ceci devait être vérifié au moyen d'un monitoring de ses programmes, qui a été présenté au Collège en juillet et a donné lieu à une décision du 8 septembre (voir *infra*).

Pacifique FM (TOURNAI 95.1 MHz)

csa.be/documents/2586

À l'issue du contrôle annuel 2014, un avertissement a été adressé à l'ASBL Magic Harmony, éditeur du service Pacifique FM. L'éditeur n'avait fourni aucune explication quant à la communication tardive de son rapport d'activités et de ses bilans et comptes annuels. Considérant toutefois qu'il avait fini – bien que tardivement – par les transmettre au CSA, le Collège a estimé faire une juste appréciation de l'article 159 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels en adressant à l'ASBL Magic Harmony un avertissement.

Mixt (OUGREE 106.4 MHz)

csa.be/documents/2585

À la suite du contrôle annuel 2014, le CAC a décidé de retirer le titre d'autorisation attribué à l'ASBL Nova MJ, éditrice du service Mixt. L'éditeur avait fait défaut à son audition et n'avait fourni aucune explication quant à la non-remise de son rapport d'activités et de ses bilans et comptes annuels. Face à cette situation, le Collège ne pouvait que constater une rupture totale des relations entre éditeur et régulateur. Par la suite, le Collège a néanmoins réformé sa décision après une opposition de l'éditeur (voir *infra*).

Fun Radio (réseau « U1 »)

csa.be/documents/2584

À la suite du contrôle annuel 2014, un avertissement a été adressé à la SCRL FM Développement, éditrice du service Fun Radio. Le CAC a constaté que Fun Radio n'avait pas respecté, à concurrence de près de 5%, son engagement en matière de diffusion d'œuvres musicales de langue française. Le Collège a également précisé qu'il serait particulièrement attentif, lors du prochain contrôle annuel, au respect, par l'éditeur de son quota de musique chantée en français.



RADIOS

→ 14 AVRIL

DH Radio (réseau « U2 »)

csa.be/documents/2601

À l'issue du contrôle annuel 2014 et d'une instruction concomitante, le CAC a notifié à la SA Twizz Radio, editrice du service DH Radio, les griefs de non-respect de ses engagements en matière d'information et de promotion culturelle.

Tout en admettant que les obstacles rencontrés par l'éditeur depuis son autorisation avaient pu avoir une incidence non négligeable sur sa capacité à tenir ses engagements, le Collège a relevé qu'il ne pouvait cependant pas le délivrer de ses obligations mais uniquement autoriser une évolution de celles-ci, dans le respect du décret et de l'égalité de traitement entre les participants à l'appel d'offres ayant donné lieu à son autorisation.

Aussi, considérant l'importance des manquements, la persistance de ceux-ci depuis plus de trois ans, l'incapacité de l'éditeur à présenter, jusqu'au jour de la décision, des propositions acceptables pour y remédier, et ce malgré l'attitude conciliante du CSA, considérant la rupture d'égalité que ces manquements sont susceptibles d'entraîner avec les concurrents de l'éditeur à l'appel d'offres de 2008 ainsi qu'avec ses concurrents actuels sur le marché radiophonique, considérant enfin, qu'en application du principe de proportionnalité et eu égard aux finalités de la régulation, le Collège ne peut prononcer une sanction qui compromettrait déraisonnablement la possibilité, pour l'éditeur, de se conformer à ses engagements, le cas échéant, révisés et autorisés par le CSA, le Collège a estimé juste d'infliger à l'éditeur une amende au taux maximum autorisé par le décret, c'est-à-dire correspondant à 3 % de son chiffre d'affaires annuel hors taxes, soit 11.500 €.

Toutefois, considérant la volonté affichée par l'éditeur de respecter des engagements révisés et approuvés par le Collège et afin de laisser à l'éditeur la possibilité de démontrer qu'il en est capable, le Collège a suspendu l'exécution de cette sanction et décidé qu'elle ne serait appliquée que si trois conditions n'étaient pas remplies, à savoir :

- introduire une demande de révision d'engagements complète ;
- en cas d'acceptation par le Collège, mettre en œuvre les changements annoncés à bref délai ;
- respecter ses nouveaux engagements (à vérifier par deux monitorings successifs).

Le Collège a statué sur la réalisation de ces conditions dans une décision du 8 septembre 2016 (voir *infra*).

Mixt (OUGREE 106.4 MHz)

csa.be/documents/2599

Sur opposition de l'éditeur, le CAC a réformé sa décision rendue par défaut le 25 février et lui retirant son autorisation.

Considérant que l'éditeur avait déposé son rapport annuel pour l'exercice 2015 et avait mis fin à son mutisme vis-à-vis du CSA et démontré que la radio était toujours opérationnelle et redevenait un interlocuteur actif du régulateur, le Collège a commué sa sanction en avertissement.

→ 8 SEPTEMBRE

DH Radio (réseau « U2 »)

csa.be/documents/2630

À la suite de sa décision du 14 avril, le Collège est revenu sur le cas de DH Radio pour qui le respect de certaines conditions devait être vérifié.

Après la réalisation de monitorings par des agents assermentés du CSA, le CAC a dû constater que les nouveaux engagements révisés de l'éditeur n'étaient pas respectés. Ce dernier a dès lors automatiquement perdu le bénéfice de la suspension de sa sanction et le Collège a décidé que la sanction prononcée le 14 avril serait exécutée.

Il faut cependant noter que cette décision du Collège a été retirée le 19 janvier 2017 et qu'à ce jour, le CAC doit encore se prononcer définitivement sur ce dossier.

Radio Italia (GOUTROUX 105.2 MHz)

csa.be/documents/2629

Dans cette décision, le Collège devait également vérifier la mise en œuvre, par l'éditeur, d'efforts nécessaires au maintien de la suspension d'une sanction de suspension de son autorisation pour trois mois, qui avait été décidée le 25 février.

Mais après la réalisation d'un monitoring par des agents assermentés du CSA, le CAC a dû constater que l'éditeur ne respectait toujours pas son obligation de diffuser au minimum 50 % de ses programmes en langue française. Ce dernier a dès lors automatiquement perdu le bénéfice de la suspension de sa sanction et le Collège a décidé que celle-ci serait exécutée.

➡ 13 OCTOBRE

**Radio Plein Sud
(STOCKAY-SAINT-GEORGES 106.8 MHz)**csa.be/documents/2636

À l'issue du contrôle annuel 2015, un grief avait été notifié à l'ASBL Station Plein Sud, éditrice du service Radio Plein Sud, qui n'avait pas remis les conduites d'antenne et échantillons demandés dans le cadre du contrôle. L'éditeur ne s'est pas présenté à son audition mais a, quelques jours avant, fait parvenir au CSA les échantillons demandés.

Aussi, tout en insistant auprès de l'éditeur sur l'importance de respecter ses obligations administratives, qui sont nécessaires pour assurer un contrôle effectif et égalitaire de l'ensemble des acteurs du paysage radiophonique, le Collège a estimé que la régulation avait atteint ses objectifs et qu'il était inopportun de prononcer une sanction.

Radio Beloeil (QUEVAUCAMPS 99.9 MHz)csa.be/documents/2635

À l'issue du contrôle annuel 2015, deux griefs avaient été notifiés à la SPRL Beloeil FM, éditrice du service Radio Beloeil, qui n'avait pas remis de rapport annuel complet et ne s'était pas affiliée à l'Association pour l'Autorégulation de la Déontologie journalistique (AADJ).

Lors de son audition, l'éditeur a remis au Collège les grilles de programmes manquantes et a complété ces informations verbalement. Il a également fourni la preuve du tout récent paiement de sa cotisation à l'AADJ.

Aussi, considérant que la régulation avait fini par atteindre ses objectifs, le Collège n'a pas estimé opportun de sanctionner l'éditeur. Il a néanmoins attiré son attention sur l'importance du respect de ses obligations administratives, qui sont nécessaires pour assurer un contrôle effectif et égalitaire de l'ensemble des acteurs du paysage radiophonique.

Radio Italia (GOUTROUX 105.2 MHz)csa.be/documents/2634

À l'issue du contrôle annuel 2015, l'ASBL Studio Tre, éditrice de Radio Italia, s'est à nouveau vue notifier le grief de non-respect des conditions de sa dérogation à l'usage de la langue française, ainsi que le grief de non-respect de son engagement en matière de production propre.

Face à l'argumentation très limitée présentée par l'éditeur – qui ne s'est d'ailleurs pas présenté à son audition – et étant donné la répétition, année après année, sans aucun progrès visible, du grief lié à la langue française, le Collège n'a pu que constater qu'il avait perdu toute confiance en la capacité de l'éditeur à se mettre un jour en conformité avec ses obligations. Il a dès lors décidé d'infliger à l'éditeur la sanction la plus lourde, à savoir le retrait de son autorisation.

On notera que l'éditeur a fait opposition contre cette sanction mais que le Collège l'a confirmée dans une décision rendue début 2017.

Fun Radio (réseau « U1 »)csa.be/documents/2633

À la suite du contrôle annuel 2015, le CAC s'est prononcé sur le grief notifié à Fun Radio de ne pas avoir respecté son engagement de diffuser au moins 24 % d'œuvres musicales chantées en français (seulement 22,48 % des œuvres diffusées).

Le Collège a refusé de suivre la méthode de calcul proposée par l'éditeur, qui aurait été plus avantageuse pour lui, au motif que cette méthode reviendrait à donner une importance déséquilibrée aux journées au cours desquelles il y a moins de titres diffusés. Il a également considéré que l'éditeur avait déjà démontré, dans le passé, être capable d'atteindre son objectif même en dehors d'une « année Stromae ».

Le Collège a toutefois également constaté que l'éditeur avait progressé par rapport à l'exercice précédent et semblait encore progresser lors de l'exercice 2016, du moins sur la base des dates que les services du CSA avaient déjà pu contrôler. Il a dès lors estimé inopportun de sanctionner l'éditeur, mais a précisé qu'il resterait particulièrement attentif à cette problématique lors du contrôle annuel prochain.

➡ 24 NOVEMBRE

Phare FM (PATURAGES 89.3 MHz)csa.be/documents/2672

À l'issue du contrôle annuel 2015, un grief avait été notifié à l'ASBL Impact FM, éditrice du service Phare FM, qui n'était pas membre de l'Association pour l'Autorégulation de la Déontologie journalistique (AADJ).

Le Collège a toutefois constaté que l'éditeur avait remédié à ce manquement quelques jours avant son audition et a dès lors estimé qu'il n'était plus opportun de le sanctionner pour un grief ayant pris fin.



STATUT DE RADIO ASSOCIATIVE ET D'EXPRESSION

Le CAC est chargé d'accorder aux radios indépendantes qui en font la demande le statut de radio associative ou d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente, et ce, sous les conditions suivantes :

1. la radio recourt, à titre principal, au **volontariat**, et elle associe les volontaires qu'elle occupe aux organes de gestion ;
2. elle satisfait à l'un des critères suivants :
 - 2.1. soit consacrer l'essentiel de sa **programmation à des programmes d'information, d'éducation permanente, de développement culturel ou de participation citoyenne** ;
 - 2.2. soit consacrer l'essentiel de sa programmation musicale à des **genres musicaux qui ne figurent pas parmi les plus vendus ou les plus diffusés**.

Conformément au décret SMA, l'éditeur doit justifier dans son rapport annuel du maintien de ce statut.

→ 14 JUILLET

Mixx FM (MARCINELLE 107.6 MHz)

csa.be/documents/2617

LN FM (LOUVAIN-LA-NEUVE 104.8 MHz)

csa.be/documents/2618

Octroi du statut de radio associative et d'expression.

TÉLÉVISIONS



CONTRÔLE ANNUEL

Annuellement, le CSA effectue un contrôle du **respect, par les télévisions privées et par les télévisions locales, de leurs obligations légales et conventionnelles**. Si un manquement est constaté, le CAC peut prononcer une sanction administrative.

→ 25 FÉVRIER

Canal Zoom

csa.be/documents/2589

À l'issue du contrôle annuel 2014, le CAC avait notifié à Canal Zoom le grief de n'avoir pas produit et diffusé, durant cet exercice, au minimum deux programmes d'information hebdomadaires, sauf en période de vacances scolaires, en infraction à la convention conclue par l'éditeur et le Gouvernement en date du 26 juillet 2012, sur pied de l'article 65, alinéa 1^{er} du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

Le Collège a regretté que l'éditeur ne l'ait pas consulté avant d'entreprendre les changements réalisés dans son offre d'information, ce qui aurait peut-être permis d'éviter les erreurs d'interprétation de la convention constatées. Il a également regretté que ce réagencement de l'offre de programmes semble avoir été réalisé sans garder comme repère le cadre minimal imposé, auquel l'éditeur avait pourtant pleinement souscrit lorsqu'il avait signé sa convention avec le Gouvernement. Il a cependant pris acte de la bonne foi de l'éditeur, qui semblait vouloir faire des efforts pour dynamiser son antenne, notamment en matière d'information, et qui s'est déclaré disposé, si cela était nécessaire, à opérer des ajustements dans sa programmation pour que l'exigence de diffusion de programmes d'information distincts du JT soit remplie, ou à renégocier partiellement sa convention.

Dès lors, le Collège a estimé inopportun de sanctionner l'éditeur, mais a invité ce dernier à respecter son obligation, soit en se mettant en conformité avec sa convention, soit en renégociant celle-ci.

COMMUNICATION COMMERCIALE

→ 22 DÉCEMBRE

Canal Z

csa.be/documents/2676

TÉLÉVISIONS

51

ACTIVITÉ DÉCISIONNELLE

À la suite d'une instruction relative au programme « Z Smart Cities » diffusé le 7 mars 2016, le CAC s'est prononcé sur deux griefs notifiés à Canal Z. Il lui était reproché, d'une part, d'avoir diffusé du placement de produit durant ce programme sans correctement identifier cette pratique et, d'autre part, d'avoir diffusé en début de programme une séquence à caractère commercial difficilement identifiable et montrant de manière prononcée des images d'une voiture.

S'agissant du placement de produit, le Collège a estimé qu'effectivement, celui-ci n'avait pas été correctement identifié car l'éditeur n'avait diffusé le pictogramme *ad hoc* que pendant une durée de 4 secondes environ alors que la réglementation exige qu'il le soit pendant 10 secondes. Le Collège a néanmoins pris acte de ce que l'éditeur reconnaissait l'infraction, l'expliquait par une confusion avec la législation applicable en Flandre et avait pris des mesures pour qu'elle ne se reproduise plus.

S'agissant de la séquence douteuse diffusée en début d'émission, le Collège l'a identifiée comme étant une séquence de parrainage, mais une séquence ne permettant pas d'identifier l'existence ni l'objet de ce parrainage. Il a également critiqué le moment où cette séquence avait été insérée, à savoir au début du programme-même et non avant le générique de celui-ci.

En conséquence, le Collège a adressé un avertissement à l'éditeur de Canal Z.

PROTECTION DES MINEURS

→ 25 JANVIER

RTBF (La Une)

csa.be/documents/2576

À la suite d'une instruction, le CSA s'est penché sur la diffusion, par la RTBF, du documentaire « La chute du Reich » sans signalétique.

Ce documentaire comportait un certain nombre d'images très dures, ce qui était d'ailleurs précisé dans un avertissement verbal préalable à sa diffusion. En revanche, la RTBF n'avait apposé aucune signalétique visuelle sur le documentaire. Selon l'éditeur, l'absence de signalétique résultait d'une décision éditoriale assumée : il ne souhaitait pas « déconseiller » à qui que ce soit (même aux moins de dix ans) un documentaire présentant selon lui de grandes qualités pédagogiques et participant au travail de mémoire. La RTBF ne concevait pas qu'un tel programme puisse « nuire » au développement de qui que ce soit. Tout en reconnaissant

l'incontestable valeur pédagogique du documentaire en question, ainsi que la réflexion menée en interne par la RTBF, le Collège a cependant considéré que cette dernière avait commis une erreur manifeste d'appréciation en considérant le programme comme non susceptible de nuire au développement des mineurs de moins de dix ans. Selon le Collège, le travail de mémoire peut se faire dès le plus jeune âge, mais pas avec n'importe quel matériau. Il s'agit de sensibiliser, mais pas de traumatiser, au risque d'avoir un effet contre-productif.

Le Collège a cependant décidé de ne pas sanctionner l'éditeur qui, malgré qu'il en ait tiré de mauvaises conclusions, a mené une réflexion à ce sujet. Il s'est également interrogé sur l'opportunité, à l'avenir, de créer une signalétique spécifique moins dissuasive pour les programmes contenant des images choquantes mais ayant néanmoins une valeur pédagogique.

→ 24 NOVEMBRE

RTBF (La Une)

csa.be/documents/2673

En dépit de la décision du CAC du 25 janvier citée *supra*, la RTBF a à nouveau diffusé sans signalétique un documentaire de nature similaire à « La Chute du Reich », intitulé « Après Hitler ». Une nouvelle instruction a dès lors été menée.

La RTBF, elle, a repris les mêmes arguments qu'en janvier mais a également présenté un projet de signalétique alternative destinée à avertir le public de la présence d'images choquantes dans certains programmes qu'il estime néanmoins d'intérêt pédagogique et ne souhaite pas « déconseiller » aux mineurs.

Le Collège a réitéré son appréciation faite en janvier, selon laquelle, quels que soient son intérêt et sa qualité pédagogique, le documentaire en cause était trop choquant pour des mineurs de moins de dix ans. Il a salué les efforts constructifs entrepris par la RTBF pour développer une signalétique alternative mais a relevé que cette signalétique ne pourrait se substituer à la signalétique classique que si une norme à valeur au moins équivalente à l'arrêté du 21 février 2013 l'autorise. Il a dès lors invité la RTBF à prendre les initiatives nécessaires auprès des autorités compétentes pour qu'une telle norme soit adoptée dans un délai raisonnable et, considérant les démarches constructives en cours, a estimé que la régulation était en passe d'atteindre ses objectifs et qu'il serait prématuré et contre-productif de la sanctionner.



RECOMMANDATIONS

Outre l'adoption d'avis, de décisions et de sanctions, le CAC adopte des recommandations de portée générale ou particulière. Ces recommandations, qui n'ont pas de valeur contraignante, permettent toutefois au CSA d'attirer l'attention des acteurs de l'audio-visuel sur des sujets particuliers dans le respect des normes en vigueur. Elles rassemblent également, de manière lisible et cohérente, des éléments de la jurisprudence du CAC et explicitent la portée générale de décisions particulières.

En 2016, le CAC a adopté une recommandation :

→ 23 JUIN

Recommandation relative aux programmes d'information

csa.be/documents/2609

Cette recommandation vise à déterminer à quels programmes s'appliquent les dispositions légales visant les « programmes d'information » diffusés sur plateforme fermée et, dès lors, à garantir la qualité des contenus d'information et l'indépendance rédactionnelle des éditeurs.

Un programme d'information peut être décelé par l'examen des critères cumulatifs suivants :

- il traite de l'actualité relative à une matière, quelle que soit la matière concernée ;
- ses contenus ont fait ou font l'objet d'un traitement journalistique, qui n'est pas obligatoirement réalisé par un journaliste professionnel ni de formation ;
- il est conçu pour répondre à une préoccupation d'intérêt public ou général : il a trait à la vie en société sous tous ses aspects et est conçu dans le seul intérêt du public destinataire ;
- le fait que le programme soit produit, réalisé ou diffusé dans le cadre d'une rédaction ou sous la responsabilité d'une direction de l'information constitue un indice supplémentaire.

Cette manière de procéder permet de prendre en compte la diversité et l'évolution continue des formats de programmes.

La recommandation sera appliquée dans le cadre spécifique de la régulation, impliquant le respect des principes fondamentaux que sont l'égalité de traitement, la cohérence, la proportionnalité et la rencontre des objectifs définis par le législateur.

>> Voir aussi l'article consacré à cette recommandation dans la rubrique « focus » du présent rapport page 13.

NOUVEAUX ENTRANTS : DÉCLARATIONS ET AUTORISATIONS

Le CAC autorise l'usage des radiofréquences et acte les déclarations des éditeurs de services de radio-diffusion sonore diffusant par d'autres moyens que la FM (webradios), et celles des éditeurs privés pour chacun des services télévisuels, linéaires ou non linéaires, qu'ils éditent, ainsi que celles des distributeurs de services.

En 2016, le CAC a reçu les déclarations de :

- 4 nouvelles web TV et services de vidéos à la demande transactionnelle (TVOD) et par abonnement (SVOD) : Almouwatin TV (ASBL Le Citoyen) ; Bastogne TV (ASBL L'autreCHAINE), Plush et DVDPost (SA Home Entertainment Services SA)
- 3 nouvelles web radios : Néo Radio (ASBL Néo Radio), Alt-R.fm (M. David Salomonowicz) et Radio Almouwatin (ASBL Le Citoyen) ;
- 1 nouveau distributeur : Mobistar, devenu Orange Belgium (câble)

Les registres des services télévisuels sur nouvelles plateformes et services non linéaires ainsi que le registre des services sonores déclarés sur nouvelles plateformes sont disponibles sur le site du CSA. Ils indiquent les informations utiles relatives à ces services (plateformes de distribution, dates de déclaration et d'accusé de réception du CAC, contenu du service,...)

csa.be/documents/1652

csa.be/documents/180

Le CAC a également délivré **8 autorisations provisoires** d'émettre sur une fréquence FM.

csa.be/documents/categorie/4

>> Voir aussi l'offre de médias en FWB :

csa.be/pluralisme





GESTION

Le CSA est une autorité administrative indépendante en charge de la régulation du secteur audiovisuel en Fédération Wallonie-Bruxelles (« FWB »). Il est composé de deux collèges : une instance d'avis (Collège d'avis) et une instance décisionnelle (Collège d'autorisation et de contrôle, « CAC »).

Les décisions opérationnelles sont prises par le Bureau qui délègue la gestion quotidienne de l'organisation au Directeur général.

Les services du CSA, d'une part, et le Secrétariat d'instruction, d'autre part, assurent la préparation des travaux et l'exécution des décisions du Bureau et des collèges.



GESTION

26

COLLABORATEURS

STATUT ET FINANCEMENT DU CSA

Le financement du CSA est réglé par décret. Une dotation annuelle lui est allouée par la Fédération Wallonie-Bruxelles, en exécution d'un contrat de financement conclu avec le Gouvernement pour 5 ans. Si ce contrat comporte une clause d'indexation, celle-ci n'a pas été respectée du fait de règles d'économies budgétaires appliquées aussi aux OIP.

Vu l'augmentation de ses tâches (plus d'opérateurs à réguler, intensité accrue de la régulation, développements européens), le CSA est confronté à un manque récurrent de moyens. Aussi, le Bureau du CSA a adressé, en octobre 2016, une note au Gouvernement l'invitant à organiser un financement complémentaire à sa dotation. Après une comparaison avec d'autres régulateurs et en accord avec la réglementation européenne, il a proposé de soumettre certains opérateurs à une redevance. Cette redevance serait soit fondée sur des avantages octroyés par la Fédération Wallonie-Bruxelles (fréquences radio, droits d'utilisation), soit sur des prestations propres.



LE BUREAU

Le Bureau du CSA est composé d'un président et de trois vice-président-e-s, désignés par le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Leur mandat est d'une durée de cinq ans, renouvelable. La composition du Bureau garantit la représentation des différentes tendances idéologiques et philosophiques. Le Bureau est chargé des décisions opérationnelles. Ses membres sont également membres du CAC et du Collège d'avis.

En 2016, la composition du Bureau est restée stable par rapport à 2015. Il se compose de Dominique Vosters (président), Pierre Houtmans (1^{er} vice-président), Bernadette Wynants (2^{ème} vice-présidente) et François-Xavier Blanpain (3^e vice-président).

csa.be/organes/bureau

LE COLLÈGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Le CAC est composé des quatre membres du Bureau précités, ainsi que de six autres membres, dont trois sont désignés par le Parlement et trois par le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour un mandat de quatre ans, renouvelable. Tout comme le Bureau, le CAC doit refléter les différentes tendances idéologiques et philosophiques représentées au Parlement.

En 2016, Cécile Marquette a démissionné de son mandat au sein du CAC et a été remplacée par Renaud Bellen, qui a prêté serment le 8 septembre. Il rejoint les cinq autres membres déjà présents en 2015, à savoir Anne Dumont, Sandrine Sépul, Henry Goffin, Michel Gyory et Rodolphe Sagehomme.



csa.be/organes/cac

LES SERVICES DU CSA

Dans la perspective de renforcer les unités de métiers et la coordination entre celles-ci, la direction générale a proposé, en mai 2016, de modifier :

→ Redistribution des missions de l'unité Plateformes internet et services à la demande entre les unités Radio, TV et Distributeurs & Opérateurs. Suite de l'interruption de carrière de la responsable en charge de celle-ci, cette unité est dissoute et ses missions sont assignées aux autres unités.

→ Affectation à chaque unité d'un Conseiller, en vue de stabiliser de la sorte le support qui peut lui être apporté. Cette proposition a conduit au recrutement d'une Conseillère TV, Manon Letouche, qui a rejoint l'équipe en septembre 2016.



→ Création du poste de Responsable du service Monitoring confié à Benoît Renneson. À travers cette fonction, Benoît assure une meilleure coordination des monitorings à réaliser en lien avec le Secrétariat d'Instruction et les différentes unités de métier.

En outre, le CSA a recruté Madeleine Cantaert au poste de Conseiller Pluralisme et Communications commerciales. Outre le délicat équilibre à assurer en matière de pluralisme, cet engagement a permis également de décharger Joëlle Desterbecq des questions relatives aux communications commerciales afin que celle-ci se concentre sur le suivi de recherches en matière d'égalité hommes-femmes – coopération avec la HAICA de la Tunisie, baromètre – et de protection du consommateur.



Enfin, en juillet 2016, le CSA accueillait François-Masoz Fouillien comme nouveau Responsable de la Communication lui confiant la claire mission d'améliorer la visibilité de l'institution auprès des nombreux publics.



COMMUNICATION (RÉSEAUX SOCIAUX)

Fin septembre, le CSA a lancé sa page Facebook avec pour objectif, celui de compléter son déploiement sur les réseaux sociaux déjà engrangé dans le passé avec la création d'une page Twitter et LinkedIn. La création d'une page Facebook a pour mission première de toucher un public plus large et moins spécialisé que les abonnés de la page Twitter et LinkedIn. L'outil permet aussi de sponsoriser une série de campagne et de cibler avec plus de précision certains publics-cible. La campagne de la Semaine du Numérique en est un bon exemple. Certaines offres d'emploi adressées à des cibles spécifiques ont permis de drainer plus de 300 visiteurs sur le site du CSA en moins de 24 heures, uniquement par le biais de la page Facebook (voir p. 23).

Le déploiement sur les réseaux sociaux et l'exploitation des outils de visibilité, notamment publicitaires, qu'ils proposent représente une stratégie importante du plan de communication du CSA pour les années à venir.

PRIX DU CSA - STAGIAIRES - RECHERCHES

De février à mai 2016, le CSA a accueilli Claude Pecheux, Professeure à l'UCL Mons, en tant que chercheuse en résidence. Claude Pecheux a développé, en collaboration avec les services du CSA, une étude comparée de la perception de la communication commerciale sur les services de médias audiovisuels linéaires et non linéaires par les jeunes de 17 à 25 ans. Les conclusions de l'étude soulèvent de nombreux enjeux relatifs à la protection du consommateur dans le contexte de la révision du cadre législatif européen relatif aux services de médias audiovisuels.

Le « Prix du CSA » 2015 a été remis le mercredi 11 mai 2016 à Alexandra Micciche pour son mémoire sur « L'image de Charleroi à travers les JT de la RTBF ».

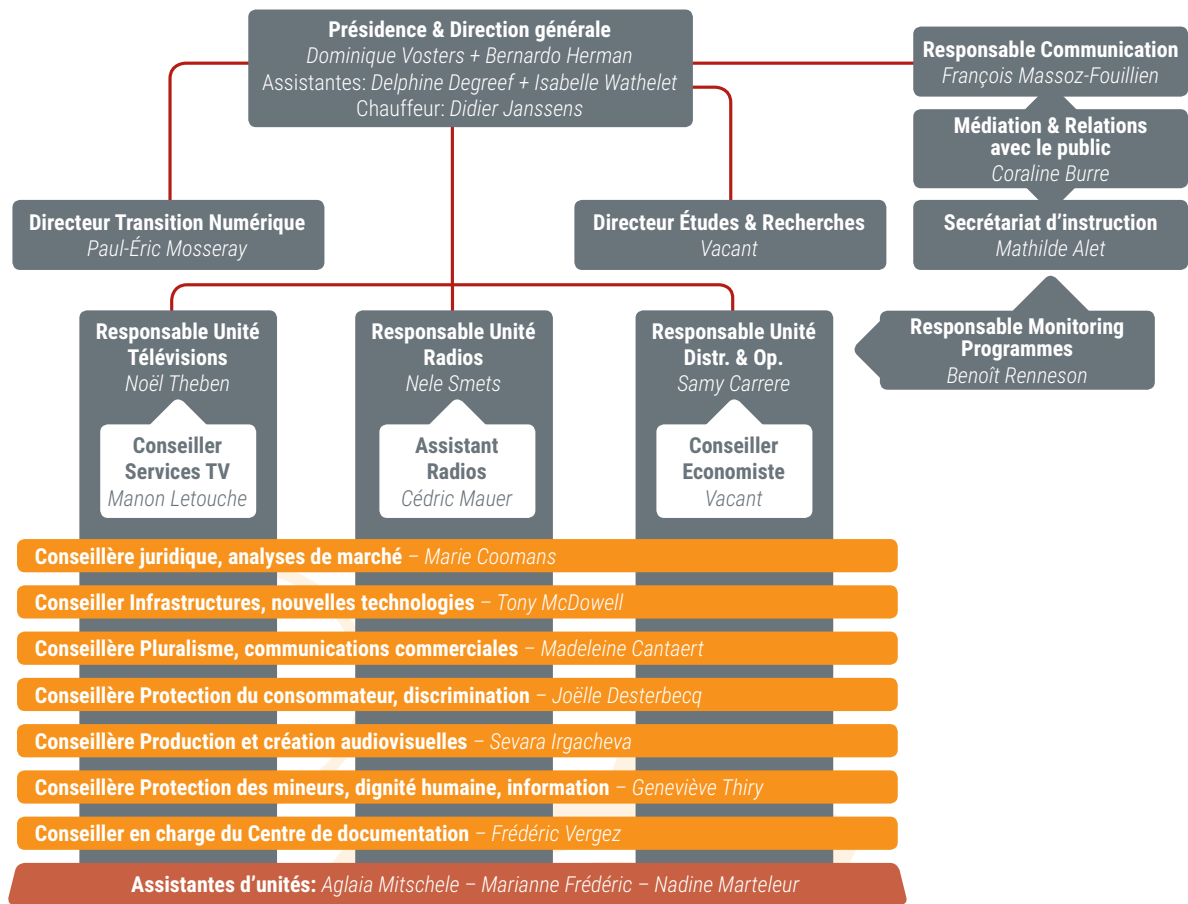
Ce mémoire tente de déterminer la vision que le service public relaye d'une de ses propres entités, souvent décriée. Le fait que la RTBF ait connu un mouvement de régionalisation de sa production permet de mesurer la manière dont on traite d'une région selon que l'on s'adresse à ses habitants ou non, mais aussi selon l'engagement des journalistes du Centre de Production de Charleroi (CPC) par rapport à la région qu'il couvre sur le plan informationnel.

LE RETOUR DES AUDITIONS PUBLIQUES; INFORMATION ET TRANSPARENCE

Depuis septembre 2016, le Service communication du CSA communique davantage au grand public l'existence des auditions publiques. Le programme des auditions est publié sur le site du CSA dans un espace qui lui est dédié. Une communication sur les réseaux sociaux et via une newsletter accessible au grand public est systématiquement envisagée en amont d'une audition ouverte au public. Lorsque le sujet est porteur l'annonce d'une audition peut également faire l'objet d'une communication par voie de presse.

En 2016, quatre auditions ont été communiquées au public. Deux d'entre elle ont attiré la presse qui en a relayé le contenu le lendemain. Bien que peu nombreux, certains visiteurs participent également aux auditions dans une démarche personnelle. Certains professionnels du secteur audiovisuel ou académiques participent également à certaines d'entre elles.

Les publications des auditions sur les différents réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter), attirent en moyenne 70 visites sur la page web qui décrit le programme. Les profils d'inscriptions à la newsletter spécifique se répartissent de la manière suivante : 40 % presse, 17 % institutionnel, 11 % privé, 9 % académique, 23 % autre.



Ont collaboré à ce rapport annuel :

Dominique VOSTERS

Président

Bernardo HERMAN

Directeur général

Mathilde ALET

Secrétaire d'instruction

Samy CARRERE

Responsable de l'unité

«Distributeurs et Opérateurs»

François

MASSOZ-FOUILLIEN

Responsable de la communication

Paul-Eric MOSSERAY

Directeur Transition numérique

Nele SMETS

Responsable de l'unité

Radio FM / Webradio

Noël THEBEN

Responsable de l'unité

«Télévisions»

Coraline BURRE

Conseillère Médiation et

Relations avec les publics

Marie COOMANS

Conseillère juridique

Madeleine CANTAERT

Conseillère Pluralisme et

Communications commerciales

Joëlle DESTERBECQ

Conseillère Protection

du consommateur

et discriminations

Manon LETOUCHE

Conseillère unité « Télévisions »

Nadine MARTELEUR

Assistante Secrétariat d'instruction

Geneviève THIRY

Conseillère Protection des mineurs,

dignité humaine, information

Coordination éditoriale :

Coraline BURRE et

François MASSOZ-FOUILLIEN

© Photos: istockphoto.com: 6, 12-13, 14-17, 18-31, 34-37, 42-56; Jean Poucet: 8-9; CSA: 11, 32, 33, 57-58;
Image Expertalia = AJP Image Semaine du Numérique = CSA: 40; Mipcom.com: 41



RAPPORT
D'ACTIVITÉS
2016

Site officiel

csa.be

Courriel

info@csa.be

Tél

+32 2 349 58 80

Courrier

Boulevard de l'impératrice 13, 1000 Bruxelles