

# REGULATION

Bulletin d'information  
trimestriel

**#40**

Avril-Mai-Juin  
2009

## DEBAT 360°

Conseil de déontologie :  
articuler au mieux  
autorégulation  
et régulation



## FACE A FACE

Boris Portnoy  
et Michel Hughes  
Production télévisuelle :  
le défi du flux



## POINT DE VUE

Le moral et le jugement  
des journalistes  
sur leur métier  
et leur profession

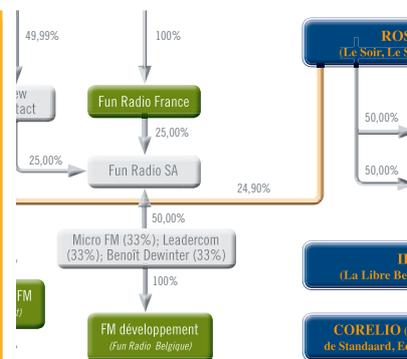
## POINT DE VUE

Radio Panik  
Devenir corsaire



## ECLAIRAGE

Comment le CSA  
garantit-il le pluralisme  
et la transparence  
des médias ?



# SOMMAIRE

3

## EDITORIAL

Les relations avec le public : un enjeu de transparence et de légitimité

4

## ACTUALITÉ AUDIOVISUELLE

12

## DÉBAT 360°

Conseil de déontologie journalistique : articuler au mieux autorégulation et régulation.  
4 perspectives de Jean-Jacques Jaspers, Marc Janssen, Simon-Pierre De Coster et Martine Simonis introduites par Muriel Hanot.

20

## ECLAIRAGE

Comment le CSA garantit-il le pluralisme et la transparence des médias ?

22

## FACE À FACE

Production télévisuelle : le défi du flux  
Boris Portnoy (Keynews TV) et Michel Hughes (Tamtam TV)

26

## POINT [S] DE VUE

Le moral et le jugement des journalistes sur leur métier et leur profession, Céline Fion  
Radio Panik : devenir corsaire

30

## ACTUALITÉ DU CSA

CAV – recommandation sur la participation et la représentation des mineurs dans les services de médias audiovisuels  
Rencontres avec les télévisions locales  
Rencontres avec les radios privées  
Commission technique sur les optimisations  
Comité de contact TVSF  
Rapport annuel du CSA  
Prix du CSA  
[www.csa.be/signaletique](http://www.csa.be/signaletique)  
CAV – Avis sur les balises dans la émissions mêlant réalité et fiction  
29<sup>e</sup> réunion de l'EPRA à Tallin  
CAC – Contrôle annuel des distributeurs  
CAC – Avis sur deux projets de convention sur la coproduction audiovisuelle  
CAV – Avis sur la mise à disposition du public d'archives audiovisuelles liées à l'actualité

37

## SECRÉTARIAT D'INSTRUCTION

La durée publicitaire

38

## DÉCISIONS DU CAC

Radios : plan de fréquences  
RTBF : écran partagé  
Télé Bruxelles : contrôle annuel  
Radios : échange de radiofréquences  
RTBF : contrôle annuel  
TVi : décisions de retrait  
Al Manar : incitation à la haine, à la discrimination  
Brutélé : péréquation tarifaire  
BTV : contrôle annuel  
BTV : contribution à la production audiovisuelle

RÉGULATION: Magazine trimestriel du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Boulevard de l'Impératrice, 13 - 1000 Bruxelles. T. 32 2 349 58 80. F. 32 2 349 58 97. [www.csa.be](http://www.csa.be) - [info@csa.be](mailto:info@csa.be).  
COMITÉ DE RÉDACTION: Jean-François Furnémont - directeur général, Geneviève de Bueger, Aline Franck, Muriel Hanot, Paul-Eric Mosseray, Noël Theben, Françoise Vanhakendover.  
CRÉDIT PHOTOGRAPHIQUE: Michel Leroy/RTBF. Magazine gratuit, abonnement sur demande en ligne sur [www.csa.be/guichet/abonnement\\_regulation](http://www.csa.be/guichet/abonnement_regulation) ou par courrier. Ce magazine est imprimé sur papier recyclé. EDITEUR RESPONSABLE: Marc Janssen, président.

# LES RELATIONS AVEC LE PUBLIC

## UN ENJEU DE TRANSPARENCE ET DE LÉGITIMITÉ



Marc JANSSEN  
Président du CSA

Le CSA exerce une responsabilité importante vis-à-vis du public, tantôt comme médiateur, tantôt dans un rôle de juge des plaintes ou doléances, tantôt comme arbitre, parfois aussi comme relais entre le public et d'autres instances actives dans le secteur audiovisuel (c'est notamment le cas avec le Conseil de déontologie journalistique, auquel nous consacrons le débat 360° de ce numéro). Le public lui-même peut d'ailleurs être notre interlocuteur en de multiples capacités : téléspectateur-auditeur, citoyen ou consommateur.

Cette responsabilité est fondamentale ; quand une instance de régulation se voit conférer autonomie et indépendance pour traiter et trancher des questions importantes liées à notre paysage audiovisuel, elle devient aussi garante de l'exercice efficace et transparent de l'autorité publique. Les membres de ses services sont rémunérés par la collectivité et les membres du Collège d'autorisation et de contrôle sont nommés par les représentants démocratiques. Il y a donc une forme d'allégeance explicite et permanente à l'intérêt général et une obligation organique de service au public.

Cette responsabilité nécessite une détermination, des initiatives et des ajustements permanents. Nous ne sommes pas encore parfaits à ce jour, mais la priorité du nouveau Bureau du CSA a été, dès son installation fin 2007, de poursuivre et de concrétiser plusieurs objectifs. D'abord assurer un meilleur suivi des préoccupations et des plaintes que lui adresse le public, notamment par une information parfaite et complète du plaignant, à chaque étape de la procédure de traitement (procédure dont la longueur, administrativement et juridiquement nécessaire, ne peut être interprétée comme du désintérêt ou de l'inefficacité). Poursuivre également les efforts afin de rendre toutes nos décisions, et les raisonnements qui les fondent, plus claires, plus explicites et plus transparentes. Et enfin continuer à rendre la régulation elle-même plus compréhensible et plus accessible ; c'était notamment l'objet de la réforme du magazine que vous tenez en main, qui a pour objectif de mieux et plus faire écho aux opinions, débats et actualités qui dynamisent le secteur. Dans cette même perspective, nous allons développer encore de notre site internet, afin de rendre accessible un plus grand volume d'informations sur nos activités et sur la richesse et la diversité du secteur audiovisuel en Communauté française, citons par exemple la mise en ligne, à partir de [www.csa.be](http://www.csa.be), de sites sur la signalétique jeunesse ou très prochainement, sur le pluralisme et la transparence des médias.

Les plaintes, questions ou préoccupations du public adressées au CSA sont des outils essentiels de la régulation. Elles constituent d'abord, comme les interpellations parlementaires, un baromètre utile à guider notre action et nos priorités. Elles constituent ensuite un signe sain de la participation des citoyens au débat démocratique sur les valeurs et règles qui encadrent leur paysage audiovisuel et de leur appropriation d'une autorité publique chargée de faire respecter ces valeurs et ces règles. La responsabilité du CSA dans la manière dont il traite les plaintes du public relève donc d'un enjeu de transparence et d'efficacité propre à toute institution publique, mais touche aussi à notre légitimité.

C'est notamment dans cette perspective que le Bureau du CSA a recruté Alexis De Boe en tant que nouveau Secrétaire d'Instruction. Cette fonction, assurée jusqu'à présent ad interim par Françoise Vanhakendover, constitue une pièce centrale dans le dispositif de relations avec le public et relève, avec le nouveau décret sur les services de médias audiovisuels, de la responsabilité du Bureau. Fort de son expérience de cinq ans au service du Médiateur de la Communauté française, notamment dans les questions audiovisuelles, Alexis De Boe vient renforcer les services du CSA, il connaît bien le secteur et les défis auxquels il sera confronté, il connaît bien aussi le CSA et apportera une ligne forte et cohérente de politique de traitement des plaintes et des dossiers d'instruction. C'est avec lui, et toute l'équipe du CSA, que nous continuerons nos efforts de service au public.



## RÉGULATION

18 | MARS

L'IBPT, le régulateur belge des secteurs des postes et des télécommunications, a présenté son rapport d'activités 2008 devant le Parlement fédéral. Il y explique notamment son action dans le cadre de la mise en œuvre du plan de fréquences. « *L'Institut s'est attelé à faire en sorte que ce plan de fréquences se mette en place de la façon la plus efficace possible et ceci en collaboration avec les instances communautaires et les associations représentant le monde de la radiodiffusion. L'institut s'est d'abord attaché à faire cesser d'émettre les radios dont les dossiers avaient été déclarés irrecevables par le CSA, soit 24 dossiers. Il a ensuite recensé 80 émetteurs devant cesser d'émettre car n'ayant pas reçu d'autorisation. Les émetteurs n'ayant pas cessé d'initiative leurs émissions ont reçu la visite de la police des officiers de police judiciaire de l'Institut afin de faire appliquer les dispositions de l'arrêté royal. L'ensemble des émetteurs illégaux a ainsi été stoppé* ».

[www.ibpt.be/fr/473/ShowDoc/3043/Rapports\\_au\\_Parlement/Rapport\\_au\\_Parlement\\_\(mars\\_2009\).aspx](http://www.ibpt.be/fr/473/ShowDoc/3043/Rapports_au_Parlement/Rapport_au_Parlement_(mars_2009).aspx)

26 | MARS

La Chambre a adopté un projet de loi portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques ainsi qu'un projet de loi qui modifie une loi antérieure sur les recours et le traitement des litiges, et le statut de l'IBPT.

<http://www.lachambre.be/doc/PCRA/pdf/52/ap090.pdf>

27 | MARS

Le nouveau décret relatif aux médias, qui vise à transposer en droit interne de la Communauté flamande la Directive SMA (services de médias audiovisuels), adopté par le Parlement flamand le 18 mars, est entré en vigueur.

[www.vlaamseregulatormedia.be/regelgeving/Mediadecreet%20090430.pdf](http://www.vlaamseregulatormedia.be/regelgeving/Mediadecreet%20090430.pdf)

27 | MARS

L'Ukraine est le 33<sup>ème</sup> Etat européen à ratifier la Convention européenne sur la télévision transfrontière. Cette convention, actuellement en cours de révision pour l'aligner sur la directive européenne sur les services de médias audiovisuels, est le premier instrument international qui établit le cadre juridique pour assurer la libre circulation des programmes de télévision transfrontière en Europe au moyen de règles

minimales communes, dans des domaines tels que la programmation, la publicité, le parrainage et la protection de certains droits individuels. Elle confie aux Etats d'origine le soin de veiller à la conformité des programmes de télévision transmis avec les dispositions de la Convention. En contrepartie, la liberté de réception des programmes est garantie, ainsi que la retransmission des programmes qui sont conformes aux règles minimales de la Convention. La Convention s'applique à tout programme qui dépasse les frontières, quels que soient les moyens techniques de diffusion utilisés (satellites, câbles, émetteurs terrestres, etc...).

[conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=132&CM=1&CL=FRE](http://conventions.coe.int/Treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?NT=132&CM=1&CL=FRE)

08 | AVRIL

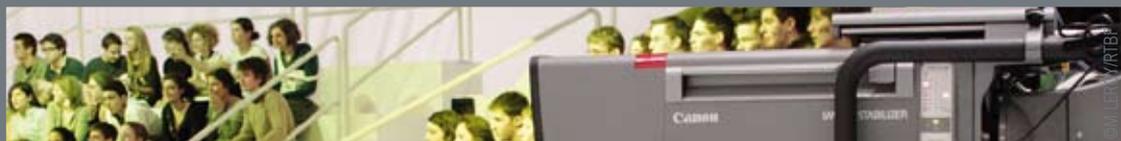
En France, le Conseil d'État a pris une décision dans laquelle il a jugé que le CSA devait prendre en compte les interventions du Président de la République et de ses collaborateurs dans les médias audiovisuels selon des modalités qu'il est libre de définir, lui reconnaissant un large pouvoir d'appréciation dans ce domaine. Le CSA a fixé, après les élections européennes du 7 juin 2009, et en relation avec les chaînes de télévision et de radio, les règles désormais applicables aux temps de parole du Président de la République et de ses collaborateurs en dehors des périodes électorales.

[www.conseil-etat.fr/ce/jurispd/index\\_ac\\_Id0911.shtml](http://www.conseil-etat.fr/ce/jurispd/index_ac_Id0911.shtml)  
[www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués\\_detail.php?id=128347](http://www.csa.fr/actualite/communiqués/communiqués_detail.php?id=128347)

14 | AVRIL

La Commission européenne a adressé un avis motivé à la Lettonie, deuxième étape de la procédure d'infraction, pour non-respect des règles communautaires garantissant l'indépendance des régulateurs nationaux des télécommunications. La Commission tient à s'assurer que la Lettonie respecte le principe de séparation des fonctions de réglementation et de contrôle dans le secteur des télécommunications. Les autorités lettones n'ont pas répondu de manière satisfaisante aux préoccupations que la Commission a exprimées dans sa lettre de mise en demeure adressée en septembre dernier. C'est pourquoi la Commission a maintenant lancé la deuxième étape de la procédure d'infraction.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/569&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/569&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)



## SERVICE PUBLIC

24 | MARS

Les représentants des rédactions des 12 télévisions locales (TVL) de la Communauté française et l'AJP (Association des journalistes professionnels) ont réagi aux propositions du Bureau de la Fédération des TVL (qui regroupe les directions des chaînes locales) concernant une restructuration du secteur et une révision de leur façon d'informer. Ces propositions faisaient suite à un rapport de l'Observatoire des politiques culturelles sur un « Portrait économique et financier » du secteur des TVL, déposé en février 2008. Dans une lettre à la ministre de l'audiovisuel, le collectif a réaffirmé les principes fondamentaux de la mission spécifique des TVL et confirmé sa volonté de participer à un débat de fond sur l'évolution des télévisions locales.

[www.agjpb.be/ajp/articles/teleslocales240309.php](http://www.agjpb.be/ajp/articles/teleslocales240309.php)

10 | AVRIL

Le CSA français a publié un dossier d'actualité sur les télévisions locales en France métropolitaine. Celles-ci sont au nombre de 34 et présentent une programmation de qualité. Le retard de la France dans ce domaine par rapport à ses voisins européens est en train de se résorber. De 2006 à 2009, le nombre de télévisions locales diffusées par voie hertzienne terrestre analogique est passé de 12 à 27.

[www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers\\_detail.php?id=128354](http://www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=128354)

16 | AVRIL

Les acteurs de l'audiovisuel de 25 pays du pourtour méditerranéen réunis au sein de la Conférence permanente de l'audiovisuel méditerranéen (COPEAM) ont adopté une résolution qui souhaite notamment la création d'une chaîne de télévision multiculturelle et multilingue, diffusée par satellite, destinée à « produire, exploiter et valoriser les émissions et les reportages à vocation méditerranéenne et culturelle dans un esprit de service public ».

[www.copeam.org/conference.aspx?In=fr&id=42&cnf=8](http://www.copeam.org/conference.aspx?In=fr&id=42&cnf=8)

08 | MAI

Le gouvernement espagnol a adopté un avant-projet de loi sur le financement de la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE) allant dans le sens d'une suppression totale et immédiate de la publicité dans l'audiovisuel public. Outre les subventions publiques, la perte de recettes serait compensée une taxation des

chaînes privées à hauteur de 3% de leurs chiffres d'affaires, et grâce à la commercialisation de ses propres produits. Le Gouvernement a expliqué son initiative par l'effondrement du marché publicitaire provoqué par la crise économique, qui risquerait de mettre en péril l'équilibre financier de l'audiovisuel public. Le texte prévoit également de renforcer le caractère de service public de la RTVE en l'obligeant à inclure dans ses programmes des espaces réservés « à l'expression des partis politiques et des syndicats, à la retransmission des principaux débats parlementaires et débats électoraux, ainsi qu'à des programmes pour enfants avec des contenus et à des horaires adéquats ».

[www.la-moncloa.es/ActualidadHome/2009/080509-consejo.htm](http://www.la-moncloa.es/ActualidadHome/2009/080509-consejo.htm)

15 | MAI

La commission de sélection du Fonds d'aide à la création radiophonique (FACR) a dressé son bilan pour les années 2006 à 2008. Ses différentes activités concernent la production, la promotion et la diffusion de la création radiophonique en Communauté française, en liaison avec les services privés de radiodiffusion sonore, les producteurs indépendants et les réalisateurs. Ces trois années ont confirmé la tendance de la Commission à soutenir aussi bien les projets d'auteurs que les projets radiophoniques d'éducation permanente ou d'expérimentation, avec une attention particulière aux projets de jeunes auteurs. En 2008, deux étapes ont marqué la transition vers un système d'aide à la création radiophonique élargi : la mise en œuvre du plan de fréquences FM et le fait que le FACR peut désormais octroyer des subsides de fonctionnement aux radios associatives, aux projets d'archivage radiophonique et aux projets de diffusion internationale. Une « Commission consultative de la création radiophonique » remplaçant la Commission de sélection du FACR, devrait voir le jour en 2009.

[www.cfwb-av.be/db/aig/gallery/Radio/FACRBilan06-07-08.pdf](http://www.cfwb-av.be/db/aig/gallery/Radio/FACRBilan06-07-08.pdf)

## CONTENUS

02 | AVRIL

Lors de la 2<sup>e</sup> conférence de haut niveau sur la contrefaçon et le piratage, a été inauguré l'Observatoire européen de la contrefaçon et du piratage. Il constituera une plateforme consacrée à la collecte de données, à la sensibilisation, au dialogue, à l'échange de points de vue et au partage de meilleures pratiques en matière d'application des droits de propriété



intellectuelle entre les entreprises et les autorités au niveau national. En renforçant la coopération dans ce domaine à travers l'UE, l'Observatoire sera en première ligne dans la lutte contre les marchandises contrefaites ou les téléchargements illégaux et autres atteintes aux droits de propriété intellectuelle.

[ec.europa.eu/internal\\_market/iprenforcement/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/iprenforcement/index_en.htm)

## 12 | MAI

Le Conseil des ministres européens a procédé à un échange de vue sur les contenus créatifs en ligne et l'éducation aux médias. Les ministres ont insisté sur la nécessité d'une action équilibrée entre la protection des intérêts des ayant-droits et la promotion de services innovants. Ils ont constaté que les évolutions rapides de la technologie et du marché rendaient difficile la mise en œuvre de solutions qui préservent à la fois les intérêts des ayant-droits, la protection des données, la liberté d'expression et l'encouragement à la créativité et à l'innovation. Certains ministres ont fourni des exemples d'auto-régulation au sein de plateformes réunissant ces différents interlocuteurs, alors que d'autres ont déjà adopté des solutions juridiques, par exemple en établissant des sanctions à l'encontre du téléchargement illégal ou un droit d'information des ayant-droits lorsque leurs contenus font l'objet d'accès illégal. Les ministres ont également insisté sur l'importance de l'éducation aux médias qui ne doit pas seulement couvrir les capacités techniques mais aussi une appréciation informée des contenus et une sensibilisation au droit d'auteur. La Commission européenne tiendra pleinement compte des commentaires des délégations dans la préparation de futures initiatives sur ces questions. Elle a par ailleurs publié un rapport sur la plateforme « Contenu en Ligne » qui a tenu 5 réunions en 2008 et 2009, réunissant 77 experts de haut niveau représentant créateurs, ayant-droits, fournisseurs de contenu, associations de consommateurs, fournisseurs d'accès internet et industrie des télécommunications.

[ec.europa.eu/avpolicy/docs/other\\_actions/col\\_platform\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/other_actions/col_platform_report.pdf)

## 13 | MAI

Le CSA français et la Cité de la musique ont installé un « observatoire de la diversité musicale à la télévision » qu'ils cofinancent. Celui-ci complète les outils de suivi de l'exposition de la musique, dans ses différents genres et sous différentes formes, dans les médias. D'abord mis en place pour la radio (en 2003), cet observatoire est né de la volonté à la fois des pouvoirs publics et de professionnels (diffuseurs et filière

musicale) de disposer d'indicateurs permettant d'évaluer précisément la programmation musicale dans les médias audiovisuels.

Il inscrit ses travaux dans le cadre plus large de l'Observatoire de la musique mis en place par la Cité de la musique et dont l'objectif est, d'une part, de développer un outil de suivi statistique sur l'économie du secteur de la musique et notamment, la production phonographique (édition, promotion et distribution), la diffusion média (radio, télévision et nouveaux supports), le spectacle vivant (économie de la production et de la diffusion), et, d'autre part de développer des échanges avec les milieux institutionnels et professionnels.

[www.csa.fr/upload/dossier/dos\\_presse\\_observatoire\\_diversite\\_musicale\\_tv.pdf](http://www.csa.fr/upload/dossier/dos_presse_observatoire_diversite_musicale_tv.pdf)

## 28 | MAI

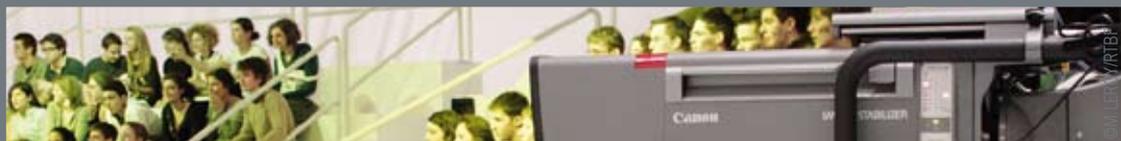
La Commission européenne a publié une nouvelle étude portant sur la mise en œuvre des mesures concernant la promotion de la distribution et la production des œuvres européennes dans les services de médias audiovisuels.

[ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/art4\\_5/final\\_report.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/art4_5/final_report.pdf)

## DÉONTOLOGIE

## 28 | AVRIL

Le Parlement de la Communauté française a adopté le décret reconnaissant une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique, le Conseil de déontologie journalistique. Le CDJ sera chargé d'informer le public et le secteur des médias sur les enjeux de la déontologie ; de traiter des plaintes et assurer la médiation entre le public et le secteur ; et d'émettre des avis dans ces domaines, notamment. Le décret définit les modalités de reconnaissance et de financement de cette instance d'autorégulation. Il prévoit que la Communauté française assurera la moitié du financement, celle à charge de l'Association des Journalistes Professionnels (AJP), tandis que l'autre moitié sera assumée par les entreprises de médias. Le décret prévoit également que ce nouvel organe comptera parmi ses membres des représentants des médias publics comme privés, des fédérations de médias de la Communauté, ainsi que de l'AJP. L'IADJ doit être un lieu d'autorégulation externe aux entreprises de presse qui devra garder communes les règles de déontologie journalistique et élaborer une « jurisprudence » partagée par tous les médias. Créé au sein de l'IADJ, le Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ)



sera composé de 20 membres : 6 représentants des journalistes, 6 représentants des éditeurs, 2 représentants des rédacteurs en chef et 6 représentants extérieurs au secteur. La rubrique « Débat 360° » de ce numéro est consacré au CDJ (voir pp. 11-19).

[www.pcf.be](http://www.pcf.be)

## PROTECTION DES MINEURS

20 | AVRIL

La Commission européenne a invité les opérateurs de téléphonie mobile à déployer plus d'efforts pour garantir la sécurité des enfants qui utilisent un téléphone mobile en mettant en place toutes les mesures énoncées dans le code de conduite volontaire signé en 2007 par 26 opérateurs. Selon un rapport publié récemment par l'association GSM, l'association sectorielle de la téléphonie mobile, il existe à ce jour dans 22 États membres un code national d'autorégulation basé sur l'accord-cadre signé par l'entremise de la Commission européenne, 90 % de ces codes étant conformes à l'accord de 2007. Par ailleurs, 80 % des opérateurs ont mis en place des mesures pour contrôler l'accès des enfants aux contenus pour adultes.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/596&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/596&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)

08 | JUIN

Le Ministère de la Communauté française (SGAM) a ouvert jusqu'au 8 août une consultation publique sur la réglementation relative à la protection des mineurs dans les services de médias audiovisuels suite de récentes modifications intervenues dans le décret du 27 février 2003 sur les services de médias audiovisuels qui transpose notamment les nouvelles dispositions de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels.

[www.cfwb-av.be/default.asp?V\\_ITEM\\_ID=771](http://www.cfwb-av.be/default.asp?V_ITEM_ID=771)

## PUBLICITÉ

08 | AVRIL

En France, le CNA (Conseil national de l'alimentation) a rendu son rapport sur l'éducation alimentaire, la publicité alimentaire, l'information nutritionnelle et l'évolution des comportements alimentaires. Ce rapport, basé sur l'audition des principaux acteurs publics et privés (dont le CSA) et les contributions de tous les acteurs de la chaîne alimentaire, présente

les derniers chiffres sur l'évolution du marché publicitaire, expose les principales initiatives prises par les industriels, notamment en matière de publicité télévisée, et rend compte des positions des associations de consommateurs. Il fait également une série de recommandations, dont, en matière de publicités télévisées pour les produits alimentaires diffusées aux heures de grande écoute des enfants, celle d'éviter toute stigmatisation et de mettre en œuvre dans le cadre d'une démarche concertée des mesures pour la valorisation d'une alimentation variée et équilibrée.

[cna-alimentation.fr/images/documents/avis%20n%20B064.pdf](http://cna-alimentation.fr/images/documents/avis%20n%20B064.pdf)

14 | AVRIL

La Commission européenne a engagé une procédure d'infraction à l'encontre du Royaume-Uni suite aux plaintes d'internautes britanniques et d'un dialogue approfondi avec les autorités de ce pays concernant l'utilisation, par les fournisseurs de services internet, d'une technologie de publicité comportementale également connue sous le nom de « Phorm ».

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/570&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/570&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

21 | AVRIL

Le CSA français a rendu une décision qui encadre la possibilité, prévue par la loi sur la réforme de l'audiovisuel public votée le 5 mars dernier, aux chaînes privées, de programmer deux coupures publicitaires pendant la diffusion d'une œuvre audiovisuelle. Dans sa décision, le CSA a considéré qu'une période d'au moins vingt minutes doit s'écouler entre deux interruptions successives à l'intérieur d'un même programme, qu'il s'agisse d'une œuvre cinématographique, d'une œuvre audiovisuelle ou d'un programme destiné à la jeunesse ; chaque interruption publicitaire ne pouvant excéder six minutes.

[www.csa.fr/actualite/decisions/decisions\\_detail.php?id=128405](http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=128405)

26 | MAI

L'Ofcom britannique a publié son code de la publicité télévisée. Ce document, seconde étape de la réforme de la régulation de la publicité télévisuelle conduite par l'Ofcom, traite de la durée, des règles d'insertion et du téléachat.

[www.ofcom.org.uk/consult/condocs/rada08/statement/](http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/rada08/statement/)

02 | JUIN

Le CSA français a publié un dossier d'actualité sur le « Marché publicitaire 2009 de la télévision : vers de nouveaux équilibres » : le ralentissement de l'activité économique affecte sensiblement, depuis le début de l'année,



les principales chaînes privées gratuites de la télévision, en dépit d'un cadre réglementaire plus favorable à la diffusion de la publicité. Les nouvelles chaînes de la TNT semblent moins touchées, grâce à la progression de leur audience et à la captation d'une partie de la publicité précédemment diffusée sur France Télévisions.

[www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers\\_detail.php?id=128527](http://www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=128527)

dée par le Conseil des ministres de l'Union pour entrer en vigueur. Les eurodéputés ont également demandé à la Commission de lancer une étude d'impact pour le secteur audiovisuel d'ici janvier 2010, dans le but de décider si une extension des droits des artistes interprètes aux œuvres audiovisuelles leur serait bénéfique.

[www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0282+0+DOC+XML+V0//FR&language=FR](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0282+0+DOC+XML+V0//FR&language=FR)

## ACCESSIBILITÉ

24 | MARS

Le CSA français a constaté que la presse magazine n'indiquait pas les diffusions de programmes en audiodescription à destination des personnes souffrant de déficience visuelle, en particulier sur TF1 et Arte, et que ces chaînes n'en faisaient pas mention dans leurs bandes annonces ni au moment de la diffusion de ces programmes.

Il a donc demandé au Syndicat de la presse magazine et d'information et aux syndicats de la presse quotidienne de communiquer ce renseignement dans les annonces de programmes, et aux chaînes concernées de la donner oralement dans les bandes annonces ainsi que lors de la diffusion des programmes. Par ailleurs, le Conseil a constaté que si le sous-titrage des programmes à destination des personnes sourdes ou malentendantes était indiqué dans tous les avant-programmes, les bandes annonces ne comportaient pas cette mention. Il a donc demandé aux chaînes de compléter leurs bandes annonces en y apposant, le cas échéant, le logo de l'oreille barrée.

Le CSA a également remis son rapport annuel au Conseil national consultatif des personnes handicapées (CNCPH) qui fait état des décisions prises par le Conseil au cours des années 2007 et 2008 en faveur de l'accessibilité des programmes télévisés aux personnes souffrant de déficience auditive.

[www.csa.fr/actualite/decisions/decisions\\_detail.php?id=128418](http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=128418)

[www.csa.fr/actualite/decisions/decisions\\_detail.php?id=128369](http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=128369)

## DROITS D'AUTEUR

23 | AVRIL

Le Parlement européen a adopté, à une large majorité, une résolution qui étend à 70 ans, comme pour les auteurs compositeurs, la protection des droits des interprètes de compositions musicales. Ce texte amende la proposition initiale de la Commission qui souhaitait étendre la protection des droits des interprètes à 95 ans. La proposition du Parlement doit encore être vali-

## DIVIDENDE NUMÉRIQUE

07 | AVRIL

À l'issue d'une réunion stratégique avec Dániel Pataki, responsable de l'autorité de réglementation hongroise et président du RSPG (Radio Spectrum Policy Group, le groupe pour la politique en matière de spectre radioélectrique, un groupe consultatif de haut niveau sur les fréquences radioélectriques mis en place par la Commission en 2002), la Commissaire européenne chargée des télécommunications, Viviane Reding, a souligné l'importance du dividende numérique pour stimuler la croissance et la concurrence sur les marchés européens des télécommunications, et insisté sur le rôle essentiel que les autorités nationales de réglementation des fréquences radioélectriques, présentes au sein du RSPG, joueront au cours des mois à venir dans la transformation du dividende numérique en réalité pratique, pour le bien de l'économie et des citoyens européens.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/09/158&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/09/158&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en)

## INFRASTRUCTURES

25 | MARS

La Commission européenne a publié un rapport sur le marché unique des télécommunications selon lequel l'Europe figure au premier rang mondial pour les services de téléphonie mobile. En dépit de la crise économique, le secteur européen des télécommunications (qui génère 3 % du PIB de l'UE) a poursuivi sa croissance en 2008 : ses recettes sont estimées à plus de 300 milliards d'€, ce qui représente une croissance par rapport à 2007 supérieure à celle du reste de l'économie (1,3 % contre 1 %). Selon ce rapport, les consommateurs ont tout à gagner de la concurrence dans le secteur (diminution du montant des factures de téléphonie mobile et connexion à l'internet pour 75 % des usagers permettant notamment d'obtenir des programmes de télévision par l'internet). La Commission déplore toute-



fois le manque de cohérence entre les réglementations nationales qui risque d'entamer les bénéfices du marché unique des télécommunications.

*ec.europa.eu/information\_society/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item\_id=4784*

stratégie européenne en matière de haut débit, que le Conseil européen de mars a demandé à la Commission d'élaborer d'ici la fin de 2009.

*europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/909&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr*

## 14 | AVRIL

La Commission européenne a demandé à l'AGCOM, l'autorité italienne de régulation des télécommunications, de l'informer des engagements proposés par Telecom Italia pour modifier de façon significative son organisation interne de manière à garantir un traitement équitable des concurrents. Ces engagements, déjà approuvés par l'AGCOM au niveau national, mettent en œuvre une réorganisation interne de Telecom Italia et instaurent un mécanisme particulier destiné à faire en sorte que les opérateurs alternatifs bénéficient d'un accès non discriminatoire au réseau de Telecom Italia. Ils ont par conséquent une incidence sur la capacité des opérateurs alternatifs de faire concurrence à Telecom Italia. En vertu des règles communes de l'UE dans le domaine des télécommunications, l'AGCOM doit consulter la Commission et les autres autorités réglementaires nationales dans le cas de modifications qui, comme celles-ci, peuvent avoir un effet sur le marché unique des télécommunications de l'UE avant leur mise en œuvre. La notification est nécessaire pour assurer la transparence à l'échelon de l'UE et la sécurité juridique dans le processus réglementaire.

*europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/568&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr*

## 12 | JUIN

La Commission européenne ouvert jusqu'au 24 juillet 2009, une consultation publique sur ses propositions révisées de régulation des réseaux d'accès de nouvelle génération (réseaux NGA), sous la forme d'un projet de recommandation de la Commission prévue avant la fin de cette année. La consultation publique précédente qui s'est déroulée au cours du dernier trimestre 2008 a confirmé le soutien général à l'objectif retenu par la Commission de parvenir à un cadre réglementaire commun pour les réseaux NGA afin de susciter, en temps utile, des investissements dans des réseaux à très haut débit tout en veillant au maintien d'une structure concurrentielle du marché. À la suite des commentaires des parties intéressées, le projet révisé de recommandation comprend des mécanismes destinés à répartir le risque lié aux investissements entre les investisseurs et les opérateurs qui demandent à accéder aux réseaux NGA. Ce projet fait partie de la

## AIDES D'ÉTAT

### 08 | AVRIL

La Commission européenne a lancé une consultation publique, ouverte jusqu'au 8 mai, sur un projet révisé de nouvelle communication fixant les règles qu'elle entend appliquer au financement par l'État des services publics de radiodiffusion. Sur la base des observations reçues, la Commission annonce son intention d'actualiser sa communication sur la radiodiffusion avant fin 2009. Les principales modifications apportées par rapport au précédent projet concernent des éclaircissements sur les principes de la neutralité technologique et de l'indépendance éditoriale, un poids accru mis sur les principes clés moyennant une plus grande souplesse de mise en œuvre au niveau des États membres et plus de clarté quant à la détention de provisions par les services publics.

*europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/564&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr*

### 27 | AVRIL

Suite à des inspections menées en septembre 2008 chez Telekomunikacja Polska et en janvier 2009 chez Slovak Telekom, la Commission européenne a décidé d'ouvrir deux enquêtes distinctes en vertu des règles de concurrence, à l'encontre des opérateurs de télécommunications historiques polonais et slovaque, suspectés de violer l'interdiction de pratiques abusives consacrée par le traité CE (article 82). Les enquêtes de la Commission portent essentiellement sur des pratiques abusives présumées, susceptibles d'empêcher ou d'entraver la concurrence sur le marché de l'accès internet à large bande et sur d'autres marchés de communications électroniques en Pologne et en Slovaquie.

*europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/09/203&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr*

### 29 | AVRIL

La Commission européenne a adopté un train de mesures de simplification dans le domaine des aides d'État, ainsi qu'un code de bonnes pratiques et une communication relative à une procédure simplifiée. L'objectif affiché est d'accroître l'efficacité, la transparence et la prévisibilité des procédures en matière



d'aides d'État à chaque étape d'une enquête, encourageant de ce fait une coopération volontaire entre la Commission et les États membres. Ces deux textes proposent notamment que les États membres renforcent les contacts préalables à la notification des mesures d'aides afin d'écartier des difficultés éventuelles au début du processus et prévoient une série d'instruments de planification plus efficaces, qui permettent de traiter tant les affaires difficiles que les cas simples. L'adoption de ces mesures de simplification s'inscrit dans le programme de réforme annoncé par la Commission dans le plan d'action adopté en 2005 dans le domaine des aides d'État.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/659&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/659&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)

## EDUCATION AUX MÉDIAS

21 | AVRIL

L'UNESCO et l'Alliance des civilisations de l'ONU ont publié, en partenariat avec la Commission européenne et Grupo Comunicar, un ouvrage exhaustif sur les politiques d'éducation aux médias dans le monde intitulé « *Mapping media education policies in the world: visions, programmes and challenges* ».

[portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL\\_ID=28539&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL_ID=28539&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

27 | MAI



Tanguy Roosen

Le Gouvernement de la Communauté française a désigné, pour une durée de 5 ans, Tanguy Roosen à la présidence du Conseil supérieur de l'éducation aux médias (CSEM). Juriste de formation, spécialiste du droit d'auteur, Tanguy Roosen est actuellement responsable juridique à la SACD. Il enseigne dans plusieurs institutions d'études supérieures et exerce par ailleurs des activités en médiation civile, commerciale et familiale. Le CSEM a pour missions, entre autres, de promouvoir l'éducation aux médias, de formuler des avis en matière d'éducation aux médias, de favoriser l'intégration de l'éducation aux médias dans les programmes d'éducation et de formation, de stimuler et articuler entre elles les initiatives, actions, expériences, etc. d'éducation aux médias. Le CSEM est composé de 56 membres effectifs qui sont issus, entre autres, des secteurs des médias, de l'éducation aux médias, de l'enseignement, de l'éducation permanente, des médiathèques, du journalisme,

de la presse écrite, du secteur du cinéma, du secteur de la radio et de la télévision, des administrations et des organes consultatifs concernés par ces secteurs. Marc Janssen siégera au nom du CSA au CSEM, Pierre-François Docquir, vice-président du CSA, sera son suppléant.

## CINÉMA

31 | MARS

Le Centre du Cinéma a présenté le « *Bilan 2008 de la production, de la promotion et de la diffusion cinématographiques et audiovisuelles* » dans lequel il met en avant que :

- plus de 23 millions € ont été consacré à la production audiovisuelle en 2008;
- le nombre de films francophones belges sortis en salle cette année continue sa douce mais constante progression : 31 en 2008 (contre 30 en 2007), dont près de la moitié d'auteurs belges francophones;
- 140,6 millions € d'apport en Tax Shelter pour les œuvres audiovisuelles, depuis la mise en place du système, dont beaucoup de films d'auteurs pour un budget total d'environ 993 millions €, soit environ 14% des budgets cumulés.;

[www.cfwb-av.be/default.asp?V\\_ITEM\\_ID=745](http://www.cfwb-av.be/default.asp?V_ITEM_ID=745)

23 | AVRIL

Une nouvelle ligne d'investissement spécifique « Wallimage-Bruxellimage » a été créée au sein du fonds d'investissement Wallimage, cofinancé à parts égales par la Région wallonne et la Région bruxelloise à hauteur de 1 million € chacune, pendant au moins 3 ans.

[www.wbimages.be/index.php?id=actualites\\_detail&festid=163&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=652&tx\\_ttnews\[backPid\]=1&cHash=88b0ca8a45](http://www.wbimages.be/index.php?id=actualites_detail&festid=163&tx_ttnews[tt_news]=652&tx_ttnews[backPid]=1&cHash=88b0ca8a45)

## DIVERS

13 | MARS

La Commission européenne a proposé une nouvelle stratégie pour placer l'Europe au premier rang mondial dans le domaine des technologies de l'information et des communications (TIC). Actuellement, l'Europe détient 34% du marché mondial des TIC, et la valeur de cette part s'accroît de 4% par an. Cependant, en raison de la fragmentation du marché et des efforts de recherche, la valeur ajoutée produite par le secteur des TIC de l'UE ne représente que 23 % du total.

[europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/397&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/397&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr)



## 26 | MARS

Selon une étude l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fiction américaine reste hégémonique sur les écrans de télévision européens même si elle a accusé un léger recul ces dernières années au profit des fictions nationales. L'offre américaine reste majoritaire dans le domaine des séries et feuilletons (59,5% de l'offre), des films (55,7%) des téléfilms (49,3%) et de l'animation (45,4%). Tous formats confondus, la part de fiction européenne augmente (39,1% en 2007, contre 37,6% en 2006 et 36,1% en 2005), selon l'étude qui porte sur l'origine des programmes de fiction (séries, téléfilms, longs et courts métrages, animation) diffusés entre 2005 et 2007 par 124 chaînes dans 13 pays européens. La proportion des programmes non-européens recule à 60,9% en 2007, contre 62,4% en 2006 et 63,9% en 2005, note ainsi l'Observatoire. Les chaînes publiques européennes diffusent moins de fiction mais proposent une programmation plus européenne que leurs concurrentes privées dont la part de fiction non-européenne, toujours très importante, continue malgré tout de baisser (76,7% en 2007 contre 77,1% en 2006 et 79,2% en 2005). L'étude note encore que la part de la fiction nationale sur les écrans européens s'est accrue (15,5% en 2007 contre 14% en 2006) au détriment de la fiction européenne non-nationale (10,1% contre 10,9% en 2006). L'Observatoire relève la part stable des coproductions inter-européennes (4,4% en 2007 contre 4,5% en 2006), tandis que les coproductions européennes avec des pays tiers est en hausse (9,1% contre 8,1% en 2006).

[www.obs.coe.int/about/oea/pr/a08vol2.html](http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/a08vol2.html)

## 24 | MARS

Le Parlement européen a adopté une résolution par laquelle il renouvelle son engagement en faveur de la promotion de l'apprentissage des langues, du multilinguisme et de la diversité linguistique dans l'Union européenne, y compris des langues régionales et minoritaires. Pour les députés, le recours au sous-titrage dans les émissions télévisées facilitera l'apprentissage et la pratique des langues de l'Union européenne, en vue d'une meilleure compréhension du contexte culturel des productions audiovisuelles.

[www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0162+0+DOC+XML+V0//FR&language=FR](http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0162+0+DOC+XML+V0//FR&language=FR)

## 1<sup>er</sup> | AVRIL

Selon les dernières données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, des chaînes de télévision continue de se développer au sein du marché télévisuel en Europe : plus de 200 nouvelles chaînes TV ont été lancées en 2008 et pour

un total de 5587 chaînes européennes (plus 412 chaînes non européennes) actuellement. 2008 a également vu le développement significatif de la TNT, avec plus de 500 chaînes disponibles sur cette plateforme d'accès libre, où les chaînes de service public, ainsi que les chaînes généralistes, d'information et culturelles, jouent un rôle prépondérant. D'après l'Observatoire, la TNT aura été mise en place dans 23 pays de l'Union d'ici la fin 2009.

[www.obs.coe.int/about/oea/pr/miptv2009\\_mavise.html?print](http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/miptv2009_mavise.html?print)  
[mavise.obs.coe.int/welcome](http://mavise.obs.coe.int/welcome)

## 22 | AVRIL

L'UNESCO et 32 institutions partenaires ont lancé la Bibliothèque numérique mondiale qui propose en ligne, en accès libre, gratuit et en plusieurs langues, du matériel culturel provenant de bibliothèques et d'archives d'un peu partout dans le monde. Outre des manuscrits, cartes, livres rares, illustrations et photographies, le site offre également films et enregistrements sonores.

[portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL\\_ID=28549&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/fr/ev.php-URL_ID=28549&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)  
<http://www.wdl.org/fr/>

## 25 | MAI

48 rédacteurs en chef et cadres journalistes de 19 pays ont adopté et signé à Hambourg la « Charte européenne pour la liberté de la presse ». qui formule, en dix articles, des principes de liberté des médias face aux ingérences de l'État, et en particulier de protection contre les actions de surveillance, d'écoute ou de perquisition de rédactions et d'ordinateurs et de libre accès des journalistes et des citoyens à toutes les sources d'information nationales et étrangères.

[www.pressfreedom.eu/fr/index.php](http://www.pressfreedom.eu/fr/index.php)

## 28-29 | MAI

La première conférence du Conseil de l'Europe des ministres responsables des médias et des nouveaux services de communication s'est tenue à Reykjavik. Les ministres se sont interrogés sur la redéfinition de la notion de « médias » et sur ses incidences normatives, au regard des évolutions des usages et des modes de consommation. Cette question fondamentale orientera le travail du Conseil de l'Europe pour les prochaines années.

[www.ministerialconference.is/](http://www.ministerialconference.is/)

**L'ADOPTION RÉCENTE** par le Parlement de la Communauté française d'un décret réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'un conseil de déontologie offre aux citoyens et aux professionnels un nouvel outil de traitement des plaintes en matière d'information. Nouvel outil qui, s'il reste concrètement à mettre en place, articule déjà efficacement – en audiovisuel du moins – autorégulation et régulation.



MURIEL HANOT

## CONSEIL DE DÉONTOLOGIE : ARTICULER AU MIEUX AUTORÉGULATION ET RÉGULATION



Jean-Jacques JESPERS



Marc JANSEN



© Michel Leroy-RTBF-2009

Simon-Pierre DE COSTER



Martine SIMONIS

**Depuis la disparition en 2002** des Conseil et Collège de déontologie de l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB), chargés d'appliquer les principes de déontologie aux cas litigieux rencontrés en pratique, les journalistes du pays se sont penché sur la mise en place d'un nouvel organe officiel d'autorégulation professionnelle plus efficace, plus visible et plus représentatif.

Si côté néerlandophone, la réflexion a atterri dès novembre 2002 avec la création du « Raad voor Journalistiek », du côté francophone, le débat semblait ne pas devoir aboutir, en dépit d'une déclaration commune de l'Association des Journalistes professionnels (AJP) et des Journaux Francophones Belges (JFB), à laquelle devaient par la suite être associés éditeurs et journalistes de la presse spécialisée ou périodique, responsables de l'audiovisuel privé et public, rédacteurs en chef.

La question de la mise en œuvre d'un conseil de déontologie journalistique (CDJ) n'était donc pas neuve lorsque le 9 janvier 2007, au « lendemain » de la diffusion du faux JT de la RTBF (« *Bye Bye Belgium* »), le Parlement de la Communauté française votait une motion demandant au Gouvernement de « créer un Conseil de déontologie journalistique ».

Les acteurs étaient d'accord, les statuts fin prêts. De là à couler reconnaissance et financement dans la loi, il devait, en principe, n'y avoir qu'un pas. Mais un pas difficile à franchir en raison d'un point de blocage entre éditeurs de services audiovisuels et CSA : le secteur réclamait en effet que la déontologie relève de la seule compétence exclusive du CDJ, de façon à éviter l'exercice d'un double contrôle sur la profession.

A priori CDJ et CSA ont des missions, des rôles et des objectifs différents. Le CDJ en tant qu'instance d'autorégulation veille au respect des codes profession-

nels et par là vise le bon fonctionnement de la profession et la préservation du contrat de confiance de celle-ci avec le public. Le CSA veille de son côté à garantir le respect d'un cadre réglementaire imposé par le législateur aux différents acteurs de l'audiovisuel, dans le souci de concilier liberté d'expression et respect d'autrui, liberté commerciale et protection du consommateur. D'un côté s'imposent les règles déontologiques, de l'autre le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Cette distinction entre règles professionnelles et règles légales est évidente pour la majeure partie des dispositions décrétales, quel que soit le programme considéré. Violence, dignité humaine, protection des mineurs, règles publicitaires... relèvent clairement du champ de la régulation. De leur côté, recoupement des sources, secret professionnel, respect de la vie privée, objectivité... répondent aux principes déontologiques.

Une zone de « superposition » subsiste néanmoins autour des règlements d'ordre intérieur que doivent adopter les services de médias audiovisuels qui traitent de l'information. Le décret sur les services de médias audiovisuels prévoit en effet en son article 35, 3° que « l'éditeur de services dont le service de médias audiovisuels est distribué via une plateforme de distribution fermée doit, s'il diffuse de l'information, établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information et s'engager à le respecter ». Des dispositions similaires s'imposent aux télévisions locales (art. 66, §1<sup>er</sup>, 7°) et à la RTBF (article 7, §§2 et 7 du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF<sup>1</sup>). Dispositions qui relèvent de la compétence générale de contrôle du CSA qui peut ainsi être amené à se prononcer sur des questions liées à l'objectivité.

Contestée par les éditeurs de services audiovisuels, cette superposition est un fait de droit. En pratique, elle a rarement trouvé à s'appliquer. Ainsi, en 2006 et 2007, le CSA n'a conduit à terme qu'un seul dossier du genre. Alors que dans la même période, 42 plaintes touchaient de près ou de loin à des questions de déontologie (objectivité, diffamation, caméra cachée, manipulation, fausse information...). La plupart du temps, de telles plaintes sont classées sans suite par défaut de compétence du régulateur.

Dans le seul cas qui a conduit à une sanction (« *Bye Bye Belgium* », décision du 4 juillet 2007<sup>2</sup>), le Collège retenait d'une part que « la notion d'objectivité recouvre également une dimension collective dont le respect incombe à l'éditeur

et dont le Conseil supérieur de l'audiovisuel doit vérifier le bon accomplissement aussi longtemps que le législateur en fait une obligation légale » et regrettait d'autre part n'avoir pas eu la possibilité de « demander l'avis d'un conseil de déontologie en charge de l'autorégulation ».

Parce que ce conflit de compétence était fondamental pour les acteurs de l'audiovisuel qui craignaient une éventuelle double sanction dans le cas où CSA et CDJ devraient être amenés à juger d'une même plainte, parce que les chevauchements de compétence demeurent une éventualité, la subsidiarité entre régulation et autorégulation s'imposait donc. Tel est le sens de la procédure de collaboration qui a été intégrée au décret réglant les conditions de reconnaissance et de subventionnement d'une instance d'autorégulation de la déontologie journalistique adopté le 28 avril 2009 par le Parlement de la Communauté française<sup>3</sup>.

Sans restreindre le champ d'application du régulateur inscrit dans le décret, le Parlement a opté pour une procédure commune qui privilégie le dialogue et la concertation : le CSA pourra désormais transmettre les plaintes, questions et préoccupations du public quant au journalisme audiovisuel à une institution qui a la compétence et la légitimité pour les examiner et, le cas échéant, les trancher. Il renforcera et complètera l'action du CDJ dans trois cas de figure : les cas de récidive, les ingérences des patrons de chaîne dans l'indépendance des rédactions, la gravité d'une infraction.

Ce faisant, le législateur a conforté l'importance dévolue à l'autorégulation tout en assurant des mécanismes de régulation dans le cas où celle-là ne suffirait pas. Du moins pour ce qui concerne le champ de compétence de l'audiovisuel. La balle est maintenant dans le camp de la profession qui doit transformer et réaliser l'essai.

Dans cet espace-temps qui sépare l'adoption du dispositif légal de la mise en place effective de ce nouvel organe, il nous semblait intéressant de confronter les commentaires et les attentes de certains des principaux acteurs de la négociation, à savoir Martine Simonis pour l'AJP, Simon-Pierre De Coster pour la RTBF et Marc Janssen pour le CSA, et d'y adjoindre le point de vue d'un observateur avisé de la déontologie journalistique en la personne de Jean-Jacques Jespers, professeur à l'ULB.

*« La balle est maintenant dans le camp de la profession qui doit transformer et réaliser l'essai »*

1. Décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF [www.csa.be/documents/show/589](http://www.csa.be/documents/show/589)  
2. Décision du 4 juillet 2007 relative à la RTBF : [www.csa.be/documents/show/653](http://www.csa.be/documents/show/653)  
3. Parlement de la Communauté française, compte rendu de la séance du 28 avril 2009 [www.pcf.be/req/info/document?id=001285293](http://www.pcf.be/req/info/document?id=001285293)





JEAN-JACQUES JASPERS

## LE NOUVEAU CDJ : RAISON ET SENTIMENTS

« Qui possède la légitimité nécessaire pour faire respecter le droit du public à une information indépendante, exacte et significative ? »

Ne faisons pas la fine bouche : la naissance, après tant de péripéties, du conseil de déontologie journalistique est encourageante, non seulement pour la qualité des médias, mais aussi pour le fonctionnement de la démocratie. Des journalistes et des éditeurs conscients de leur rôle sociopolitique et décidés à le remplir sont les principaux boucliers du régime démocratique. Hélas, l'information est aussi un produit et, pour le vendre, certains médias recourent à des pratiques de marketing qui ne sont compatibles ni avec l'éthique ni avec la fonction démocratique de l'information. Dans les 159 dossiers traités, en 5 ans d'existence, par le conseil flamand de déontologie journalistique (*Raad voor de Journalistiek ou RVDJ*, créé en 2002)<sup>1</sup>, le motif de plainte le plus fréquent était l'in-

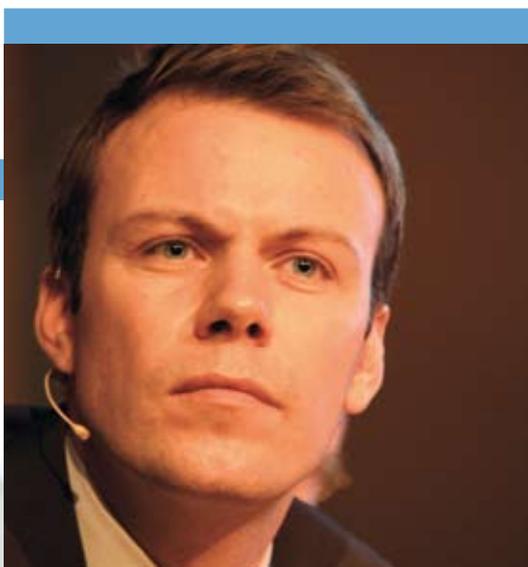
formation inexacte ou fautive (55 %). Par rapport au bilan établi par l'AGJPB en 2000 (lorsque disparut son *Conseil de déontologie* fédéral et bilingue), on constate une nette augmentation des plaintes portant sur la qualité même du contenu informatif. Plus que jamais, il s'imposait de « *faire en sorte que les médias puissent tout dire [...] mais qu'ils ne puissent pas dire n'importe quoi impunément*<sup>2</sup> ».

Mais l'existence du CDJ ne nous immunise pas contre une question lancinante : qui possède la légitimité nécessaire pour faire respecter le droit du public à une information indépendante, exacte et significative ? Pour leur part, éditeurs et journalistes ont toujours privilégié, de bonne foi ou par volonté de se mettre à l'abri de regards critiques externes, l'autorégulation de la profession. *La Déclaration des devoirs et des droits des journalistes* (approuvée en 1972 par la Fédération internationale des journalistes) affirme, pour le journaliste, le droit de « *n'accepter que la juridiction de ses pairs, à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre* » (art. 11).



Jean-Jacques JASPERS

- III Docteur en Droit et licencié en Journalisme et communication
- III Journaliste à la RTBF de 1970 à 2003. Il y a exercé diverses fonctions, notamment l'animation de l'émission de médiation « Qu'en dites-vous ? »
- III Président de l'École universitaire de journalisme de Bruxelles (ULB), où il enseigne diverses matières dont la déontologie de l'information et de la communication, l'analyse de l'actualité, l'analyse critique des productions médiatiques et le journalisme radiophonique et télévisuel.



Marc JANSSEN

- III Docteur en Science Politique de la University of California, Los Angeles – UCLA
- III Licencié en Journalisme et Communication de l'Université Libre de Bruxelles
- III Titulaire d'un Masters en Science Politique de la Maxwell School of Citizenship & Public Affairs de la Syracuse University.
- III De 2000 à 2004, assistant et chargé de cours à UCLA, spécialisé dans l'histoire politique américaine, le droit constitutionnel et les libertés individuelles. Fellow au Center for American Politics and Public Policy à Washington en 2004 et 2005.
- III Membre du Conseil d'administration de la RTBF de 2004 à 2007.
- III Depuis 2007, chargé de cours à la Brussels School of International Studies de l'Université du Kent.
- III Président du CSA depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2007.



Simon-Pierre DE COSTER

- III Juriste au Cabinet de l'administrateur général de la RTBF de 1989 à 2002
- III Directeur juridique de la RTBF depuis 2003.
- III Membre du Collège d'avis du CSA depuis 1997.
- III Enseigne également le droit des médias et le droit et déontologie de la publicité à l'ISFSC et à l'IHECS.
- III Auteur de diverses contributions scientifiques sur la RTBF, les radios privées, l'aide à la presse écrite, l'extrême droite et les médias, les communications gouvernementales, le sexisme dans la publicité, la protection des mineurs,...

Cette opposition à l'intervention de l'État, compréhensible étant donné la censure qui sévit dans la plupart des pays du monde, néglige sans doute l'évolution des rapports entre les journalistes et leurs patrons dans nos régions. Car aujourd'hui, la plupart des conflits éthiques au sein des rédactions naît d'une contradiction entre la stratégie commerciale du média et les principes de base de la profession journalistique. Il n'est pas interdit de penser qu'en Europe, une intervention du pouvoir d'État pour imposer une régulation externe serait un puissant adjuvant au combat des journalistes contre les empiètements des éditeurs sur la ligne éditoriale et contre la détérioration des conditions concrètes de production de l'information. Point n'est besoin d'avoir lu Lacordaire pour comprendre que, entre le puissant et le faible, « *c'est la liberté qui opprime et la loi qui affranchit* ».

En outre, l'idée que l'exercice du droit à l'information du public ne serait contrôlé que par les journalistes et les éditeurs a suscité des critiques compréhensibles. C'est un peu comme si Belgacom, Base et Mobistar s'arrogeaient le droit de décider seuls de la manière de protéger le secret des communications téléphoniques.



**Martine SIMONIS**

- III Licenciée en droit de l'UCL.
- III Est depuis 17 ans Secrétaire nationale de l'AGJPB, l'union professionnelle fédérale des Journalistes. Est également Secrétaire générale de l'Association des Journalistes Professionnels (AJP - union francophone et germanophone créée en 1998).
- III Responsable notamment du service juridique des unions professionnelles, elle a organisé les activités du Conseil de déontologie national de l'AGJPB.
- III Membre du CSA, du CSEM et du Gender Council de la Fédération Internationale des Journalistes. Elle est aussi administratrice de la Société des Auteurs Journalistes (SAJ) et formatrice en négociations collectives.

Au terme de maintes polémiques, l'idée qui a finalement émergé est celle d'un conseil de régulation placé sous l'égide des pouvoirs publics mais sans intervention de ceux-ci, tripartite et faisant appel à un « troisième banc » composé d'experts et/ou de représentants du public censés défendre « l'intérêt général ». On ne peut que s'en féliciter, faute d'une formule plus convaincante qui demeure à ce jour introuvable. Reste à savoir ce que l'on peut en attendre.

Aujourd'hui, des conseils de presse fonctionnent dans une vingtaine de pays d'Europe<sup>3</sup>. Là où ils existent, leur composition et leur fonctionnement ne soulèvent pas que de l'enthousiasme. Par exemple, leurs décisions peuvent être contradictoires et sont parfois fondées sur des impressions. De plus, comme dans le cas du CDJ, l'adhésion au système est volontaire et un média fautif peut se soustraire à la régulation en refusant d'y souscrire ou, en l'occurrence, en se retirant de l'a.s.b.l. qui chapeaute le CDJ.

Et puis, surtout, il y a la question épineuse des sanctions. Au contraire des conseils de régulation audiovisuels, le pouvoir coercitif des conseils de presse est en général symbolique. Les seules exceptions sont le conseil de presse suédois, qui peut infliger des amendes, et le conseil de presse slovène qui peut prononcer l'exclusion du journaliste ou du média. Mais un média ou un journaliste, même condamné, pourra poursuivre ses activités et, en cas de refus de paiement de l'amende, le seul recours est d'exclure le récalcitrant du système d'autorégulation... ce qui revient à lui épargner tout contrôle.

Quelles sanctions plus dissuasives pourrait-on imaginer ? Une idée a été avancée par des députés fédéraux<sup>4</sup> : le conseil de presse pourrait proposer la suspension ou le retrait, par la Commission d'agrégation, du titre légal de journaliste professionnel à celui qui aurait gravement transgressé l'éthique. Outre qu'elle ne peut frapper que le journaliste – et non l'éditeur qui lui a éventuellement donné une consigne –, outre qu'elle ne revêt qu'une portée relative – puisque le titre de journaliste professionnel n'est pas requis pour exercer le métier –, cette idée de sanction n'a manifestement pas été relayée.

Pour inciter les médias à publier les avis du CDJ, on pourrait aussi prévoir que l'aide publique à la presse ne soit attribuée qu'aux médias qui reconnaissent la compétence du conseil et s'engagent à en publier les avis. D'autres encore imaginent que le CDJ pourrait se voir reconnaître le droit d'infliger des amendes conventionnelles aux médias qui reconnaissent sa compétence. On peut même aller jusqu'à envisager des amendes administratives, mais pour cela, il faudrait que, comme au Danemark ou en Finlande, le conseil de presse acquière un statut de droit public... ce qui réintroduit l'État dans le jeu.

*« L'effet « pilori » d'une condamnation par des pairs n'est pas négligeable, dans un métier où le journaliste guette le jugement de ses confrères et l'éditeur le benchmarking de ses concurrents »*

1. Voorhof (Dirk), dir., « De beslissingen van de Raad geanalyseerd », in Vijf Jaar Raad : Een Balans, Bruxelles, RVDJ, 2007.

2. Le Paige (Hughes), « Les médias et les "dysfonctionnements" », in L'affaire Dutroux, la Belgique malade de son système, Bruxelles, Complexe, 1997, pp. 217-229.

3. Voir la liste complète des conseils de presse sur le site Internet de l'Association internationale des conseils de presse, URL : [www.media-accountability.org/aijpc\\_index.php](http://www.media-accountability.org/aijpc_index.php).

4. Proposition de loi du 11.1.2000, Doc. Parl., Chambre, n° 0365/001, p. 573.



|||| Nous n'en sommes pas là. Pour le moment, la puissance de feu du RVDJ en Flandre et du tout nouveau CDJ en Communauté française restera morale. L'absence de sanctions réellement dissuasives risque de donner à l'opinion publique le sentiment que les médias bénéficient d'une impunité quasi totale. On objectera que l'effet « pilori » d'une condamnation par des pairs n'est pas négligeable, dans un métier où le journaliste guette le jugement de ses confrères et l'éditeur le benchmarking de ses concurrents. Tout dépendra de la publicité qui sera donnée aux avis du CDJ. Une publicité qui dépendra essentiellement du bon vouloir des médias, dont on connaît la réticence à parler d'eux-mêmes. Mais l'enthousiasme des promoteurs du CDJ ne sera pas entamé par ce doute, pas plus qu'il ne l'a été par près de 9 ans de tergiversations. Le seul fait d'avoir pu faire naître le CDJ en dépit de ces embûches est, sans doute, un gage d'espoir pour l'avenir : *l'Italia non fu fatta in un giorno...*



MARC JANSSEN

## CDJ - CSA : COLLABORER POUR AVANCER

En novembre 2007, il y a plus d'un an et demi, le Conseil supérieur de l'audiovisuel se retrouve pour la première fois assis à table aux côtés des initiateurs et porteurs du projet de Conseil de déontologie journalistique. Le climat est difficile. Chacune des parties est convaincue de l'importance de la création d'un tel organe et celui-ci est enfin arrivé à une phase de maturation propre à accélérer sa mise en place effective. Mais des interrogations fondamentales consubstantielles à son existence et son mode de fonctionnement doivent encore trouver des réponses susceptibles de recueillir un consensus.

*« Le CDJ seul possède la légitimité à évaluer et critiquer le travail intellectuel fourni au quotidien par les journalistes »*

Parce que la presse exerce une fonction cruciale dans toute société démocratique, elle doit agir et se contrôler elle-même sans ingérence extérieure ; mais c'est précisément en raison de ce rôle central que ses pratiques et son autorégulation ne peuvent s'exercer sans la vigilance, même lointaine, de l'autorité publique, seule dotée de la légitimité démocratique. Se pose également la question du champ de la déontologie elle-même : est-elle complémentaire, supplémentaire, subsidiaire au droit commun et, plus spécifiquement ici, aux règles sur l'audiovisuel fixées par un Parlement démocratiquement élu ?

Le CSA est concerné directement par chacune de ces deux problématiques. Comme tout régulateur, il a spécifiquement été créé pour agir comme autorité certes publique mais en dehors des pouvoirs « classiques » (le judiciaire, l'exécutif et le législatif). Il est l'un des garants tant de la liberté d'expression des éditeurs que du respect des lois et règlements – dont certains mènent à une limitation – dans des conditions très précises et heureusement restrictives – de cette liberté fondamentale. Il exerce donc une mission essentielle à l'égard du public, avec une légitimité qui repose sur un

difficile mais indispensable équilibre entre sa distance par rapport au monde politique et sa fidélité aux préceptes édictés par celui-ci. Par rapport à ce que les journalistes audiovisuels disent, montrent ou font à l'écran, le CSA se devait donc de définir, avec un maximum de clarté, sa perspective et sa mission, refusant toute ingérence et excluant toute démission. S'il n'avait pas la faculté juridique de se décharger lui-même des missions de contrôle qui lui sont assignées au profit d'une tierce institution, il se devait de définir avec les acteurs porteurs du CDJ les modalités de collaboration à même de lui garantir autorité et efficacité.

*« La philosophie générale des relations que se sont engagés à entretenir CDJ et CSA s'inscrit donc bien dans une volonté de collaboration »*

Dans cette discussion, le CSA n'a jamais remis en cause un principe cardinal de l'ensemble du dispositif : le CDJ seul possède la légitimité à évaluer et critiquer le travail intellectuel fourni au quotidien par les journalistes – légitimité d'ailleurs reconnue par le décret qui l'institue. Ce Conseil est investi en retour de la responsabilité de traiter avec impartialité, diligence et transparence toutes les plaintes, questions ou préoccupations qui lui arrivent – et il s'est engagé à respecter certaines formes et délais, notamment quand elles transitent par le CSA.

Pour délimiter et limiter le rôle du régulateur dans le dispositif mis en œuvre par le décret CDJ, toute la réflexion interne au CSA et toutes les discussions avec ses partenaires ont été menées sur base d'objectifs précis : contribuer à protéger le journaliste, consolider le CDJ et être le garant du respect des lois. Concrètement, toute question liée à la déontologie journalistique sera traitée par le CDJ. Si le CSA peut ou doit intervenir, son action sera toujours conjointe avec celle du CDJ et elle ne pourra résulter que de la nécessité d'utiliser les compétences et les prérogatives légales de chacune des institutions dans un souci de complémentarité et d'efficacité. Nous avons envisagé (sans les escompter) trois types de situations où une telle complémentarité d'action est souhaitable, voire indispensable.

D'abord, en cas de constat d'ingérence d'un dirigeant du média dans le travail de la rédaction, par exemple dans le but de favoriser ou de discriminer une formation politique – ce qui est d'ailleurs interdit par le décret sur l'audiovisuel qui promeut l'objectivité et l'honnêteté et l'impartialité dans le traitement de l'information par les médias audiovisuels. Toutes les tentatives d'influence de la part d'un patron de presse doivent être évitées ou sanctionnées, si elles sont avérées après enquête du CDJ, en particulier dans un contexte où certains journalistes travaillent sous statut précaire,.

Ensuite, en cas de récidive. Si le CDJ constate qu'un journaliste réitère, par exemple, des propos incitant à la haine ou à la discrimination alors que le Conseil l'avait précédemment réprimandé dans des circonstances similaires, le CSA peut, sur base d'un tel constat, user du pouvoir de sanction dont le

CDJ ne dispose pas pour venir soutenir l'action de l'instance d'autorégulation.

Enfin, et ce fut la situation la plus complexe à traduire en règle écrite, se posait la question du rôle de l'autorité publique dans le cas d'affaires « graves ». Une pratique qui se généralise - ou un cas individuel qui surgit - pourrait heurter et déconcerter de manière si fondamentale le public que le silence de l'autorité publique pourrait donner l'apparence de désappropriation impuissante ou de délitement coupable. Mais comment définir, sans arbitraire ni caprice, une affaire « grave » ? Un nombre de plaintes anormalement élevé, par exemple, est rapidement injustifiable. Les manipulations ne peuvent être exclues et, plus fondamentalement, le CSA a toujours considéré qu'une plainte d'un citoyen méritait à elle seule l'attention et le respect du régulateur et suffisait à ouvrir une procédure, qu'elle qu'en soit l'issue donnée par le Secrétariat d'instruction et le Collège d'autorisation et de contrôle. La question a été tranchée en considérant qu'une affaire devient « grave » quand elle devient « politique », c'est-à-dire lorsqu'elle touche à des questions et valeurs fondamentales d'organisation de la vie en société. Ceux qui sont les plus légitimes à apprécier cette implication restent précisément les élus politiques. C'est pourquoi, dans le dispositif de collaboration entre CDJ et CSA, est incluse la possibilité pour trois chefs de groupes politiques démocratiques reconnus au Parlement de la Communauté française de déposer, ensemble, une plainte au CSA, même si celle-ci touche à la déontologie. Dans ce cas, avant de prendre sa décision, le CSA prendra bien évidemment ici aussi l'avis du CDJ - et ne pourra d'ailleurs ici non plus s'en écarter sans motiver précisément les motifs qui l'y ont conduit.

La philosophie générale des relations que se sont engagés à entretenir CDJ et CSA s'inscrit donc bien dans une volonté de collaboration. Il appartiendra à chacun de contribuer à les faire vivre et à inscrire dans la pratique le principe théorique de complémentarité entre autorégulation de la profession et régulation publique. A ceux qui craignent que ce ne soit pas chose aisée, il convient de préciser que certaines modalités sont inscrites dans le décret lui-même (évaluations bisannuelles, réflexions et rapports conjoints, etc), et de souligner que des mois de discussions et réunions ont pu faire tomber bien des a priori respectifs...

Depuis cette réunion de novembre 2007, le CSA s'est vu régulièrement contraint de répondre aux citoyens qui s'adressaient à lui pour faire part de questions ou de mécontentements quant au traitement de l'information sur un média audiovisuel, qu'il n'existait pas en Communauté française d'institution en mesure de l'écouter et ayant la légitimité de lui répondre (mais que, « prochainement », un CDJ serait mis sur pied). Chaque signature de ce type de courrier ne manquait pas de provoquer un certain malaise chez nous. Il n'est pas anecdotique de se réjouir de pouvoir, dans un futur que nous espérons donc proche, témoigner envers eux d'une réelle possibilité de voir leurs doléances désormais entendues et prises en considération.



SIMON-PIERRE DE COSTER

## UN CONSEIL DE DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE POUR TISSER DES LIENS DE QUALITÉ ENTRE LES JOURNALISTES, LES MÉDIAS ET LE PUBLIC

« *Le journaliste n'accepte, en matière professionnelle que la juridiction de ses pairs à l'exclusion de toute ingérence gouvernementale ou autre* ». Ainsi, la Charte de Munich conclut-elle la déclaration des devoirs des journalistes. A la lecture de cet énoncé, certains pourraient penser que les journalistes constituent une corporation au-dessus des lois qui refuseraient les juridictions de droit commun en cas de faute commise dans le cadre de leur activité professionnelle. Il n'en est rien. Simplement, ce principe nous rappelle que lorsqu'un journaliste a commis un manquement aux règles déontologiques de sa profession, sans que cela n'aie d'implication judiciaire, il n'accepte, en matière professionnelle, que la juridiction de ses pairs. Encore faut-il qu'il existe une instance ad hoc devant laquelle il pourrait être « jugé » par ses pairs.

La création d'un Conseil de déontologie journalistique (CDJ) en Communauté française de Belgique vient enfin combler cette lacune. A vrai dire, à l'origine, les médias audiovisuels n'étaient guère enthousiastes à l'idée de créer un « bidule » supplémentaire qui se superposerait aux couches de mécanismes de contrôle et d'institutions qu'ils connaissent déjà, que ce soit à travers les contrôles juridictionnels ordinaires ou les contrôles internes liés aux obligations décrétales qu'ils ont de disposer d'un règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information, et de nouer des relations officielles avec des sociétés de journalistes reconnues en leur sein<sup>1</sup>, mais plus encore, qui se serait ajouté au contrôle administratif effectué par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, lequel ne s'est pas privé, depuis sa création, de rendre des décisions, au demeurant souvent contestables et parfois contestées, sur ces mêmes questions journalistiques et déontologiques<sup>2</sup>. Bref, les éditeurs de services de médias audiovisuels avaient l'impression que cette juxtaposition de procédures de contrôle, de régulation, d'autorégulation et de contre-pouvoirs risquait d'annihiler l'essence même de la liberté de la presse, laquelle, toute occupée qu'elle aurait été à se justifier en permanence devant juges civils, pénaux, administratifs, autorité d'autorégulation, chambres de recours disciplinaires, médiateurs internes et externes, ... en aurait été empêchée finalement d'exercer sa mission première qui est d'informer les citoyens sur les questions d'intérêt général.

Heureusement, l'on a pu s'accorder sur un aménagement des compétences entre le CSA et le CDJ, en confiant au CDJ un rôle moteur dans l'instruction et la prise de décision en matière de déontologie journalistique.

« *À l'origine, les médias audiovisuels n'étaient guère enthousiastes à l'idée de créer un « bidule » supplémentaire qui se superposerait aux couches de mécanismes de contrôle et d'institutions qu'ils connaissent déjà* »

1. Sans compter, pour la RTBF, les mécanismes de contrôle éditorial exercé par le conseil d'administration, la tutelle administrative, les médiations interne et externe et les procédures disciplinaires susceptibles de frapper des journalistes pour des manquements professionnels.

2. Sa première fut d'ailleurs prise à l'encontre de RTL-TVI à propos d'une scène de prise d'otage, abusivement qualifiée de violence gratuite (décision du 20.1.1999). Mais il y en eut d'autres concernant la RTBF, relatives à de propos antisémites soi-disant cautionnés par un journaliste de Questions Publiques (décision du 10.11.2004) ou encore à propos de soi-disant manquements à la règle de l'objectivité de l'information dans l'émission Bye Bye Belgium (décision du 4.7.2007) et dans l'émission Tout autre chose (décision du 4.7.2007)





Chacun des deux organes pourra être saisi de plaintes par le public, chacun traitant celles qui relèvent de ses attributions propres, décrétales pour le CSA et déontologiques pour le CDJ<sup>3</sup>. Mais, bon nombre de matières sont à l'intersection des attributions décrétales du CSA et des attributions déontologiques du CDJ, comme par exemple les questions d'objectivité de l'information ou de dignité humaine. Dans ces matières, le CDJ, s'il est saisi d'une plainte, prendra seul ses décisions. Si c'est le CSA qui est saisi, il devra impérativement consulter le CDJ, qui s'il s'estime compétent, remettra

*« Renforcer le lien de confiance nécessaire qui doit exister entre les journalistes, la presse et le public »*

un avis, qui liera le CSA et qui sera communiqué comme tel au plaignant, sauf la faculté du CSA de ne pas suivre cet avis, sur décision motivée, après s'être concerté, dans le cadre d'une procédure d'audition, avec le CDJ<sup>4</sup>.

3. Ainsi, une plainte pour coupure publicitaire du JT, qui constitue une violation du décret, sera traitée par le CSA, et une plainte portant sur l'utilisation de méthodes déloyales pour obtenir des informations, qui constitue une violation d'une disposition déontologique, sera traitée par le CDJ.

4. Dans deux cas particuliers, le CSA pourra instruire directement les plaintes qui lui seraient adressées et qui recourraient à la fois des dispositions décrétales et déontologiques en matière d'information : celui du dépôt de deux plaintes, dans les 12 mois et pour les mêmes griefs, à l'encontre d'un même éditeur de service et celui d'une plainte adressée par trois chefs de groupes politiques démocratiques, entrant dans le champ des compétences du CSA.

5. La création d'une d'un organe de déontologie journalistique flamand est la conséquence d'une « sécession » : le conseil national de l'AGJPB - qui peinait à rencontrer efficacement toutes les demandes auxquelles il était confronté, en raison de l'absence complète de moyens en personnel, du bilinguisme des séances, de l'absence de tout financement externe - n'a pu que prendre acte de la création du Raad flamand et a donc mis fin à ses activités.

6. « De beslissingen van de Raad geanalyseerd », Dirk Voorhoof, publié dans « Vijf jaar Raad. Een balans », RVDJ 2007. Cet ouvrage est disponible au prix de 10 € sur simple demande à [info@rvdj.be](mailto:info@rvdj.be).  
7. [www.rvdj.be](http://www.rvdj.be)

On le voit, le législateur a clairement voulu donner la primauté au CDJ sur le CSA en matière de traitement des plaintes portant à la fois sur des dispositions décrétales et déontologiques en matière journalistique. On s'en réjouira, puisque le mécanisme ainsi mis en place permettra de faire primer l'autorégulation sur la régulation et, surtout, d'éviter le « double contrôle » concurrent que craignaient particulièrement les éditeurs de services audiovisuels, et qui les aurait attirés concomitamment devant le CSA et le CDJ, ce qui aurait pu déboucher sur des doubles sanctions, voire même sur des décisions contradictoires entre l'autorité de régulation et celle d'autorégulation.

Ceci étant, une fois qu'il sera institué, l'important sera maintenant de faire fonctionner ce CDJ. Nous fondons l'espoir que cette instance aura à cœur de prendre des décisions qui, dans le but de stimuler la liberté d'expression qui est un bien collectif supérieur, articuleront de manière intelligente et progressiste la déontologie et la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme, laquelle rappelle de manière régulière, s'agissant de l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme relatif à la liberté d'expression, que l'exercice de cette liberté comporte des « devoirs et responsabilités » parmi lesquels ceux, pour le journaliste et pour la presse, d'agir de bonne foi, en fournissant des informations exactes et dignes de crédit, dans le respect de la déontologie journalistique.

On ose croire que les décisions de ce futur conseil de déontologie journalistique auront pour effet de conforter, voire d'améliorer, les pratiques professionnelles du secteur, non pas tant dans la perspective de diminuer le nombre des recours contentieux devant les juridictions, mais, bien plus, dans celle de renforcer le lien de confiance nécessaire qui doit exister entre les journalistes, la presse et le public.



MARTINE SIMONIS

## DESSINE-MOI UN CDJ...

Alors que la création du Conseil de déontologie journalistique est imminente, ce dont il faut se réjouir après 8 années de travaux et péripéties diverses, on peut légitimement se demander à quoi ce CDJ pourra vraiment servir et comment il fonctionnera. Sans préjuger des résultats qu'engrangerait cet organe d'autorégulation en Communauté française, on peut en tous cas déjà tirer des enseignements de l'expérience de son cousin flamand, le Raad voor de Journalistiek (RVDJ) - les modèles d'organisation et de fonctionnement des deux instances étant largement comparables.

Créé en 2002, sur les cendres encore vives du Conseil de déontologie national de l'AGJPB<sup>5</sup>, le RVDJ a présenté le bilan de plus de 5 années d'autorégulation journalistique en Flandre. Un bilan réalisé de manière indépendante par l'Université de Gand<sup>6</sup>, qui a procédé à une enquête statistique et à une étude de satisfaction auprès des plaignants et des rédacteurs en chef.

Le RVDJ a traité 159 dossiers en 5 ans, soit une trentaine de dossiers par an. Au total, 43 % des dossiers ont donné lieu à une décision et 42 % des dossiers se sont réglés « à l'amiable ». 15 % des plaintes ont été déclarées irrecevables, la plupart du temps parce qu'il ne s'agissait pas de questions journalistiques.

### Concilier d'abord...

Le règlement de dossiers par la médiation constitue donc une activité essentielle du RVDJ : dans les quelques jours de la réception d'une plainte, le secrétaire général et ombudsman du Raad prend contact avec les parties et tente de les concilier. Certains dossiers trouvent rapidement une issue : il s'agit par exemple de rectifier une information fautive, incomplète, erronée ; le média accepte, soit de publier un rectificatif, soit, dans des cas plus complexes, de produire un nouvel article ou une interview, ou même simplement de présenter ses excuses, ce qui est parfois suffisant pour le plaignant. En moyenne, les médiations se sont clôturées en 77 jours.

### Aviser ensuite !

Certains dossiers ne trouvent pas d'issue par la médiation. Soit parce qu'ils ne s'y prêtent pas (c'est le cas notamment des atteintes à la vie privée), soit parce que les plaignants ou les journalistes ou les rédactions la refusent. A noter qu'au fil des ans, de moins en moins de conciliations aboutissent, sans que l'on puisse identifier une cause particulière à cette évolution que le Raad regrette.

*« Le motif le plus fréquent de plainte est l'information fautive ou inexacte, puis les questions de vie privée, le non-respect des accords pris, l'absence de contradiction et d'équilibre »*

Lorsque la voie de la médiation est refusée ou qu'elle n'aboutit pas, le dossier est transmis au RVDJ pour la procédure d'avis. Cette procédure, balisée de délais et obligations, pour le Raad comme pour les parties, est approchée sagement. Une commission restreinte de rapporteurs est formée parmi les membres du Raad ; des auditions sont organisées si les parties le souhaitent, les pièces et compléments sont échangés. Au terme de ce processus, le Raad prend une décision. Toutes ses décisions ont été prises au consensus, le système d'avis minoritaires ou celui d'approbation à la majorité n'ont jamais été utilisés. 58 dossiers ont ainsi été traités par voie d'avis en cinq ans, dont 8 constituent des avis sur des questions générales, non liées à une plainte.

## Qui saisit et pour quels motifs ?

La plupart des plaintes concernent la presse écrite quotidienne, puis la télévision et enfin les magazines. Les plaintes relatives à la radio et à Internet se comptent sur les doigts d'une main, mais ces dernières sont en progression.

Ce sont en majorité des particuliers, en ce compris des « personnalités publiques », qui déposent plainte, bien plus que des organisations ou des journalistes. Le motif le plus fréquent de plainte est l'information fautive ou inexacte, puis les questions de vie privée, le non-respect des accords pris, l'absence de contradiction et d'équilibre ; de manière marginale, on note des plaintes portant sur le journalisme undercover, la confusion d'intérêts, la diffamation, le non-respect d'embargos, le plagiat et le traitement de l'information financière.

Le RVDJ a constaté un non-respect de la déontologie journalistique dans un peu plus de la moitié des dossiers examinés et a donc jugé la plainte fondée, en tout ou partie (52 %).

40 % des demandes ont été jugées non fondées. Le Raad a aussi déployé une importante activité en matière d'avis généraux ou de directives.

La durée moyenne du traitement des dossiers, entre l'introduction de la procédure et l'avis final, est de six mois, ce qui est donc trois fois plus long qu'une procédure moyenne en conciliation. Toutes les décisions sont transmises aux parties et mises en ligne sur le site du Raad<sup>7</sup> avec indication des noms, sauf si le plaignant demande expressément l'anonymat, pour des raisons liées à la vie privée. Il n'y a pas d'autre « sanction » prévue que la publication on-line.

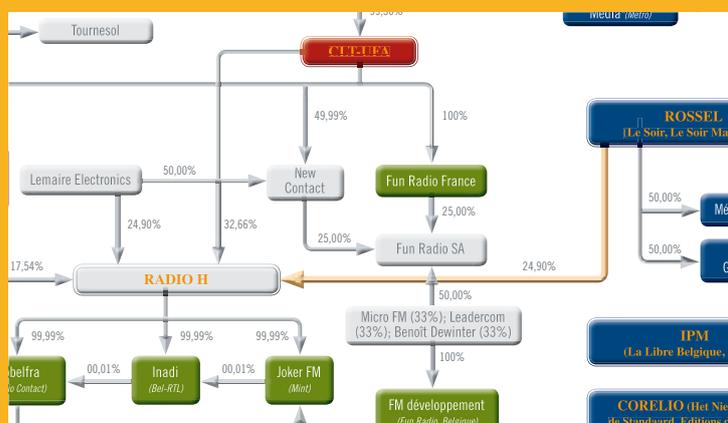
## Eviter le juridisme

Afin d'assurer au CDJ futur un fonctionnement optimal, l'expérience du Raad mais aussi celle du Conseil national nous apprend également les éléments suivants :

- Ecouter le plaignant, par l'organisation d'une audition, permet souvent de désamorcer un conflit, voire d'y trouver une solution.
- Le CDJ ne doit pas tenir compte du risque qu'une action judiciaire soit intentée sur base de l'avis qu'il rendrait contre un journaliste ou une rédaction : ce cas ne s'est jamais produit pendant les 5 années de fonctionnement du Conseil national, ni depuis la création du conseil flamand.
- La déontologie n'est pas le droit (et vice-versa) et ses prescrits peuvent d'ailleurs s'écarter des normes juridiques. Dès lors, le langage utilisé comme la procédure suivie ne doivent pas nécessairement intégrer les ressorts juridiques.
- Au-delà du traitement des dossiers individuels, la profession est aussi en attente de directives plus générales. Le conseil national avait travaillé sur la question de l'embargo et du traitement des victimes par les médias ; le conseil flamand a élaboré des directives sur les mêmes thèmes et sur ceux de l'information financière, du journalisme undercover, du traitement des images et archives, du traitement des victimes et, récemment, du suicide. Au CDJ de jouer désormais : à lui de codifier et d'enrichir les règles éparses existantes ou d'élaborer celles que les nouvelles pratiques journalistiques inspireront.

**LE CSA A POUR MISSION** de sauvegarder le pluralisme des médias en Communauté française. Aux fondements mêmes d'un état démocratique, le pluralisme des médias permet au citoyen de se forger librement sa propre opinion, en s'appuyant sur un large éventail d'informations en provenance de sources diversifiées.

## COMMENT LE CSA GARANTIT-IL LE PLURALISME ET LA TRANSPARENCE DES MÉDIAS ?



### Que recouvre le concept de pluralisme de l'offre ?

Selon le décret sur les services de médias audiovisuel (art.7) « *par offre pluraliste, il faut entendre une offre médiatique à travers une pluralité de médias indépendants et autonomes reflétant la diversité la plus large possible d'opinions et d'idées.* »

Pour bien comprendre ce concept de pluralisme de l'offre, attardons-nous aux quatre indicateurs principaux retenus dans cette définition :

- **pluralité de médias** : ce premier indicateur consiste à évaluer dans quelle mesure le public a accès à un nombre suffisamment élevé de médias et à mesurer l'impact respectif de ceux-ci sur l'audience et sur le marché. Une offre plurielle est une condition nécessaire d'un paysage audiovisuel reflétant la diversité culturelle, politique, d'idées et d'opinions, et garantissant la liberté d'information ; tout aussi nécessaire, la mesure de son impact sur le public. En effet, une situation monopolistique ou oligopolistique dans laquelle un ou quelques médias imposeraient leurs points de vue et façonneraient l'opinion publique en faveur d'intérêts particuliers est contraire aux valeurs d'un état démocratique.
- **médias indépendants et autonomes** : il s'agit là de mesurer si le public dispose d'un accès à une offre médiatique dont les composantes sont suffisamment indépendantes et autonomes les une des autres. Pour évaluer le degré d'indépendance des télévisions ou des radios, on identifie-

ra principalement le groupe média auquel elles appartiennent, ainsi que leur poids économique et leur impact sur le paysage audiovisuel. L'autonomie des services dépend quant à elle du nombre et de la diversité de fournisseurs de sources d'informations ou de contenus auxquels les éditeurs ont recours pour établir leur programmation.

- **diversité d'opinions** : le pluralisme se mesure également au regard du nombre et de la variété de sources d'informations auxquelles les journalistes font appel ainsi qu'au processus de collecte de l'information. Des sources et journalistes communs, des rédactions communes ou encore des partenariats au sein d'un même groupe médias constituent des indices pouvant affecter l'accès du public à une diversité d'opinions.
- **diversité d'idées** : le degré global de pluralisme dans les médias est enfin conditionné par la variété des contenus et la manière dont ils sont produits. Si les programmes d'informations sont essentiels pour assurer la liberté d'expression, d'autres catégories de programmes peuvent aussi véhiculer plus largement des idées et influencer, même si c'est indirectement, le point de vue des individus sur la société. Là encore, des liens structurels tels qu'un personnel ou des programmes communs, le recours à des fournisseurs de programmes ou d'autres ressources identiques ou encore des partenariats privilégiés intragroupes sont des indices susceptibles d'affecter une diversité d'idées.

### Comment la notion de pluralisme est-elle mise en application en Communauté française ?

Le décret (Art. 7) sur les services de médias audiovisuels établit la procédure pour assurer la sauvegarde du pluralisme. Dans la première des trois phases de cette procédure, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA constate qu'un éditeur de services autorisé ou un distributeur de services déclaré exerce une position significative. La deuxième phase consiste à analyser si une telle position significative porte atteinte à la liberté du public d'accéder à une offre pluraliste. Si, au terme de son évaluation, le Collège constate une atteinte au pluralisme, s'engage alors la troisième phase, au cours de laquelle le Collège notifie des griefs et engage une concertation avec le ou les éditeurs de services ou distributeurs afin de convenir de mesures permettant de rétablir le pluralisme de l'offre médiatique.

## Qu'entend-on par « position significative » ?

La notion de position significative dans le secteur audiovisuel est comparable à la notion de position dominante telle que définie en droit de la concurrence, mais s'en distingue en ce qu'elle se réfère à des critères et une intensité de la concentration spécifiques au secteur audiovisuel. Selon le décret, l'exercice d'une position significative survient notamment quand :

- une personne physique ou morale détient plus de 24% du capital de deux éditeurs de télévision ou de radio ;
- l'audience cumulée de plusieurs éditeurs de service télévisuels ou sonores, détenus directement ou indirectement, majoritairement ou minoritairement, par une même personne physique ou morale atteint 20% de l'audience totale.

## Que signifie la transparence des éditeurs ?

La transparence est une composante essentielle du pluralisme puisqu'elle permet au public de se faire une opinion sur la valeur à accorder aux informations et opinions diffusées dans les programmes de radio et de télévision. C'est la raison pour laquelle les éditeurs de services (radios et télévisions) ont l'obligation de rendre publique, sur leur site internet ou sur celui du CSA, une série d'informations les concernant (Services édités, actionnariat, conseil d'administration, derniers comptes annuels...). Cette liste est fixée par un arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004.

Transparence aussi à l'égard du régulateur : au moment de leur autorisation et lors du contrôle annuel, les éditeurs et distributeurs de services communiquent au CSA des informations afin d'assurer la transparence de leurs structures de propriété et de contrôle, ainsi que leur degré d'indépendance. Ces informations reprennent, entre autres, l'actionnariat et les participations de l'éditeur ou du distributeur ainsi que la liste des fournisseurs de ressources qui interviennent de façon significative dans la mise en œuvre des programmes.

Ce principe de transparence est primordial car il permet d'une part, de rendre des informations essentielles accessibles au public et d'autre part, au CSA d'assurer une veille visant à prévenir les risques d'atteinte au respect du pluralisme.

## Quels sont les autres éléments qu'a le CSA à sa disposition pour évaluer la sauvegarde du pluralisme ?

Le CSA utilise comme sources d'information, les informations provenant des rapports annuels que les éditeurs et les distributeurs lui remettent annuellement, des données publiques du CIM (centre d'information sur les médias, qui fournit entre autres des données d'audience), de la banque nationale (comptes annuels des sociétés) ou de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, ainsi que les données provenant de diverses études réalisées sur le contenu des médias.

## Quels sont les cas concrets pour lesquels le CSA a enclenché la procédure de pluralisme ?

En 2008, au terme de deux appels d'offre consécutifs, le nouveau plan de fréquences des radios privées en Communauté française a été mis en œuvre. Le processus décisionnel du Collège d'autorisation et de contrôle (CAC) pour délivrer les

autorisations a été en partie fondé sur une recommandation du 29 août 2007 sur la diversité du paysage radiophonique et l'accès du public à une offre plurielle en radiodiffusion sonore, deux notions définies aux articles 7 (pluralisme des médias) et 56 (diversité du paysage radiophonique) du décret sur les médias audiovisuels.

Selon le cadastre des fréquences fixé par le Gouvernement, six réseaux étaient disponibles (quatre réseaux communautaires, les plus importants, et deux réseaux urbains). Or, treize candidats postulaient pour ces six places disponibles. Plusieurs de ces candidatures émanaient de groupes exerçant une position significative sur le marché de la radio FM, voire dans d'autres secteurs médiatiques.

Au terme d'une analyse approfondie menée par les services du CSA, le CAC a attribué les 6 réseaux de radios, conformément aux articles 7 et 56 du décret : d'une part, en garantissant une diversité du paysage radiophonique et un équilibre entre les différents formats ; d'autre part en veillant à ne pas assurer ou conforter une position significative susceptible de porter atteinte à la liberté du public d'accéder à une offre pluraliste.

## Quel rôle le site sur le pluralisme va-t-il jouer ?

Le CSA a entrepris de développer cet outil spécifique, dont les objectifs sont d'assurer une veille de l'état du pluralisme des médias en Communauté française et de présenter les informations sur les éditeurs autorisés (outre les informations de base prévues dans le décret, actionnariat, parts de marché, audience...).

Le site s'articule autour de quatre grandes sections, qui regroupent les quatre familles d'indicateurs du pluralisme et offrent en même temps une riche information sur les médias audiovisuels : un guide de l'offre qui reprend l'ensemble des services disponibles en Communauté française (télévision, radio, services à la demande, presse écrite d'information, autres services de médias électroniques) et leurs données d'identification et caractéristiques essentielles ; les groupes médias présents en Communauté française ainsi que leur structure, actionnariat et impact sur le public et le marché ; l'audience et les parts de marché par média, groupes et secteurs ; et enfin, des données comparatives sur le contenu des médias en termes d'information et de programmes en général.

## DOCUMENTATION ET LIENS UTILES

Etude de la Commission européenne pour faire avancer le débat sur le pluralisme des médias.

[ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/pluralism/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm)

Autres régulateurs ou institutions relatives au pluralisme.

VRM (Flandre) : [www.vlaamseregulatormedia.be/documentatie/Rapport\\_Mediaconcentratie\\_2008.pdf](http://www.vlaamseregulatormedia.be/documentatie/Rapport_Mediaconcentratie_2008.pdf)

Commissariaat voor de Media (Pays-Bas) : [www.mediamonitor.nl/](http://www.mediamonitor.nl/)

Conseil de l'Europe : [www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Themes/Div\\_fr.asp](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/Themes/Div_fr.asp)

**LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE** est réputée pour la qualité de ses productions de stock. Plus méconnu, son marché du flux est pourtant animé par des entrepreneurs qui ne manquent ni d'idées, ni d'audace. Rencontre avec Michel Hughes et Boris Portnoy.

## PRODUCTION TÉLÉVISUELLE LE DÉFI DU FLUX

### REGULATION : Pourquoi devient-on producteur ?



Mon père était un homme de théâtre, c'est lui qui m'a transmis la passion du spectacle, ce côté saltimbanque qui m'a permis de réussir dans le métier. Le producteur doit avoir un petit grain de folie, mais il doit aussi être extrêmement rigoureux parce que c'est lui qui supervise tout le processus. Petit à petit, j'ai dû me spécialiser dans une série de domaines : comptabilité, gestion des ressources humaines, techniques audiovisuelles, ... J'apprends encore tous les jours, c'est très stimulant !



J'ai commencé ma carrière comme réalisateur puis je suis passé à la production, c'est un peu la filière logique dans le secteur de l'audiovisuel. Ce qui m'attirait, c'était de superviser toutes les étapes des projets, de voir se concrétiser une idée papier en un produit fini, et puis de démarcher... Producteur, c'est aussi un métier de contacts.



En fait, la production audiovisuelle est un challenge permanent : nous devons développer des formats dans des carcans budgétaires et temporels souvent très contraignants. Par la suite, le succès a donc quelque chose de grisant.



D'autant qu'on n'a pas le droit à l'erreur. Le moindre échec peut vous « griller » dans la profession... On doit ouvrir les yeux et les oreilles pour bien sentir le monde dans lequel on vit.

### REGULATION : Monter une boîte de production dans un marché étroit comme celui de la Communauté française, est-ce une entreprise réaliste ?



À l'époque où j'ai commencé à produire, c'est-à-dire il y a plus de 20 ans, une boîte spécialisée dans le flux n'avait que trois débouchés possibles : la télé, la pub et le film d'entreprise. Aujourd'hui, je constate que la palette des écrans de diffusion s'est considérablement élargie. L'évolution technologique génère de nouveaux marchés, tant chez nous qu'à l'étranger. Par conséquent, je dirais que c'est le bon moment pour se lancer.

## Michel Hughes

**SOCIÉTÉ** : Tam Tam Film & TV ([www.tamtam.tv](http://www.tamtam.tv))

**FONCTION** : Directeur

**SIGNE PARTICULIER** : Argent, santé... Bonheur ? Spécialiste des microprogrammes aux perspectives macros, ce producteur parle comme un manager et sait faire mouche, à l'étranger comme dans son propre fief.





Un producteur a besoin d'une assise culturelle. En tant que bruxellois, j'ai décidé de m'implanter dans la capitale parce que je connais le public et parce que ça me permet de rester en contact avec la culture flamande. C'est important parce qu'on ne peut pas se permettre de « ciblage » exclusif quand on évolue dans un marché étriqué comme le nôtre.

## REGULATION : Michel Hughes, votre créneau des microprogrammes est-il porteur ?



Oui, tout à fait. Mon entreprise est une des premières en Belgique à s'être spécialisée dans le « bartering », c'est-à-dire la conception de programmes télévisuels avec le sponsoring en ligne de mire. Le microprogramme offre cette alternative intéressante à la publicité :



# Boris Portnoy

**SOCIÉTÉ :** KNTV – Keynews Television ([www.kntv.be](http://www.kntv.be))

**FONCTION :** Directeur

**SIGNE PARTICULIER :** *Toujours à l'étroit malgré ses conquêtes sur notre marché du flux, ce saltimbanque sait compter et continue d'enfoncer des portes, à l'étranger comme dans son propre fief.*

parrainer coûte moins cher que d'acheter 30 secondes de « prime time » et permet à l'annonceur de s'associer à un contenu qui le met en valeur. Ainsi, nous avons conçu *Questions d'argent* dans la perspective de le faire parrainer par un organisme bancaire. Aujourd'hui, notre partenaire est très satisfait des retombées : il est identifié comme une banque sérieuse, didactique et qui ose parler d'argent.

## REGULATION : Autre soutien à la production : le placement de produit, autorisé sous conditions suite à la transposition de la Directive SMA. Les producteurs attendaient-ils plus de permissivité ?



Tout producteur rêve de faire du James Bond... Plus sérieusement, je ne comprends pas bien ce débat sur le placement de produit... On n'en est plus à se positionner pour ou contre. C'est une réalité, presque une nécessité. Personnellement, je reste persuadé que le public n'est pas dupe. Et puis, de toute façon, le marché va s'autoréguler, les chaînes devront limiter les « intrusions » si elles ne veulent pas perdre en crédibilité.



En tant que producteur, je ne démarcher pas et ne vends donc pas de pub, ce n'est pas mon métier. Mais si la chaîne me demande de mettre un produit en valeur, je m'exécute parce qu'elle a négocié ce revenu supplémentaire et que c'est autant d'argent qui sera réinvesti dans la production de flux par la suite. J'abonde donc pour dire que c'est un débat d'arrière-garde.

## REGULATION : Arrivez-vous l'un et l'autre à exporter vos productions ?



On ressent un net appel d'air en provenance de la TNT française. Avec l'avantage que ces nouveaux éditeurs évoluent dans un modèle économique assez similaire au nôtre. Je veux dire par là que ce ne sont pas les mêmes budgets que TF1... Comme on est drillés à travailler à cette échelle, on arrive à s'immiscer sur ce nouveau marché.



Pour un petit producteur indépendant, s'exporter est une nécessité vitale. Je ne loupe donc jamais une occasion d'exposer nos créations lors de festivals à l'étranger. Dernièrement, un de nos pilotes a obtenu le prix du public au festival du programme court de Paris ! Suite à quoi Endemol nous a sauté dessus pour le diffuser. S'exporter est un challenge créatif, il faut pouvoir développer des idées qui tendent vers l'universel, qui ont culturellement leur place ailleurs.

## REGULATION : Boris Portnoy, vous produisez aussi des programmes d'information en partenariat avec des journalistes étrangers ? Un créneau rentable ?



On ne perd pas d'argent... En fait, on le fait par passion et pour se diversifier. KNTV entretient des relations avec des grandes chaînes généralistes



étrangères auxquelles nous proposons un soutien logistique à Bruxelles. À côté de cela, RTL diffuse également les reportages que nous produisons d'initiative, et ce dans des magazines qui sont habituellement des produits typiques de la rédaction.

## REGULATION : Le développement de l'audiovisuel sur Internet, la télévision mobile personnelle, la VOD : cette révolution technologique en marche doit avoir un impact sur le métier de producteur, comment la ressentez-vous ?



La révolution est complète avec son lot de potentialités. La télé qui joue un rôle fédérateur dans les familles, c'est terminé. Des statistiques ont dernièrement fait grand bruit : l'année dernière, les adolescents anglais ont passé plus de temps sur Internet que devant la télévision. La voici donc détrônée par les jeunes, précurseurs d'un nouveau mode de consommation médiatique. En conséquence, les organismes de diffusion nous demandent de développer du « *atwad* » : *anytime, anywhere, any device*<sup>1</sup>.



La nouvelle génération de producteur va devoir intégrer cet état de fait et concevoir des programmes ayant plusieurs vies : la télé, Internet, le 3G... La technique devra s'adapter au support, tout comme la conception et la scénarisation. Il est évident qu'on produit différemment selon que ce soit pour la télévision ou pour le petit écran d'un mobile.

## REGULATION : Vous-même, avez-vous intégré ce changement du rapport au public ?



Non, en tout cas pas dans toute sa complexité. Ma philosophie est de continuer à produire pour la télévision, le média majeur, celui qui par son « *strass* » servira de vecteur d'accroche aux autres. Ensuite, en fonction du succès rencontré, on reformate pour d'autres supports. Je suis de ceux qui tempèrent l'importance qu'on donne aux médias émergents. Internet, c'est bien beau mais la télévision généraliste reste le modèle qui fonctionne le mieux à ce jour... Jean-Michel Zecca dans notre 71, c'est 400.000 clics d'un coup !



On nous a déjà commandé des programmes qui intègrent cette diffusion multiplateforme. Mais c'est vrai qu'on est plus dans une logique de reformatage que de développement *ad hoc*. Intégrer la donne interactive à la conception, on va devoir y penser bientôt...



Mais la télévision elle-même offre de l'interactivité ! Selon moi, la VOD ouvre des perspectives colossales pour les producteurs. À l'heure actuelle, les distributeurs constituent des catalogues d'œuvres préexistantes. Bientôt, des contenus seront produits expressément pour la VOD. Le téléspectateur regardera un documentaire animalier tout en ayant la possibilité d'accéder à du contenu audiovisuel complémentaire : des conseils pour son labrador, un documentaire sur les safaris, ... Quelqu'un devra produire ces contenus, je suis persuadé qu'il y a là un marché en devenir.

## REGULATION : Le marché du mobile et l'Internet ne constituent donc pas des pistes pour lesquelles vous produisez expressément ?



Non, mais si vous avez un business plan, je suis preneur... À ma connaissance, personne ne se lance là-dedans hors travail de commande, le secteur est dans l'expectative. Internet est perçu comme un prolongement de la vie des produits.



À la nuance près que nos clients nous considèrent dorénavant comme des « *content providers* »<sup>2</sup>, ce qui implique de redéfinir complètement notre métier. D'autant que le « *broadcast yourself* »<sup>3</sup> cartonne sur le net, Youtube commence à nous faire de l'ombre. Tout un chacun lui fournit du contenu et se fait rémunérer au-delà d'un certain seuil de clics, c'est la plus grande agence de publicités au monde... Les annonceurs suivent le mouvement : ils désinvestissent des chaînes de télévision pour être présents sur le net. Selon moi, une concurrence s'installe...



De toute façon, les grands groupes seront bientôt présents partout. Quand on voit que TF1 a racheté le groupe AB pour pouvoir mettre la main sur TMC et NT1<sup>4</sup>...



C'est vrai. Et dans l'autre sens : Orange crée sa chaîne de télé...



On en revient à l'idée de l'audiovisuel classique comme ancrage.

## REGULATION : Justement, comment se déroulent vos relations avec l'audiovisuel classique en Communauté française ?



1. Tout le temps, partout, sur n'importe quel support.  
2. Fournisseur de contenu.  
3. Diffuse toi-même.  
4. Deux chaînes de télévision recourant à de nouveaux modes de diffusion.



Très bien, je suis en dialogue constant avec les deux grandes chaînes. Je les trouve réceptives. Ce qui m'énerve un peu, c'est la concurrence des séries américaines. Ces produits déjà amortis 10 fois ailleurs cassent le marché et désavantagent nos producteurs, de stock comme de flux. Une acquéreuse de programme me disait récemment : on meuble un soir avec *Les experts* et on fait 32% de parts de marché pour 80.000 € investis. Quel producteur peut me garantir ça ?



J'espère que tu lui as refilé mon numéro de téléphone ! Plus sérieusement, je vois les choses autrement : tant mieux si une chaîne fait de gros revenus publicitaires en diffusant de l'américain en prime ! Cette marge bénéficiaire va lui permettre de passer commande auprès de producteurs locaux ! Je n'ambitionne certainement pas de concurrencer *Les experts*, c'est impossible... Et de toute façon, les chaînes ont besoin de nous par ailleurs parce qu'on crée leur flux, leur identité. Croyez-moi, elles sont bien conscientes qu'elles ne peuvent pas passer *Les Experts* tous les soirs....

## REGULATION : Ressentez-vous une différence d'exigence selon que vous négociez avec la RTBF ou avec RTL ?



Pour moi, les deux chaînes font le même métier, elles sont un peu concurrentielles et c'est sain parce que ça donne de l'élan à la création. Maintenant, c'est vrai que le service public a des missions dont il doit rendre compte, c'est sans doute pour ça que nos microprogrammes *Questions d'argent* et *Côté Santé* y ont trouvé écho.



Je ne suis pas d'accord pour mettre les deux diffuseurs dans une logique concurrentielle. Le service public est mandaté par les citoyens, ses mis-

sions sont par conséquent clairement définies et étroitement liées au dynamisme de nos marchés de stock et de flux.

## REGULATION : Une écrasante majorité des producteurs de la Communauté française fait du stock, c'est d'ailleurs ce pourquoi ils sont réputés à l'étranger... Comment redonner au flux ses lettres de noblesse ?



Pour moi, ce sont des vieux clichés. Sous couvert de l'alibi « *je suis un artiste* », le stock aussi peut rapporter beaucoup d'argent, notamment parce que les revenus s'inscrivent dans la durée. Et puis, à l'inverse, il y a également des défis artistiques à relever dans le flux ! La télévision est une industrie complexe. Faire un programme immédiatement rentable, dégoter un animateur qui a du capital sympathie, tout en tenant compte de la programmation d'en face et de l'identité de la chaîne, c'est un vrai challenge... En plus, les tranches horaires sont comptées en Belgique : un nouveau projet télévisuel devra se faire une place au détriment de quelque chose qui existe déjà. Pour moi, le flux, c'est ce qu'il y a de plus compliqué à produire et je ne comprends donc pas pourquoi il est si mésestimé. Regardez ce que fait TF1 : *Koh Lantah*, c'est le truc le plus difficile à produire que j'ai jamais vu, plus périlleux qu'un quelconque programme de stock.



Donc, devant tant de risques, c'est plus facile de racheter la série des gendarmes et de meubler ses mardis avec ça pendant un mois. De façon générale, les diffuseurs veulent des garanties, des chiffres... Si bien qu'un concept qui a déjà fait ses preuves prendra toujours l'ascendant sur une nouveauté. C'est dommage, cette frilosité...

## REGULATION : Pour conclure, quelles évolutions souhaiteriez-vous que votre secteur connaisse dans les années à venir ?



Une vraie restructuration de la télé publique. Qu'on redéfinisse ses missions et qu'on rationalise son fonctionnement. Ça permettrait de clarifier notre petit marché. Dans l'état actuel des choses, vu le nombre de centres décisionnels différents, c'est impossible de faire avancer le paquebot dans le bon sens. De plus, cet assainissement permettrait de libérer de l'argent du contribuable, qu'on pourrait réinjecter dans notre audiovisuel, pour le rendre plus compétitif en francophonie et de par le monde.



Moi, je voudrais plus d'audace ! La BBC a produit le premier *Monty Pythons* et ça a été un carton mondial. Je voudrais que les acquéreurs de programmes soient plus ambitieux. Ne pas se contenter de ce que les gens veulent, garder une place pour la surprise. Piquer les audiences au vif, si on vise juste, ça peut payer.

*Propos recueillis par  
Noël Theben et Anne Libert, Conseillers*



**EN DÉCERNANT À CÉLINE FION** le premier *Prix du CSA*, celui-ci a salué un mémoire universitaire qui contribue à la réflexion sur l'un des multiples enjeux de l'audiovisuel. Elle nous livre ici les résultats de son étude fouillée sur la situation des journalistes. Ses constats, pertinents et précis, sont riches d'enseignements et de paradoxes (ils ont par notamment renforcé l'AJP dans sa détermination à améliorer le statut et les conditions de travail des journalistes au sein des médias écrits et audiovisuels). Sa réflexion répondait également à un objectif du CSA de faire interagir à la fois le monde académique, le secteur audiovisuel et les professionnels de demain.

## LE MORAL ET LE JUGEMENT DES JOURNALISTES SUR LEUR METIER ET LEUR PROFESSION

Date limite de dépôt des candidatures :  
30 octobre 2009

2<sup>e</sup> édition

**PRIX DU CSA**

**Le Conseil supérieur de l'audiovisuel lance la 2<sup>e</sup> édition du « Prix du CSA », d'un montant de 2500 € attribué à un mémoire universitaire**

**Ce prix a pour objectif** de distinguer un mémoire inédit de deuxième cycle universitaire (ou d'un enseignement de type long de niveau universitaire), soutenu à l'issue de l'année académique 2008-2009 et ayant reçu au minimum une note équivalant à une grande distinction.

**Ce mémoire doit apporter** une contribution originale à la compréhension et à la réflexion sur les enjeux juridiques, économiques, sociologiques, politiques, culturels, technologiques ou créatifs de l'audiovisuel.

**Le Prix du CSA s'adresse** aux étudiants inscrits régulièrement dans une université (ou une école supérieure de type universitaire) de la Communauté française de Belgique.

**Le prix sera remis** au lauréat en mars 2010, lors de la séance de présentation du rapport annuel du CSA.

Les formulaires de candidature et le règlement peuvent être téléchargés sur [www.csa.be/prixmemoire](http://www.csa.be/prixmemoire)

**Les journalistes** de Belgique francophone ont été invités il y a quelques mois à s'exprimer sur leur quotidien, leur manière d'appréhender la mutation de l'univers médiatique. Plus de 750 d'entre eux ont participé à l'enquête qui leur a été soumise<sup>1</sup>.

Cette enquête ayant eu pour principal objectif de tenter de quantifier certains aspects je ne m'aventurerai pas sur la voie de l'analyse dans ces quelques lignes et me contenterai de relever certains résultats clé.

Ce que représente le fait d'être journaliste ? Du bonheur, beaucoup. 81% des répondants se disent heureux voire très heureux d'être journaliste. Les arguments sont nombreux : apprentissage permanent, rencontres multiples, recourt à la créativité, liberté d'action et d'horaires, absence de routine,...

La profession a su séduire ses acteurs et les conduire à s'exprimer avec passion dès qu'il s'agit de la décrire. Mais les professionnels de l'information dissocient plaisir d'être journaliste et conditions d'exercice. Ils sont 53% à juger ces dernières insatisfaisantes et près de 80% estiment qu'elles se sont dégradées au cours des dernières années. Bien sûr une mythologie professionnelle<sup>2</sup> opère et le concept d'auto-exploitation propre aux travailleurs intellectuels mis en avant par Alain Accordo<sup>3</sup> peut éclairer ces résultats paradoxaux, mais le pourcentage d'insatisfaits n'en est pas moins important.

Comme pour confirmer la déception et les problèmes rencontrés au quotidien, 40% des journalistes envisagent de se réorienter avant la fin de leur activité professionnelle. La mauvaise qualité des conditions de travail est le motif premier de renonciation à la profession (37,1%) quel que soit l'âge ou le sexe. Ensuite les hommes mettront en avant l'impression d'avoir « tout exploré » (19,6%), les femmes se plaindront plutôt du caractère chronophage du métier (25%).



Céline Fion

Licenciée en information et communication, orientation journalisme (UCL), Céline Fion a mené une enquête fouillée et rigoureuse pour réaliser son travail de fin d'études (« *Le moral et le jugement des journalistes sur leur métier et leur profession en Belgique francophone* ») pour lequel le CSA lui a décerné le premier Prix du mémoire universitaire.

Céline Fion réalise depuis 2002 des piges dans la chronique sportive du Courrier de l'Escaut. Elle s'est résolument engagée dans la voie du journalisme depuis la fin de ses études, comme pigiste pour Vers l'Avenir Brabant wallon en 2008 et pour la rédaction télévisée de TV5 Monde à Paris depuis janvier 2009.

Les commentaires révèlent également une portion de journalistes qui se disent « usés » ou qui ne voient plus d'autre solution que de partir: « *Ca sera une nécessité si les conditions ne s'améliorent pas* », « *Ce métier me bouffe littéralement* » et « *J'aimerais aller au fond des choses, sortir de cette obligation de devoir pondre un œuf tous les jours* » ne sont que quelques exemples des témoignages recueillis.

Quitter les rédactions pour aller où ? Principalement pour exercer un autre métier intellectuel, avec en tête la communication, à 46,2%. Suivent le socioculturel, l'enseignement, l'humanitaire et l'édition. En fin de classement : la politique ne séduit que 12,4% des répondant, principalement des hommes. A l'opposé, l'artisanat obtient plutôt les faveurs des femmes.

A côté d'une appréciation générale du climat, un thème était incontournable : Internet. La nouvelle recrue apparue dans le paysage récemment. Un nouvel outil tout d'abord : 38% des journalistes mettent désormais Internet dans leurs deux principales sources d'information. Curiosité des résultats : les moins de trente ans sont ceux qui estiment – à tort ou à raison – avoir le moins recours à la Toile.

Une « concurrence » ? 34% des sondés perçoivent comme une menace la multiplication des appareils permettant à tous de réaliser des photos et vidéos numériques. Ce ne sont bien sûr pas les photos de vacances et les vidéos de communion qui inquiètent les professionnels de l'information. La menace potentielle, c'est le genre hybride, de « journalisme » dit participatif ou encore citoyen, qui colle à la peau du Web 2.0.

A l'heure du culte de l'amateur, les journalistes semblent revendiquer un savoir-faire lié à une connaissance professionnelle. 61% des sondés qui se sont exprimés sur ce point réclament une meilleure distinction entre ce qui relève du domaine du journalisme, de l'expression libre et de la participation. Il n'est pas question de rejeter en bloc l'expression des individus extérieurs à la profession sur des thèmes variés ni de nier ce qu'ils pourraient apporter au débat public. Mais, avec des propos des plus virulents aux plus nuancés, de nombreux journalistes affirment leur « supériorité » dans le domaine de l'information.

Dernier angle: quelques résultats liés à Internet en tant que nouveau « métier ». 7% des journalistes interrogés déclarent travailler dans une rédaction web. Qui sont-ils ? Majoritairement des hommes (72,7%), issus de l'enseignement supérieur (65,5%) comme dans l'échantillon général. Ils sont principalement salariés, mais dans une moindre mesure que pour le « journaliste type » (60% contre 76%). Leur particularité par rapport à leurs collègues ? Leur âge : 30% des journalistes Web ont moins de 30 ans, pourcentage deux fois plus élevé que dans l'ensemble la population étudiée, faisant d'Internet une nouvelle porte d'entrée dans la profession.

Ils furent également nombreux à souligner la nécessité d'une réflexion sur l'avenir de la profession intégrant cet acteur incontournable. Une réflexion parmi d'autres...

Au final, des dizaines de données chiffrées, au-delà de celles développées dans cet article et trois mots en filigrane : passion, malaise et urgence.

1. Enquête réalisée par voie électronique en juillet 2008 avec l'appui de l'AJP. Questionnaire basé sur le baromètre « le moral et le jugement des journalistes sur leur métier et leur profession » réalisé en France en 2007 par l'institut CSA à l'initiative de Journalisme et Citoyenneté.  
2. Voir entre autres LE BOHEC, Jacques, *Les mythes professionnels des journalistes*, L'Harmattan, Paris, 2000  
3. ACCARDO, Alain, *Journalistes précaires*, Journalistes au quotidien, Agone, Marseille, 2007

**LE REDÉPLOIEMENT** du paysage radiophonique à la suite du plan de fréquences a consacré une nouvelle catégorie d'acteurs, les « radios associatives et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente ». Parmi les treize radios indépendantes auquel le CSA a reconnu cette qualité jusqu'ici, Radio Panik (105,4 MHz à Bruxelles) fait figure de pionnier de la radio d'expression, combinant l'exploration des chemins de traverse radiophoniques avec un important travail auto-réflexif sur le paysage. C'est donc naturellement que Régulation a demandé à l'un de ses administrateurs, Edgar Szoc, de nous livrer ses réflexions sur un genre à la croisée des chemins.

## RADIO PANIK DEVENIR CORSAIRE



**On le sait**, les pirates ne sont pas des corsaires – même si parfois, vieillissant mal, il leur arrive de le devenir. Sans Dieu ou, en tout cas sans maître, les premiers commettent leurs méfaits en dehors de tout ordre légal, au service de nul autre pouvoir que le leur – incertain et vacillant. Les seconds, au contraire, guerroient en mer avec l'autorisation de leur gouvernement (sans toutefois être soumis à l'autorité d'un état major) et s'attaquent aux commerces de nations désignées comme ennemies.

Si, à proprement parler, Radio Panik n'a jamais été une radio pirate puisque dès ses débuts, voici 25 ans déjà, elle a diffusé ses programmes avec une autorisation d'émettre, elle entend toutefois ne pas devenir une radio corsaire et donc, ne pas adopter pour se définir les catégories conceptuelles dans lesquelles le langage juridico-administratif la pense et la désigne. Reconnue depuis cette année comme – dites-le vite – « *radio associative d'expression et à vocation culturelle*

*ou d'éducation permanente en vertu du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion tel que modifié par un décret du 29 février 2008* », la voici néanmoins entrée de plain-pied dans le champ des politiques publiques, reconnue – au côté de douze autres miraculés – et ... financée pour ses spécificités via le Fonds d'aide à la création radiophonique<sup>1</sup>.

Après l'entrée en vigueur tant attendue du Plan de fréquence, c'est donc dans un paysage nettement moins imprévisible et bien mieux régulé qu'aura désormais à évoluer Radio Panik. Ce n'est pas trahir les origines libertaires de la radio que de se réjouir de cette mise en ordre progressive et de cette substitution de la loi tout court à la loi de la jungle. Les auditeurs de Radio Panik ne peuvent que se réjouir de la qualité d'écoute retrouvée grâce à la domestication de la puissance d'émission de quelques radios commerciales. Bref, en matière de répartition des fréquences hertziennes, ils ne peuvent que faire leur la maxime de Lacordaire selon qui : « *Entre le fort et le faible, entre le riche et le pauvre, entre le maître et le serviteur, c'est la liberté qui opprime, c'est la loi qui affranchit.* » La saga de la confection du Plan de fréquences fait d'ailleurs l'objet d'un documentaire actuellement en cours d'élaboration au sein de Radio Panik qui, fidèle à son sens de la litote et de l'antiphrase, a décidé de l'intituler « *T'as pas un plan ?* ».

Après avoir tant réclamé ces baisers de la reconnaissance, de la sécurité d'émission et du financement, il serait quelque peu malséant d'y voir les lèvres de Judas. Reste toutefois qu'à l'image d'autres associations ou secteurs qui à force d'émergence ont fini par... émerger, les radios associatives sont désormais confrontées à une nouvelle question – celle de leur institutionnalisation – tout en continuant à devoir en affronter de plus anciennes, au premier rang desquelles celle des droits d'auteur et droits voisins.

En effet, si désormais les radios associatives voient leur spécificité reconnue et financée par la Communauté française,

elles demeurent traitées sur le même pied que n'importe quelle radio commerciale en matière de droits d'auteur et de droits voisins. Contraire aux principes d'équité les plus élémentaires, cette manière de traiter identiquement des entités se trouvant dans des situations objectivement différentes – et poursuivant qui plus est des objectifs contraires – entrave considérablement le développement des radios libres. Ainsi les droits d'auteur prohibitifs pratiqués par la Sabam en matière de podcast rendent ceux-ci de facto inaccessibles aux radios associatives dès lors que les émissions podcastées ne se limitent pas à de la « parole » ou à de la musique libre de droit. Il y a dans cette « égalité de traitement » une injustice que pourrait permettre de combattre le statut nouvellement acquis – redites-le vite – de « *radio associative d'expression et à vocation culturelle ou d'éducation permanente* ». Celui-ci pourrait en effet assez légitimement justifier d'un traitement plus favorable auprès de la Sabam par exemple. Autrement dit, ce statut, Radio Panik ne le considère pas comme un aboutissement, mais comme un pied dans la porte, qui s'avèrera également nécessaire lorsqu'il s'agira de mener la transition annoncée vers le numérique, lourde de menaces pour les radios associatives.

Les prises en main politique de ce dossier constitueront les aunes auxquelles mesurer la confiance et la reconnaissance effectives que le législateur accorde aux radios associatives. Dans un univers des médias audiovisuels où la boutade du regretté Théo Hachez – selon qui la seule différence subsistant entre la RTBF et RTL-TVI, ce sont les grèves – se transforme progressivement en truisme, une politique volontariste de soutien aux médias alternatifs paraît en effet plus nécessaire que jamais<sup>2</sup>.

Pour des raisons au moins symboliques, ce soutien devrait d'ailleurs pouvoir passer par d'autres canaux que ceux actuellement retenus. Depuis l'entrée en vigueur du Plan de

fréquences, c'est en effet des rentrées de la publicité commerciale que dépend le financement des radios associatives via le Fonds d'aide à la création radiophonique (article 161 du décret du 27 février 2003). Pour une radio dont une des émissions phares, intitulée « Objecteurs de croissance », traite de la critique du consumérisme et de l'idéologie productiviste, il y a là un parasitisme quelque peu paradoxal. Lorsque ce sont des marchands de soupe qui nous la servent, il est difficile de ne pas la trouver un peu salée... quand bien même nous ne souhaiterions pas donner l'impression de cracher dedans.

Demeure également la question de l'institutionnalisation ou du « devenir corsaire ». Force est de constater que de ce côté, les lourdes contraintes administratives auxquelles est assorti le nouveau statut sont porteuses d'un risque de bureaucratisation et de dérives formalistes. Organisation aussi fondamentalement collective que réflexive, Radio Panik entend toutefois parvenir à transformer ces contraintes nouvelles si pas en opportunités au moins en occasions de prises de recul, de réflexions et d'auto-évaluations. Inspiré de la belle formule de Michel de Certeau selon laquelle en 1968 on avait pris la parole comme jadis on avait pris la Bastille, le cap de Radio Panik demeurera donc cette utopie de l'abolition de la séparation entre un émetteur rare et privilégié et des auditeurs aussi nombreux qu'atomisés.

La maturité c'est, selon Paul Watzlawick, la capacité à faire quelque chose malgré le fait que vos parents vous l'aient recommandé. Pour Radio Panik, ce serait de continuer à faire – mieux et plus confortablement – ce qu'elle faisait déjà malgré le fait que la Communauté française en reconnaisse désormais – imparfaitement et parfois un peu indirectement – la valeur.

*1 Encore officieux, les chiffres évoqués seraient de 12 500 majorés de 6000 euros pour les radios ne diffusant pas de publicité, et de 1000 euros supplémentaires pour celles qui diffuseraient également en ligne – soit, dans le cas de Radio Panik, qui cumule l'ensemble de ces qualités, 19 500 euros annuels.*  
*2. 2 Sait-on par exemple que la Vlaamse Gemeenschap accorde une subvention annuelle de 150 000 euros à l'asbl porteuse d'Indymedia?*

## TREIZE RADIOS ASSOCIATIVES ET D'EXPRESSION

Les éditeurs ayant jusqu'ici obtenu la qualité de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente sont 48FM (Liège), Radio Air Libre (Bruxelles), Radio Alma (Bruxelles), Radio Campus Bruxelles, Radio Equinoxe Namur, Equinoxe FM (Liège), Radio J600 (Jumet), Radio Panik (Bruxelles), Radio Qui Chifel (Mouscron), Radio Sud (Izel), Radio Tscheuw Beuzie (Frasnes-lez-Buissenal), RUN (Namur) et yoUfm (Mons, anciennement Radio UMH). Cette qualité est octroyée par le CSA aux radios indépendantes qui remplissent certaines conditions prévues dans le décret sur les services de médias audiovisuels (art. 1, 33°bis). Au niveau des structures, elles doivent recourir principalement au volontariat et associer ces volontaires aux organes de gestion de la radio. Au niveau des programmes, elles doivent soit consacrer l'essentiel de leur programmation à des émissions d'information, d'éducation permanente, de développement culturel ou de participation citoyenne, soit consacrer l'essentiel de leur programmation musicale à des genres musicaux qui ne figurent pas parmi les plus vendus ou les plus diffusés. En outre, chaque année, les radios doivent justifier le maintien du statut, et toute radio indépendante peut demander la qualité de radio associative et d'expression. De ce fait, le nombre actuel de radios associatives et d'expression est amené à évoluer dans le futur.

[www.csa.be/documents/show/973](http://www.csa.be/documents/show/973)



03 | MARS

## CAV - Recommandation relative à la participation et la représentation des mineurs dans les services de médias audiovisuels

Le Collège d'avis du CSA a rappelé et explicité, dans une recommandation au secteur audiovisuel, les principes et pratiques à respecter pour protéger les mineurs d'âge quand ceux-ci participent à des émissions de télévision ou de radio. Cette recommandation laisse les éditeurs libres de prévoir des dispositifs plus précis.

Le Collège d'avis a estimé que la législation et les dispositions réglementaires actuellement en vigueur étaient suffisantes pour encadrer la participation des mineurs dans les médias audiovisuels, y compris dans les programmes de télé-réalité, et il a, par conséquent, préféré adopter une recommandation que proposer au Gouvernement de légiférer.

Cette recommandation répond en effet à une demande de la ministre de l'Audiovisuel qui avait chargé le Collège d'avis, l'organe de quasi corégulation du CSA, de réfléchir à l'opportunité d'instaurer un dispositif de protection des mineurs spécifique dans les cas où ils participent à différents programmes audiovisuels. Le Collège a toutefois attiré l'attention de la ministre sur la nécessité de mener une réflexion sur les forums internet sur lesquels les mineurs ont l'habitude de s'exprimer et qui, pour une grande partie, ne relèvent pas des dispositions réglementaires en matière d'audiovisuel.

Le Collège a par ailleurs rappelé le rôle important que joue l'éducation aux médias à l'égard des mineurs et des jeunes, à la fois pour les protéger et leur permettre d'exploiter, dans les meilleures conditions, les opportunités de ces nouveaux vecteurs d'expression et de créativité.

[www.csa.be/documents/show/972](http://www.csa.be/documents/show/972)

09 | MARS

## Rencontre avec les télévisions locales

Le CSA a mené, sur plusieurs mois, une série de rencontres avec les acteurs des douze télévisions locales (TVL) de la Communauté française (Antenne Centre, Canal C, Canal Zoom, notélé, RTC Télé Liège, Télé Bruxelles, Télé Mons-Borinage, Télésambre, Télévesdre, TV COM, TV Lux et MaTélé). Au rythme d'une visite dans une TVL par semaine, ces rencontres ont permis à chacune d'elles de faire part de leur réalité quotidienne et de leurs questionnements actuels, et de présenter leurs installations.

09 | MARS

## Rencontre avec les radios privées

Pour accompagner la concrétisation du plan de fréquences « FM2008 », le CSA a rencontré les radios privées nouvellement autorisées et dès lors soumises à la régulation audiovisuelle. Le CSA a axé ses premières visites sur des radios de différents profils (radio d'expression, géographiques, thématiques, communautaires) qui témoignent de la diversité du paysage radiophonique. Ces échanges *in situ* sont l'occasion de se rendre compte de la réalité de chacune des radios et de répondre à leurs questions sur le nouveau contexte réglementaire. D'autres visites sont prévues dans les prochains mois.

17 | MARS

## Radio - Première réunion de la commission technique sur les optimisations

Cette commission a pour objectif de permettre aux radios autorisées de demander une ou plusieurs modifications de leurs caractéristiques d'émission. La première réunion a permis de définir une procédure de traitement des demandes en coopération avec des représentants des fédérations Radios et GRIF et le SGAM (Service Général de l'Audiovisuel et des Multimédias). Les demandes doivent être adressées au CSA pour le 15 juillet au plus tard et la commission prévoit de se réunir à la rentrée pour analyser les demandes. [www.csa.be/guideradio](http://www.csa.be/guideradio)

[www.csa.be/documents/show/986](http://www.csa.be/documents/show/986)

29 | MARS

## MIPTV à Cannes

Marc Janssen, président, Muriel Hanot, directrice des études et Anne Libert, conseillère, ont participé au MIPTV (marché international de contenus audiovisuels du 29 mars au 2 avril) à Cannes où ils ont pu découvrir des programmes télévisuels étrangers faisant appel à de nouvelles règles, que ce soit au niveau artistique, multimédia, des contenus ou financier. De plus, ils ont participé à de nombreuses conférences consacrées aux différents enjeux, actuels et à venir, par rapport auxquels le monde audiovisuel va devoir se positionner. Ce festival leur a permis d'appréhender, à travers les différents paysages audiovisuels européens et mondiaux, ce que pourrait devenir celui de la Communauté française dans quelques mois. De ce fait, le CSA a la possibilité d'anticiper les éventuels bouleversements à venir dans les médias (tels que la



question du placement de produit, par exemple), pour concevoir sereinement des réactions appropriées, plutôt que de devoir y répondre dans l'urgence.

[www.mipworld.com/en/MIPTV/](http://www.mipworld.com/en/MIPTV/)

## 31 | MARS

### Comité de contact TVSF

Jean-François Furnémont, directeur général, a assisté à la 30<sup>e</sup> réunion du Comité de contact de la directive TVSF. Les discussions ont porté sur l'état des lieux de la transposition de la directive en droit interne dans les Etats membres, la publicité alimentaire à destination des enfants, et la protection des mineurs, notamment. La DG « santé et consommateurs » a présenté un bilan alarmant de la santé des Européens, en particulier des jeunes, qui révèle que plus d'1,3 million d'enfants sont en surcharge pondérale et qui montre l'influence de cette évolution sur l'économie européenne. Cette présentation s'inscrivait dans la réflexion sur la nécessité d'agir sur la régulation de la publicité.

[ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvsvf/contact\\_comm/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/tvsvf/contact_comm/index_en.htm)  
[ec.europa.eu/dgs/health\\_consumer/self\\_regulation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/self_regulation/index_en.htm)

## 31 | MARS

### Bilan du Centre de Cinéma et de l'audiovisuel

Paul-Eric Mosseray, directeur du service « Editeurs » et Geneviève de Bueger, responsable de l'unité « Télévisions », ont assisté au bilan de la production, de la promotion et de la diffusion cinématographiques et audiovisuelles du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Communauté française de Belgique (voir également en p.10).

[www.cfwb-av.be/default.asp?V\\_ITEM\\_ID=745](http://www.cfwb-av.be/default.asp?V_ITEM_ID=745)

## 03 | AVRIL

### Présentation du rapport annuel du CSA

En 2008, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a rendu 5 avis, adopté 1 recommandation (sur la diversité du paysage radiophonique), délivré 1 autorisation TV et 95 autorisations à des radios FM. Il a rendu 29 avis sur le contrôle des obligations de 20 éditeurs de services et 9 distributeurs de services, ainsi que 51 décisions suite à une notification de grief. Le Collège d'avis a remis 2 avis, l'un répondait à une demande du Gouvernement et portait sur l'avant-projet de décret « emploi » dans les secteurs socioculturels et l'autre, pris d'initiative, portait sur la transposition, dans le cadre réglementaire interne de

la Communauté française, de la Directive « services de médias audiovisuels ».

Les plaintes constituent un baromètre précieux des préoccupations du public. En 2008, le CSA en a reçu 239, un chiffre en augmentation par rapport aux années précédentes. Dans 105 cas, ces dossiers ont fait l'objet d'une information (99 en 2007). Sur les 64 dossiers conclus à ce jour, 12 ont finalement fait l'objet d'une sanction. 41 dossiers sont toujours en cours. Parmi les 134 plaintes jugées irrecevables (soit parce que le CSA n'est pas compétent, soit parce que la plainte est non fondée), environ la moitié d'entre elles (71) ont été redirigées vers une autre instance, compétente sur le sujet et donc mieux à même de répondre aux attentes des plaignants (JEP, le CRIOC, le médiateur de la RTBF, le médiateur des Télécommunications, le médiateur SPF Economie, le CSA français, la Commission des jeux de hasard).

En 2008, le CSA a noté une augmentation du nombre de plaintes relatives à la publicité (notamment les nouvelles techniques publicitaires, comme celle de l'écran partagé) qui est passé de 24 en 2007 à 46 en 2008. Les plaintes en matière de protection des mineurs et de signalétique sont également en augmentation, passant de 33 en 2007 à 44 en 2008. En raison de l'attribution des autorisations des radios FM, un grand nombre de plaintes ont concerné le secteur des radios (45 en 2008, contre 19 en 2007). Celles-ci ont fait l'objet d'un traitement particulier, consistant le plus souvent à informer le public des changements intervenus dans le paysage radiophonique, à clarifier certains aspects de la procédure d'attribution des radiofréquences, ou à engager un dialogue avec les éditeurs en difficulté dans cette période de transition.

Le CSA a également lancé de nouvelles initiatives, notamment en ouvrant des mandats aux chercheurs et en lançant la première édition du Prix du mémoire, qu'il a remis à Céline Fion pour son travail de fin d'études sur « *Le moral et le jugement des journalistes sur leur métier et leur profession en Belgique francophone* ». L'ouverture du Centre de documentation est également prévue cet automne.

Le CSA a par ailleurs renforcé ses relations avec ses homologues belges et étrangers et activement participé aux travaux de mise en œuvre du Conseil de déontologie journalistique, dont il espère la concrétisation rapide. D'un point de vue interne, le CSA a également connu quelques changements : de nouveaux locaux, une nouvelle structure interne, avec entre autres, la création d'une direction des études et des recherches, et un cadre du personnel passé de 20 à 25 personnes, et enfin, un nouveau contrat de financement (2009-2013).





Poursuivant ses objectifs de faciliter l'accès à l'information et de favoriser la lisibilité d'une année d'activités, le CSA a mis en ligne un mini-site, en complément de la version imprimée de son rapport annuel, et a intégré des focus pour faire le point sur quatre sujets majeurs de l'année passée : le plan de fréquences FM, la transposition en droit interne de la directive SMA, la call tv et ses relations internationales.

[www.csa.be/rapport2008](http://www.csa.be/rapport2008)

## 03 | AVRIL

### Remise du Prix du CSA

A l'occasion de la présentation de son rapport annuel, le CSA a décerné le premier Prix du mémoire universitaire à Céline Fion, licenciée en information et communication (UCL), pour son travail de fin d'études sur « *Le moral et le jugement des journalistes sur leur métier et leur profession en Belgique francophone* ». Le jury du CSA a estimé que ce mémoire rencontrait les critères fixés pour l'attribution du prix : contribuer à la réflexion sur les enjeux juridiques, économiques, sociologiques, politiques, culturels, technologiques ou créatifs de l'audiovisuel, une réflexion qui fasse interagir à la fois le monde académique, le secteur de l'audiovisuel et les professionnels de demain (voir également pages 26-27).

## 03 | AVRIL

### Lancement de la 2<sup>e</sup> édition du Prix du mémoire universitaire

Ce prix, d'un montant de 2500 €, a pour objectif de distinguer un mémoire inédit de deuxième cycle universitaire (ou d'un enseignement de type long de niveau universitaire), soutenu à l'issue de l'année académique 2008-2009 et ayant reçu au minimum une note équivalant à une grande distinction. Ce mémoire doit apporter une contribution originale à la compréhension et à la réflexion sur les enjeux juridiques, économiques, sociologiques, politiques, culturels, technologiques ou créatifs de l'audiovisuel. Ce prix s'adresse aux étudiants inscrits régulièrement dans une université (ou une école supérieure de type universitaire) de la Communauté française de Belgique. Il sera remis au lauréat en avril 2010, lors de la présentation du rapport annuel du CSA. La date limite pour le dépôt des candidatures est le 30 octobre 2009.

[www.csa.be/prixmemoire](http://www.csa.be/prixmemoire)

## 07 | AVRIL

### Appel à consultation publique sur le lancement de services audiovisuels numériques par voie hertzienne et le suivi du PSTN

Le CSA et le ministère de la Communauté française (SGAM) ont ouvert conjointement, jusqu'au 31 mai, une consultation publique sur le lancement de services audiovisuels numériques par voie hertzienne et le suivi du Plan stratégique de transition numérique (PSTN). Le contexte était propice : en juillet 2007, le Gouvernement de la Communauté française avait publié son Plan stratégique de transition numérique (PSTN) et fixé l'extinction de la diffusion analogique pour la télévision au 30 novembre 2011. Réalisé en fonction des capacités négociées dans le « plan de Genève » de la CRR-06 de l'UIT, le PSTN confiait à la RTBF un rôle moteur pour le déploiement des services numériques, mais proposait également une exploitation des capacités restantes au bénéfice des éditeurs de services privés pour le déploiement du DVB-H, et ce dès la période de transition. Depuis, la situation économique, l'évolution technologique et le contexte politique nécessitent une réévaluation des priorités fixées par le PSTN. En outre, il est apparu utile de recueillir l'opinion de toutes les parties qui s'engageront dans le prochain lancement de services de médias audiovisuels en Communauté française et qui, plus généralement, joueront un rôle dans la transition numérique et le dividende numérique.

[www.csa.be/consultations/show/11](http://www.csa.be/consultations/show/11)

## 21-23 | AVRIL

### Cartoon Digital 2009 à Murcia

Paul-Eric Mosseray, directeur du service « éditeurs », a participé au Master Cartoon Digital dédié cette année aux nouvelles pratiques de consommation (VOD, webseries, réseaux sociaux) et aux modèles économiques dans le secteur de l'animation et des programmes pour enfants. Ces questions ont été abordées à la fois par les acteurs majeurs du marché (Dailymotion, Ubisoft, Disney, TF1) et par les nouvelles structures innovantes.

[www.cartoon-media.be/MASTERS/dig\\_report.php](http://www.cartoon-media.be/MASTERS/dig_report.php)

## 21 | AVRIL

### [www.csa.be/signaletique](http://www.csa.be/signaletique)

Le CSA a mis en ligne un site d'information sur la signalétique jeunesse appliquée aux programmes audiovisuels susceptibles de nuire à l'épanouissement des



mineurs d'âge. Ce site s'adresse d'abord à l'entourage familial et éducatif des enfants et des adolescents, et a pour objectif de fournir, de la manière la plus pédagogique et complète possible, une information sur cet outil fondamental de protection des mineurs.

Les parents, instituteurs, éducateurs, professeurs... trouveront sur ce site des réponses aux questions les plus fréquemment posées (Que signifient les pictogrammes ? A quels types de programmes s'appliquent-ils ? Que faire si un programme me choque ? etc.), et le chemin à suivre pour porter plainte au CSA, ou simplement lui poser une question. Ce site propose aussi des ressources documentaires et des informations sur les mécanismes de protection des mineurs dans les autres médias (internet, jeux vidéos...). L'ensemble des décisions prises par le CSA en matière de signalétique jeunesse est également accessible.

La protection des mineurs, et en particulier la signalétique, reposent sur l'exercice d'une responsabilité partagée entre les chaînes de télévision, l'entourage familial et éducatif de l'enfant et le CSA. Les chaînes de télévision doivent respecter des dispositions légales en matière de protection des mineurs ; en cas de non respect de ces dispositions, le CSA a le pouvoir de les sanctionner. L'entourage de l'enfant a un rôle actif et fondamental à jouer, par exemple en étant vigilant à la classification des programmes, en établissant des heures de vision, en étant attentif aux avertissements du présentateur dans les journaux télévisés ou en utilisant les systèmes de verrouillage (« code parental ») proposés par les chaînes de télévision. Pour assumer pleinement ce rôle, les adultes doivent être bien informés, c'est pourquoi le CSA a mis ce site à leur disposition.

[www.csa.be/signaletique](http://www.csa.be/signaletique)

04 | MAI

### CAV - Avis relatif aux « balises » dans les émissions mêlant réalité et fiction

Dans son avis, le Collège d'avis a considéré que le mélange des genres, en particulier celui qui mêle fiction et réalité dans le cadre d'émissions d'information et d'éducation, doit, lorsqu'il peut prêter à confusion, s'accompagner de balises appropriées. Le Collège estime également qu'un dispositif de réflexion interne associant producteurs, équipes rédactionnelles et/ou SDJ (société des journalistes), doit permettre à l'éditeur lui-même d'évaluer, au regard des enjeux de l'information et du contexte de diffusion, la pertinence d'insérer ou non ces balises et de les adapter au programme concerné et à son contenu. C'est pourquoi le

Collège d'avis invite les éditeurs à mettre en place des organes de réflexion et/ou un comité de visionnage dont la composition permette de mener ce genre de réflexion. Il suggère également, que, dans le cas où l'éditeur juge nécessaire d'apposer une balise, il veille à ce que celle-ci soit claire, compréhensible et adaptée.

Par ailleurs, le Collège d'avis rappelle l'importance de la liberté d'expression dans le processus de création audiovisuelle (à la fois quant au contenu et quant aux modes et aux formes de leur expression). Il reconnaît le nécessaire contrat de confiance sur lequel repose la relation entre journaliste et public, et rappelle à cette occasion la primauté de la responsabilité du journaliste vis-à-vis du public et son rôle de respect de la vérité (comme le prévoit la Charte de Munich). Il invite également les éditeurs à continuer à se conformer aux dispositions déontologiques existantes qui garantissent ce contrat de confiance et la crédibilité de l'information qui en découle.

Cet avis répond à une demande de la ministre de l'Audiovisuel qui avait chargé le CSA d'évaluer « la nécessité, l'opportunité et la faisabilité d'une signalétique ad hoc obligatoire » dans le cadre d'émissions mêlant fiction et réalité. Pour répondre à cette demande, le CSA avait organisé un séminaire ouvert en avril 2008 (« baliser le mélange des genres la télévision? ») au cours duquel les questions liées aux opportunités offertes par le mélange fiction/réalité et à la manière d'offrir, dans ce cadre, des garanties au public sur les conditions de traitement de l'information avaient été débattues avec toutes les parties intéressées (observateurs, acteurs médiatiques, créateurs de contenus, membres du Collège d'avis du CSA, usagers des médias, etc.).

[www.csa.be/documents/show/985](http://www.csa.be/documents/show/985)

06-08 | MAI

### 29<sup>e</sup> réunion de l'EPRA à Tallinn

Le CSA a participé à la 29<sup>e</sup> réunion de l'EPRA (plateforme européenne des instances de régulation) organisée à Tallinn à l'invitation du Conseil de l'audiovisuel estonien (Ringhäälingunõukogu). La communication commerciale, ainsi que la transparence et la responsabilité des régulateurs étaient inscrits à l'ordre du jour des discussions en séances plénières. Parallèlement, plusieurs groupes de travail ont eu lieu sur l'actualité de la radio numérique, l'accès des personnes handicapées aux services de médias audiovisuels, les nouvelles problématiques concernant la protection des mineurs, notamment.





||||

Jean-François Furnémont, directeur général du CSA, a été réélu à la vice-présidence de l'EPRA. Le nouveau comité exécutif, qui a été élu pour deux ans, compte 1 président (Dunja Mijatovic - CRA - Bosnie) et 4 vice-présidents (Monica Arino - OFCOM - Royaume Uni, Jürgen Brautmeier - DLM - Allemagne, Sebastiano Sortino - AGCOM - Italie, Jean-François Furnémont - CSA - Belgique). Il est chargé de la gestion et de la représentation de l'EPRA dans ses activités quotidiennes. L'EPRA est à la fois un forum de discussions entre régulateurs du secteur l'audiovisuel, un réseau d'échange d'informations sur des questions communes touchant à la réglementation et à la régulation de l'audiovisuel à l'échelle européenne et nationale, et enfin un espace de discussion des solutions pratiques aux questions juridiques concernant l'interprétation et l'application de la réglementation de l'audiovisuel. 52 instances de régulation de l'audiovisuel (dont le CSA) de 42 pays européens sont actuellement membres de la plateforme. La Commission européenne et le Conseil de l'Europe en sont des observateurs permanents.

[www.epra.org](http://www.epra.org)

27 | MAI

## Formation Altran

Le CSA a organisé dans ses locaux une formation dispensée par le consultant Altran. Cette journée de travail, à laquelle étaient conviés des membres du CSA, du VRM, de l'IBPT, du Mediennat, du SGAM et du Conseil de la concurrence, a été l'occasion de découvrir les évolutions numériques propres aux médias et en particulier à la télévision, (r)évolutions qui devraient véritablement bouleverser le comportement humain face à l'audiovisuel dans les prochaines années. Les thèmes liés aux nouveaux environnements (mobilité, haute définition, interactivité, ...), aux nouveaux modes de consommation (vidéo à la demande, Podcasting, EPG...), ou encore aux nouveaux modèles publicitaires (publicité ciblée, panneaux interactifs...) ont ainsi pu être abordés et discutés avec la vingtaine de participants qui seront tous confrontés, sous des angles et des implications divers, à ces problématiques.

29 | MAI

## Visite au CSA français

Une délégation du CSA a été reçue par son homologue français. Après une présentation des deux institutions et des équipes, des groupes de travail restreints ont abordé différentes questions liées aux missions des deux régulateurs de l'audiovisuel.

04 | JUIN

## CAC - Avis sur le contrôle annuel des distributeurs

Comme le prévoit le décret sur les services de médias audiovisuels, le CSA rend, au moins une fois par an, un avis sur le respect des obligations des distributeurs de services, en fondant son examen sur les rapports transmis par les distributeurs et sur les compléments d'informations qu'il a pu être amené à demander.

Pour l'exercice 2008, le CSA a rendu des avis sur le respect des obligations par 9 distributeurs de services : AIESH, BeTV, Belgacom, Belgacom Mobile, Brutélé, Mobistar, Newico, Tecteo et Telenet. Ces obligations portent sur l'identification du prestataire (dont la transparence de ses structures de propriété et de contrôle), l'offre de services, la péréquation tarifaire, les relations avec les utilisateurs finaux, la promotion de la diversité culturelle et linguistique, la présentation comptable, les ressources et services associés.

Le CSA a considéré que les distributeurs Be TV, Mobistar, Telenet avaient respecté leurs obligations pour l'exercice 2008. Le CSA salue par ailleurs la convention relative à la contribution de Be TV à la production d'œuvres audiovisuelles conclue entre le Gouvernement de la Communauté française, les producteurs et Be TV, qui depuis mi 2008, donne un cadre contractuel stable et valable aux parties intéressées.

Si Belgacom et Belgacom Mobile ont globalement respecté leur obligations pour l'exercice 2008, le CSA a néanmoins reporté au prochain exercice, faute des informations requises, l'examen du respect, par ces deux distributeurs, de leur obligation du respect de l'article 79 (contribution à la production d'œuvres audiovisuelles).

Concernant Brutélé, NEWICO et Tecteo, s'ils ont globalement respecté leurs obligations pour l'exercice 2008, le CSA a néanmoins décidé de reporter le contrôle du respect de l'article 77 du décret (présentation comptable) au mois de juillet 2009, après la publication des comptes annuels de ces distributeurs. Il a également décidé d'évaluer en octobre 2009 les engagements pris par Newico et Tecteo pour garantir le principe de péréquation tarifaire (art. 76 du décret) ; une procédure contentieuse sur ce point étant toujours en cours avec Brutélé, le CSA a décidé de reporter son contrôle à l'issue de cette procédure.

Par ailleurs, ayant constaté que quatre distributeurs (AIESH, Brutélé, NEWICO et Tecteo) n'avaient pas conclu de convention de distribution avec plusieurs éditeurs de services, principalement étrangers, le CSA les a invité à régulariser la situation dans les



meilleurs délais et au plus tard pour le prochain contrôle annuel.

*AIESH : [www.csa.be/documents/show/990](http://www.csa.be/documents/show/990)*

*Belgacom : [www.csa.be/documents/show/991](http://www.csa.be/documents/show/991)*

*Belgacom Mobile : [www.csa.be/documents/show/991](http://www.csa.be/documents/show/991)*

*Be TV : [www.csa.be/documents/show/993](http://www.csa.be/documents/show/993)*

*Brutélé : [www.csa.be/documents/show/994](http://www.csa.be/documents/show/994)*

*Mobistar : [www.csa.be/documents/show/995](http://www.csa.be/documents/show/995)*

*Newico : [www.csa.be/documents/show/996](http://www.csa.be/documents/show/996)*

*Tecteo : [www.csa.be/documents/show/997](http://www.csa.be/documents/show/997)*

*Telenet : [www.csa.be/documents/show/998](http://www.csa.be/documents/show/998)*

## 04 | JUIN

### CAC - Avis sur le projet de convention relative à la coproduction et au préachat d'œuvres audiovisuelles

Le CSA a rendu un avis sur un projet de convention entre la S.A. BTV et le Gouvernement de la Communauté relative à la coproduction et au pré-achat d'œuvres audiovisuelles.

Ce projet met en œuvre une disposition (art. 41 §1<sup>er</sup>) du décret sur la radiodiffusion, reprise dans le nouveau décret sur les Services de médias audiovisuels, qui prévoit la contribution des éditeurs de services télévisuels à la production d'œuvres audiovisuelles selon des modalités définies dans une convention à conclure entre l'éditeur, le Gouvernement et les organisations professionnelles représentatives des producteurs indépendants de la Communauté française (versement au Centre du cinéma et de l'audiovisuel, coproduction ou pré-achat).

Négociée entre les parties depuis 2004, la présente convention détermine les modalités selon lesquelles BTV contribuera à la production audiovisuelle, et vise solder les arriérés dus par BTV pour la période 2004-2008.

En application du nouveau décret sur les Services de médias audiovisuels, ces modalités sont désormais fixées par un arrêté du Gouvernement de la Communauté française (arrêté du 2 octobre 2008), au lieu du système de conventionnement en vigueur antérieurement.

*[www.csa.be/documents/show/989](http://www.csa.be/documents/show/989)*

## 08 | JUIN

### Séminaire sur le pluralisme des médias

Paul-Eric Mosseray, directeur du service « éditeurs » a participé à un séminaire public organisé par la Commission européenne sur les résultats de l'étude réalisée à sa demande par plusieurs organismes indépendants (dont la Katholieke Universiteit Leuven),

sur les indicateurs du pluralisme des médias dans les Etats membres. Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une démarche en 3 étapes lancée en janvier 2007 par la Commission pour faire avancer le débat sur le pluralisme des médias dans l'Union et aboutir, fin 2009, à une nouvelle communication sur le pluralisme des médias. L'objectif de l'étude était de développer un outil de suivi pour évaluer le pluralisme des médias dans les États membres de l'Union et d'identifier les menaces qui pèsent sur ce pluralisme en s'appuyant sur un ensemble d'indicateurs pertinents (juridiques, économiques et socio-culturels). Les résultats de cette étude constituent un prototype de « moniteur européen du pluralisme des médias ».

*[ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/pluralism/study/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/study/index_en.htm)*  
*[events.ibbt.be/mediapluralism/](http://events.ibbt.be/mediapluralism/)*

## 09 | JUIN

### CAV - Avis relatif à la mise à disposition du public d'archives audiovisuelles liées à l'actualité

Dans un monde d'images, où les nouveaux modes de consommation des médias permettent la consultation décalée dans le temps de multiples séquences et émissions de flux, les possibilités de rediffusion offertes par l'archivage audiovisuel se développent.

Consciente de ce problème, la ministre de l'Audiovisuel a chargé le CSA de donner son avis sur le respect des droits légitimes du public et des personnes citées dans les cas de mise à disposition du public d'archives audiovisuelles portant sur des sujets d'actualité. Dans son avis, le Collège estime que l'équilibre entre droit à l'information et droit à l'image – deux principes soumis à interprétation constante des Cours et Tribunaux – relève davantage de la pratique journalistique et que dès lors toutes questions relatives à cet équilibre devraient être discutées au sein du CDJ. Il retient également que cet équilibre repose sur le principe de l'autorisation préalable (y compris tacite), quel que soit le support sur lequel transite l'information en ce compris pour les utilisations ultérieures.

Plutôt que d'instaurer un droit de rétractation unilatéral, qui gênerait l'exercice du droit à l'information et celui du fait de l'histoire, le Collège préfère que les éditeurs informent au mieux le public sur la manière dont ils traitent les éventuelles demandes de rétractation. Il les invite également à indiquer sur leur site ou de toute autre manière qu'ils jugent appropriée,





les modalités de rétractation (manière de traiter la plainte, suivi, procédures...) et d'en identifier le service ou la personne responsable.

Enfin, le Collège attire également l'attention des éditeurs sur le fait que de nombreuses émissions, en dehors des émissions d'actualité recourent à la participation de spectateurs et que ces émissions ne sont pas encadrées par les règles de déontologie journalistique, contrairement aux émissions d'actualité. C'est pourquoi il rappelle l'avis qu'il avait rendu en 2002 sur la télévision de l'intimité et invite les éditeurs à sensibiliser leurs animateurs aux principes du droit de la personnalité. Il recommande également que les éditeurs accordent une attention toute particulière aux contenus audiovisuels qui requièrent la participation de mineurs d'âge et rappelle sa recommandation de mars 2009 relative à la participation et la représentation des mineurs dans les services de médias audiovisuels.

[www.csa.be/documents/show/1020](http://www.csa.be/documents/show/1020)

09 | JUIN

## Focus Group *Moving societies towards Integration ?* à Bruxelles

Geneviève Thiry, conseillère, a participé au Focus Group organisé à l'ULB dans le cadre du projet européen « *Moving societies towards Integration ?* » dont l'objet est l'étude des processus d'ouverture à l'interculturalité, développés à l'initiative de la société d'accueil, dans les institutions et services de différentes régions européennes. En Belgique, l'étude porte en particulier sur les processus d'ouverture à l'interculturalité initiés au sein des services de médias publics RTBF, VRT, Télé Bruxelles et TV Brussel.

11 | JUIN

## CAC - Déclarations de deux nouveaux services télévisuels : Catch Up et VOD de VOO

Le CSA a acté les déclarations de Be TV de diffuser deux nouveaux services télévisuels Catch Up et VOD de VOO. Ces deux nouveaux services portent à 21 le nombre de services télévisuels édités en Communauté française par 8 éditeurs de services privés de radiodiffusion télévisuelle.

Le décret sur les services de médias audiovisuels (article 37) prévoit désormais un régime déclaratif (au lieu du régime d'autorisation en vigueur sous l'ancien décret sur la radiodiffusion) pour l'édition de services

télévisuels. L'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 14 mai 2009 fixe le modèle de déclaration et les informations que doit fournir l'éditeur (coordonnées, statuts, actionnariat, plan financier, description du service télévisuel, délai dans lequel il sera diffusé, notamment).

[www.csa.be/documents/show/1023](http://www.csa.be/documents/show/1023)

[www.csa.be/documents/show/1024](http://www.csa.be/documents/show/1024)

11 | JUIN

## CAC - Recommandation relative à la dénomination des services diffusés par voie hertzienne terrestre

Pendant le temps de leur autorisation, la situation des éditeurs de services peut changer (modifications liées notamment aux conditions de leur autorisation). C'est pourquoi, face à la multiplication de ces changements, le CSA avait adopté, le 14 mars 2007, une recommandation destinée à les encadrer (en établissant, par exemple, qu'une modification du nom d'un service autorisé ne nécessitait pas l'accord préalable du CSA). Aujourd'hui, dans le contexte d'une diffusion FM (c'est-à-dire une diffusion de services sonores par la voie hertzienne terrestre), le CSA a estimé nécessaire de revoir la position qu'il avait adoptée dans sa précédente recommandation. En effet, dans un contexte où les ressources de diffusion sont rares et géographiquement localisées, la dénomination des services constitue un élément essentiel de l'équilibre recherché dans la répartition des radiofréquences et, partant, de la diversité du paysage radiophonique.

C'est pourquoi le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a souhaité, par cette nouvelle recommandation, fixer des procédures et des principes clairs permettant d'accepter ou de refuser des modifications aux noms d'antenne en fonction de leur impact sur les équilibres découlant de l'architecture du paysage radiophonique.

[www.csa.be/documents/show/1028](http://www.csa.be/documents/show/1028)

**APRÈS UN ÉPISODE** sur la publicité télévisée, un autre sur les nouvelles pratiques publicitaires, le Secrétariat d'instruction clôt sa série consacrée à la publicité par un dernier épisode consacré à la durée publicitaire, en radio ou en télévision.



BENOÎT RENNESON

## LA PUBLICITÉ MONTRE EN MAIN

**Le secrétariat d'instruction** est régulièrement contacté par des personnes souhaitant porter plainte parce qu'elles estiment qu'il y a trop de publicité, et cela, tant en radio qu'en télévision. Ces courriers peuvent pointer un éditeur en particulier mais aussi faire le constat d'une surabondance publicitaire généralisée dans tous les médias audiovisuels. Bien entendu, le débat concernant la présence de la publicité que d'aucuns jugent excessive ne se limite pas à l'audiovisuel mais à tout l'espace public. Il n'est donc pas étonnant que certaines plaintes émanent de collectifs ou d'associations.

Les motivations des plaignants sont diverses. Certains ne décrient pas la publicité en tant que telle mais expriment leur frustration de voir leur programme retardé ou interrompu longuement par celle-ci. D'autres font part de leur saturation face aux communications commerciales qui se glisseraient sournoisement et de plus en plus souvent à l'intérieur même des programmes sous la forme d'écrans partagés, de parrainages ou de placements de produits. D'autres encore sont excédés par la profusion de publicités jugées abrutissantes, voire nocives car incitant à la surconsommation. Enfin, certaines plaintes visent spécifiquement le service public qui, selon leurs auteurs, devrait être à l'abri complètement ou du moins en partie de la diffusion de publicité grâce à sa dotation publique.

Quelle que soit la raison qui pousse un plaignant à estimer qu'une chaîne de télévision ou une radio diffuse trop de messages commerciaux, la tâche au secrétariat d'instruction consiste dans un premier temps à vérifier au moyen d'un monitoring pointilleux si l'éditeur mis en cause respecte ou non les règles de durée établies dans le décret sur les services de médias audiovisuels. S'il constate une infraction, transmettra son dossier d'instruction au Collège d'autorisation et de contrôle, seul habilité à prononcer des sanctions

Ces quelques règles concernant la durée sont relativement simples et ne se prêtent que peu à interprétation, un tunnel publicitaire débutant à la première seconde du jingle l'annonçant et se terminant à la dernière seconde de celui qui le clôture. Pour les services télévisuels comme sonores, le temps maximum de la publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne peut dépasser 20

p.c. de cette période, soit 12 minutes. A noter que la durée de la publicité diffusée dans les écrans partagés est prise en compte dans ce calcul. Les annonces de parrainage ne peuvent quant à elles excéder dix secondes avec un maximum de six annonces par heure de programme parrainé. La diffusion de certains programmes, notamment les œuvres de fiction cinématographique - sauf sur la RTBF et les télévisions locales-, peut être interrompue par de la publicité par tranche de 30 minutes au moins. Enfin, la durée de diffusion quotidienne de télé-achat incluant notamment la « call tv » et les programmes dits de « petites-annonces » est limitée à trois heures. Dans ce contexte exclusivement quantitatif, le seul élément qui peut faire l'objet d'une appréciation est la qualification d'un programme ou d'une séquence de programme comme étant de la communication commerciale à comptabiliser dans la durée publicitaire.

Il va sans dire que le niveau de tolérance vis-à-vis de la diffusion de publicité est propre à chacun. Nous n'avons pas tous le même rapport aux médias audiovisuels ni plus largement à la société de consommation. A titre d'exemple, une pratique comme celle de l'écran partagé récemment réglementée donne à certains téléspectateurs l'impression d'un trop-plein publicitaire quand d'autres y voient une répartition plus fine et par conséquent plus digeste des messages commerciaux. En définitive et au regard de la loi, c'est le chronomètre qui tranchera.

### LE MONITORING PUB EN TV

Pour procéder au contrôle des durées publicitaires, le Secrétariat d'Instruction enregistre une semaine entière de programmes de la (ou des) chaîne(s) de l'éditeur ciblé. Il effectue ensuite une analyse systématique, heure après heure, des programmes diffusés la semaine choisie. Chaque communication commerciale (parrainage, télé-achat, autopromotion...) est identifiée et répertoriée. L'application des règles de durée, ainsi que les autres règles propres à chaque type de message publicitaire, est ensuite vérifiée. Outre ce travail indispensable dans le cadre de tout dossier d'instruction, ce monitoring constitue également une occasion pour le Secrétariat d'Instruction de dresser un état des lieux bien nécessaire des nouvelles pratiques publicitaires adoptées par les éditeurs.



19 | FÉVRIER

## Radio - Statut de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente

Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA (CAC) s'est prononcé sur les demandes de radios indépendantes en vue d'obtenir un statut de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente. Ce statut est octroyé par le CSA aux radios indépendantes qui remplissent une série de conditions prévues par la loi et qui en font la demande. Le statut peut être octroyé à une radio indépendante à condition :

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

Les éditeurs des services suivants, qui remplissent ces conditions, ont obtenu le statut de radio associative et d'expression :

Radio J600 (Jumet)  
 RQC - Radio Qui Chifel (Mouscron)  
 Radio Sud (Izél)  
 Radio UMH (Mons)  
 Radio Equinoxe (Namur)  
 Radio Air Libre (Bruxelles)  
 Radio Tscheûw Beuzië (Frasnes-lez-Buissenal)  
 RUN - Radio Universitaire Namuroise (Namur)  
 Radio Panik (Bruxelles)  
 Radio Campus Bruxelles (Bruxelles)  
 Equinoxe FM (Liège)  
 48FM (Liège)  
 Radio Alma (Bruxelles)

Conformément au décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, ces éditeurs devront justifier dans leur rapport annuel du maintien de ce statut.

[www.csa.be/documents/show/973](http://www.csa.be/documents/show/973)

*visuels et sonores. Si la question de savoir si les mentions figurant au générique font partie de l'œuvre peut se discuter, il n'en va pas de même pour les images qui peuvent être présentes durant le générique ni pour les éléments sonores qui accompagnent le générique (en général la musique ou la chanson du film).*

*Dans la mesure où l'intégrité de l'œuvre est protégée « dans son ensemble » (Cass. 8 mai 2008 cité plus haut), la réduction à une fraction de l'écran de la taille des images (lorsqu'elles sont présentes dans le générique) et la suppression de la musique qui accompagne le générique (lorsqu'il en existe une) constituent des « modifications » de l'œuvre et dès lors des atteintes illégales à l'intégrité de l'œuvre lorsqu'elles ne sont pas autorisées par les auteurs.*

*L'éditeur de services peut être autorisé par les titulaires de droits à modifier une œuvre par la pratique de l'écran partagé. En l'espèce, l'éditeur a précisé dans son argumentaire qu'il « a prévu, dans ses contrats avec les distributeurs de films, une clause par laquelle le distributeur accepte les écrans partagés... ».*

Le CAC avait constaté que la RTBF avait diffusé sur La Deux de la publicité (un spot de parrainage, deux spots d'autopromotion et un spot de publicité) en utilisant la technique de l'écran partagé. Sans finalement retenir de grief mais en prenant acte des explications, réflexions et pratiques de l'éditeur quand il recourt à cette technique (et notamment d'initiatives éventuelles futures destinées à fournir certaines informations sur un autre support) le CAC l'a invité à les formaliser de la manière qu'il jugera la plus appropriée dans le respect du cadre légal.

La mise en œuvre de nouvelles techniques publicitaires suscite chez le téléspectateur rejet ou perplexité. De leur côté, les éditeurs cherchent des moyens de les utiliser en respectant le cadre légal. Le CAC rappelle que le principe de l'écran partagé entre publicités et générique de fins est désormais autorisé par le décret, il ne l'est que dans certaines conditions : identification, respect de l'intégrité de l'œuvre et de la valeur du programme, permettre au téléspectateur de continuer à suivre le programme.

[www.csa.be/documents/show/982](http://www.csa.be/documents/show/982)

19 | MARS

**Editeur : RTBF**  
**Service : La Deux**

**Ecran partagé**

*« Une œuvre cinématographique ou audiovisuelle se compose par essence d'une combinaison d'éléments*

04 | AVRIL

**Editeur : Télé Bruxelles**

**Contrôle annuel**

*« [Le CAC] relève en outre que les informations produites par l'éditeur dans son rapport d'activités 2007 ne prenaient pas en compte les publicités diffusées lors*



*des plages de radio filmée quotidiennes de 3 heures. Il rappelle que tant la publicité diffusée lors des plages de radio filmée que la publicité non commerciale relève de la communication publicitaire au sens du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. »*

Le CSA a condamné Télé Bruxelles à diffuser un communiqué pour manquement aux règles en matière de durée publicitaire.

En effet, en octobre dernier, à l'issue du contrôle annuel de l'éditeur pour l'exercice 2007, le CSA avait constaté que Télé Bruxelles avait, à plusieurs reprises, dépassé le temps de diffusion quotidien consacré à la publicité.

Après instruction, le CSA a déclaré les griefs établis. Si Télé Bruxelles reconnaît la plupart de ces dépassements publicitaires, il explique les uns par une erreur humaine et involontaire, et justifie les autres par une interprétation divergente de la qualification des émissions « terroir », que le CSA considère comme de la communication publicitaire.

Le CSA rappelle par ailleurs à l'éditeur son avis relatif au contrôle 2005 et sa décision relative au contrôle 2006 par laquelle le CSA avait adressé un avertissement à Télé Bruxelles pour des dépassements publicitaires. A ces deux occasions, le CSA avait déjà rappelé à l'éditeur que sa responsabilité éditoriale porte sur l'ensemble des programmes qu'il diffuse. Il rappelle également que la publicité diffusée pendant les plages de radio filmée, et la publicité non commerciale relèvent de la communication commerciale au sens du décret. Il relève toutefois les efforts entrepris par l'éditeur pour ne plus dépasser ces limitations horaires et quotidiennes qui pourraient lui permettre de ne plus se voir notifier le grief de tels dépassements lors des prochains exercices.

[www.csa.be/documents/show/981](http://www.csa.be/documents/show/981)

## 23 | AVRIL

**Editeurs : SA NOSTALGIE, SA INADI, SA COBELFRA**

**Service : Nostalgie, Bel RTL, Radio Contact**

### Radio, échange de radiofréquences

Le CSA a décidé d'autoriser la SA NOSTALGIE à diffuser son service *Nostalgie* sur les radiofréquences JODOIGNE 95.1 et CINEY 106.9; d'autoriser la SA INADI à diffuser son service *Bel-RTL* sur la radiofréquence CINEY 107.6; et d'autoriser la SA COBELFRA à diffuser son service *Radio Contact* sur la radiofréquence JODOIGNE 106.8. Conformément au souhait des par-

ties, la présente décision cessera de produire ses effets le 31 décembre 2009.

[www.csa.be/documents/show/983](http://www.csa.be/documents/show/983)

## 14 | MAI

**Editeur : RTBF**

### Contrôle annuel

A l'issue du contrôle du respect, par la RTBF, de ses obligations pour l'exercice 2007, le CSA avait relevé certains manquements. La RTBF n'avait en effet pas respecté ses obligations de développer des synergies avec les télévisions locales, de limiter le temps de transmission consacré à la publicité à 12 minutes par heure, et de ne pas diffuser de la publicité dans les 5 minutes qui précèdent ou suivent les programmes spécifiquement destinés aux enfants de moins de 12 ans.

En ce qui concerne les synergies avec les TVL, le CSA a estimé que le grief n'était pas établi étant donné que la RTBF a développé de nouvelles collaborations avec des TVL, et que la Fédération des TVL n'avait pas sollicité l'éditeur. Le CSA rappelle toutefois l'importance de ces collaborations, en raison de leurs implications sur les obligations des TVL elles-mêmes.

Quant aux dépassements publicitaires, le CSA n'a pas estimé nécessaire de sanctionner la RTBF étant donné le caractère isolé de ces dépassements et les mesures prises par l'éditeur pour éviter la répétition de tels dépassements à l'avenir. La RTBF a en effet mis en place un dispositif spécifique pour ne pas dépasser le seuil des 12 minutes par heure d'horloge et a fourni copie de la note de service rappelant ce dispositif. Le CSA sera néanmoins particulièrement attentif au respect de cette obligation pour l'exercice 2008.

Pour ce qui est de la diffusion de publicités dans les 5 minutes qui précèdent ou suivent les programmes spécifiquement destinés aux enfants de moins de 12 ans, le CSA n'a pas retenu de grief, l'éditeur lui a en effet transmis des informations complémentaires attestant du fait que le programme incriminé était un programme destiné à tous les publics, et non un programme exclusivement destiné aux enfants de moins de douze ans.

[www.csa.be/documents/show/987](http://www.csa.be/documents/show/987)

## 14 | MAI

**Editeur : TVi  
Services : RTL-TVi, Club RTL**

Compte tenu de l'arrêt du Conseil d'Etat du 15 janvier 2009, le CAC a retiré les décisions contre lesquelles





L'éditeur TVi a introduit un recours pour les services RTL-TVi et Club RTL.

[www.csa.be/documents/show/987](http://www.csa.be/documents/show/987)  
[www.csa.be/documents/show/999](http://www.csa.be/documents/show/999)  
[www.csa.be/documents/show/1002](http://www.csa.be/documents/show/1002)  
[www.csa.be/documents/show/1003](http://www.csa.be/documents/show/1003)  
[www.csa.be/documents/show/1004](http://www.csa.be/documents/show/1004)  
[www.csa.be/documents/show/1005](http://www.csa.be/documents/show/1005)  
[www.csa.be/documents/show/1007](http://www.csa.be/documents/show/1007)  
[www.csa.be/documents/show/1008](http://www.csa.be/documents/show/1008)  
[www.csa.be/documents/show/1009](http://www.csa.be/documents/show/1009)  
[www.csa.be/documents/show/1010](http://www.csa.be/documents/show/1010)  
[www.csa.be/documents/show/1011](http://www.csa.be/documents/show/1011)  
[www.csa.be/documents/show/1013](http://www.csa.be/documents/show/1013)  
[www.csa.be/documents/show/1014](http://www.csa.be/documents/show/1014)  
[www.csa.be/documents/show/1017](http://www.csa.be/documents/show/1017)  
[www.csa.be/documents/show/1018](http://www.csa.be/documents/show/1018)  
[www.csa.be/documents/show/1019](http://www.csa.be/documents/show/1019)

27 | MAI

**Editeur : SPRL CEDAV**  
**Service : Radio Al Manar**

### Incitation à la haine, discrimination

« Selon l'article 10 § 1 de la Convention européenne de sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés fondamentales, « Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les Etats de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations ». Toutefois, selon le §2 ce même article, « L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire ». C'est dans le respect de cette disposition que, selon l'article 9, 1° du décret sur les éditeurs soumis à celui-ci « ne peuvent éditer des programmes contraires aux lois ou à l'intérêt général, portant atteinte au respect de la dignité humaine ou contenant des incitations à la discrimination, à la haine ou à la violence, en par-

*ticulier pour des raisons de prétendue race, d'ethnie, de sexe, de nationalité, de religion ou de conception philosophique, de handicap, d'âge ou d'orientation sexuelle ou tendant à la négation, la minimisation, la justification, l'approbation du génocide commis par le régime nazi pendant la seconde guerre mondiale ainsi que toute autre forme de génocide ».*

*La jurisprudence constante de la Cour européenne des droits de l'homme rappelle qu'un tel pouvoir d'appréciation doit être utilisé avec la plus grande prudence et dans le respect du principe de proportionnalité : la liberté d'expression « vaut non seulement pour les « informations » ou « idées » accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent : ainsi le veulent le pluralisme, la tolérance et l'esprit d'ouverture sans lesquels il n'est pas de « société démocratique ».*

*En effet, s'agissant d'une infraction qui s'analyse comme une exception au droit fondamental à la liberté d'expression reconnu tant par la Convention européenne de sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés fondamentales que par la Constitution belge, il y a lieu d'appliquer des principes d'interprétation restrictive et de ne considérer que l'infraction est établie que quand les éléments constitutifs sont manifestement réunis.*

*Il ressort à suffisance du compte-rendu d'audition que l'animateur a non seulement manifesté une opinion haineuse à l'encontre d'un parti démocratique, mais à plusieurs reprises à l'égard de toute personne d'origine maghrébine (puis toute personne « humaine ») qui en partagerait activement les idées (« je ne comprends pas comment on peut être membre du MR en étant d'origine maghrébine sans se renier en totalité... je ne peux pas trop comprendre tout cela, il faudra vraiment qu'on m'explique comment on peut être d'origine maghrébine, même déjà d'origine tout court, hein, humaine, et accepter des thèses comme libéralisme prôné par l'UMP et le MR... ») Ces déclarations constituent bien des incitations à la discrimination et à la haine en raison de la conception philosophique. [...] »*

Un auditeur s'était plaint auprès du CSA suite à de propos tenus dans un programme de libre antenne diffusé sur Al Manar, qui, selon le plaignant étaient susceptibles de contenir des incitations à la discrimination et à la haine à l'encontre du Mouvement Réformateur, notamment.

Vu la gravité de faits, particulièrement en période électorale, le Président du CSA avait demandé à Al Manar de l'informer des mesures qu'il comptait prendre pour contribuer à réparer le préjudice subi par le



MR et du détail de la couverture de la campagne électorale déployée par la radio.

Aucune réponse n'étant parvenue au CSA dans les délais prévus, le Président du CSA a notifié des griefs à l'éditeur, sur base d'une procédure en référé, et l'a auditionné.

Ces griefs portent sur une violation de l'article 9, 1° du décret sur les médias audiovisuels (*« les éditeurs ne peuvent éditer des programmes contraires aux lois ou à l'intérêt général, portant atteinte au respect de la dignité humaine ou contenant des incitations à la discrimination, à la haine ou à la violence, en particulier pour des raisons de prétendue race, d'ethnie, de sexe, de nationalité, de religion ou de conception philosophique, de handicap, d'âge ou d'orientation sexuelle ou tendant à la négation, la minimisation, la justification, l'approbation du génocide commis par le régime nazi pendant la seconde guerre mondiale ainsi que toute autre forme de génocide »*).

En conséquence, le Président du CSA a condamné l'éditeur à diffuser le communiqué suivant : *« Radio Al Manar a été condamnée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour avoir lors d'une émission de libre antenne diffusé des propos dénigrants pour le Mouvement Réformateur, propos qui constituent également une incitation à la haine ou à la discrimination en raison de conceptions philosophiques. En tant que garant du pluralisme, le CSA tient à rappeler l'importance de la tolérance et du respect à l'égard de toutes les opinions démocratiques »*.

[www.csa.be/documents/show/988](http://www.csa.be/documents/show/988)

## 11 | JUIN

**Editeur : ASBL El Boss**  
**Service : Radio El Boss**

### Radio, brouillages

*« Le Collège souligne que la passion qui anime les éditeurs de radios locales constitue un élément essentiel du dynamisme d'un paysage médiatique local dans une société démocratique. L'investissement personnel de particuliers dans la création et la gestion d'une radio indépendante représente pour ces derniers un enjeu individuel, mais forme également une dimension importante de la richesse du tissu socio-culturel d'une région.*

*Cependant, le Collège doit avoir égard aux sérieux désagréments subis par les éditeurs victimes de brouillages et leurs auditeurs. Il ne peut ignorer son devoir d'assurer le respect du principe d'égalité de traitement entre éditeurs et généralement de garantir le respect de la loi.*

*En ce sens, l'enthousiasme des individus concernés ne peut conduire à faire abstraction du cadre légal. Force est de constater qu'aucun des moyens invoqués par l'ASBL El Boss pour sa défense ne permet de conclure au caractère légal de la radiodiffusion litigieuse. »*

Le CSA avait constaté que, pendant plusieurs mois, entre septembre 2008 et février 2009, le service Radio El Boss, diffusé sans autorisation préalable sur plusieurs radiofréquences différentes dans la région d'Obourg, provoquait des perturbations et des brouillages dans le voisinage de ses installations. Le CSA a transmis sa décision à l'IPBT, la « police des ondes », afin qu'il procède à la mise hors service, par tous les moyens légaux, de l'émetteur (ou, le cas échéant, des émetteurs) qui utilise(nt) illégalement ces radiofréquences.

[www.csa.be/documents/show/1025](http://www.csa.be/documents/show/1025)

## 11 | JUIN

### Distributeur : Brutélé

#### Péréquation tarifaire

*« Le Collège a, lors de sa réunion du 14 mai 2009, pris connaissance des éléments fournis par le distributeur, qui ont été débattus lors de l'audition de celui-ci le 28 mai 2009.*

*Lors de cette audition, Brutélé a confirmé la volonté future d'harmonisation des tarifs au sein de l'offre commerciale VOO. Cependant, le distributeur a précisé qu'il n'existe pas de projet d'augmentation ou de diminution des prix pratiqués par le distributeur, à court terme et, à tout le moins, avant l'expiration de la convention avec la télévision locale Télésambre, prévue pour début 2011.*

*Par conséquent, le Collège constate que la problématique liée au financement complémentaire des télévisions locales, en dehors de l'obligation décréte, n'est pas résolue, dès lors que des disparités de tarification, au détriment de certains utilisateurs finaux, persistent. Sur ce point, le distributeur ne rencontre toujours pas le prescrit de l'article 76 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. »*

Le Collège d'autorisation et de contrôle a condamné Brutélé à une amende de 200.000 € parce que le distributeur ne s'est pas conformé complètement à son obligation de péréquation tarifaire (cad le principe d'égalité de traitement en matière de tarif et d'offre pour tous les consommateurs) prévue dans le décret. Cette sanction intervient plus d'un an après que CAC ait pris une décision qui condamnait déjà le





distributeur à une telle amende, tant en suspendant celle-ci le temps que le distributeur fournisse les preuves de sa volonté de mettre en œuvre de manière complète ses obligations. En effet, lors du contrôle annuel 2006, le CAC avait constaté que Brutélé n'avait respecté le principe de péréquation tarifaire, le distributeur ayant appliqué, pour une même offre, une tarification différente selon le lieu d'habitation du client. Le 17 avril 2008, le CAC avait par conséquent condamné Brutélé à une amende de 200.000 €, tout en suspendant cette condamnation pendant 6 mois, pour autant qu'à cette date, le distributeur ait trouvé des solutions à cette situation d'inégalité de traitement entre les consommateurs. Le 12 novembre 2008, après avoir auditionné le distributeur, le CAC a pris acte de ses démarches et décidé que les explications et les engagements qu'il avait pris permettaient de garantir partiellement le respect du principe de péréquation tarifaire. La question du financement complémentaire des télévisions locales par les abonnés de Brutélé n'était toutefois pas résolue : des disparités de tarification, selon le lieu d'habitation du client, subsistaient, en raison de contrats conclus avec certaines télévisions locales. Brutélé s'étant engagé à se conformer complètement à son obligation de péréquation tarifaire, le CAC avait par conséquent décidé de reporter l'examen de son dossier au 14 mai 2009. Sur base des éléments fournis par le distributeur et qui ont été débattus lors de l'audition de celui-ci le 28 mai, le CAC a constaté que la problématique liée au financement complémentaire des télévisions locales n'était toujours pas résolue.

Ce principe de péréquation tarifaire s'inscrit dans la dynamique d'évolution du secteur, en établissant une garantie que la concurrence entre distributeurs et les bénéfices des progrès technologiques ne soient pas réservés à certains segments de la population, sélectionnés sur base de critères discriminatoires et arbitraires. Le décret sur les services de médias audiovisuels (art.76) prévoit en effet que « pour la même offre de services de médias audiovisuels, le distributeur de services est tenu de garantir un même prix à l'égard de tout utilisateur des services ». L'objectif de cette disposition vise donc clairement l'égalité de traitement des citoyens. C'est, avec le service universel, un élément essentiel de la mission de défense des utilisateurs telle que l'a souhaitée le législateur et telle que l'applique le régulateur. Toute dérogation à l'exigence de péréquation tarifaire doit donc être justifiée sur base de critères objectifs et ne peut se concevoir que comme temporaire. Par cette décision, le CSA a marqué sa volonté

de souligner l'importance de ce principe aux yeux du législateur et du régulateur.

[www.csa.be/documents/show/1022](http://www.csa.be/documents/show/1022)

11 | JUIN

**Editeur : S.A. BTV**  
**Services : AB3, AB4**

## Contribution à la production audiovisuelle

« Le Collège observe que la convention se réfère explicitement aux avis du CSA, en convenant dans son article 1<sup>er</sup> que les chiffres d'affaires respectifs à prendre en considération pour l'application de l'article 41 du décret et que les montants de la contribution sont précisés dans cet article de la convention et ce « conformément aux avis du CSA ».

Le Collège confirme la conformité entre les montants qu'il a approuvés dans ses avis et les montants de chiffres d'affaires et de contributions tels que repris dans la convention, pour un montant total de 972 194,70 €.

Le Collège constate que la convention prévoit également en son article 1<sup>er</sup> que les parties s'engagent à faire radier du rôle les affaires pendantes relatives à l'exécution de l'obligation de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles de l'éditeur, notamment en ce qui concerne le reliquat de la contribution pour l'exercice 2003, qui s'additionne aux contributions annuelles et est déclaré dans la convention comme compris dans le montant total cité ci-avant. »

Le CAC avait constaté que BTV n'avait pas respecté ses obligations de contribuer à la production d'œuvres audiovisuelles pour l'exercice 2004, que ce soit via la coproduction, le préachat d'œuvres ou un versement au CCA (Centre du cinéma et de l'audiovisuel). Depuis lors, pour les exercices 2004, 2005, 2006 et 2007, BTV avait, sous le contrôle du CSA, provisionné les montants destinés à sa contribution à la production audiovisuelle. Le CAC a également constaté que la convention entre l'éditeur, la Communauté française et les associations professionnelles représentatives des producteurs indépendants de la Communauté française, constituait un acte décisif en vue de l'accomplissement des obligations de l'éditeur. Le CAC a par conséquent décidé que le grief n'était plus établi, sous réserve de la vérification, lors du prochain contrôle annuel 2008, que l'éditeur a effectivement respecté ses engagements sur l'ensemble de la période courant de 2004 à 2008.

[www.csa.be/documents/show/1027](http://www.csa.be/documents/show/1027)



11 | JUIN

**Editeur : S.A. BTV**  
**Services : AB3, AB4, Videoclick**

### Contrôle annuel

*« La déclaration de l'éditeur du 16 janvier 2009 permet au Collège de constater que si l'éditeur a bien « identifié – tout au long de leur diffusion – les éléments vidéo pouvant représenter un caractère érotique à l'aide du pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation d'un – 16 en noir » entre minuit et 5 heures du matin, la mention « déconseillé aux moins de 16 ans » n'apparaît pas en bas d'écran, en blanc, au minimum pendant une minute au début du programme ou en plein écran, avant le programme, au minimum pendant 10 secondes, tel que requis par l'article 7 de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 1<sup>er</sup> juillet 2004.*

*Le fait que l'éditeur ajoute avec précaution que « sauf erreur » la mention « déconseillé aux moins de 16 ans » a été ajoutée au pictogramme fait montre de l'incertitude de l'éditeur à cet égard.*

*Le grief est établi.*

*Toutefois, considérant le caractère récent du service – lancé le 3 avril 2007 – au regard de la période contrôlée et le respect par l'éditeur d'une partie des mesures prévues par l'arrêté relatif à la protection des mineurs, le Collège estime ne pas devoir prononcer de sanction en l'espèce et invite le secrétariat d'instruction à effectuer un monitoring quant au respect des obligations en matière de protection des mineurs. » ».*

Lors du contrôle annuel 2007, le CAC avait relevé certains manquements aux obligations décrétales de l'éditeur BTV. Pour AB3 et AB4, BTV n'avait pas respecté ses obligations de diffuser des œuvres européennes indépendantes récentes. Pour Videoclick, l'éditeur n'avait pas fourni de rapport annuel permettant au régulateur de contrôler le respect de ses obligations en matière de diffusion de programmes et d'œuvres audiovisuelles francophones et de la Communauté française, de diffusion d'œuvres européennes, indépendantes et récentes, l'éditeur n'avait pas non plus transmis les éléments d'information relatifs au respect des obligations en matière de publicité et télé-achat, et enfin n'avait pas respecté l'arrêté « signalétique » relatif à la protection des mineurs.

Compte tenu de la récidive en ce qui concerne le non respect des obligations de diffuser des œuvres européennes indépendantes récentes (pour les services AB3 et AB4) et de transmettre un rapport annuel au

CSA (pour le service Videoclick), celui-ci condamne BTV à une amende de 20.000 €.

Quant aux manquements aux obligations de l'éditeur de transmettre au CSA les éléments d'information nécessaires au contrôle en matière de publicité et de téléachat sur le service Videoclick, et de respecter les dispositions en matière de protection des mineurs, compte tenu du caractère récent du service (lancé le 3 avril 2007) au regard de la période de contrôle, le CAC a estimé ne pas devoir prononcer de sanction et a invité le Secrétariat d'instruction à effectuer un monitoring spécifique de ce service sur ces deux points.

[www.csa.be/documents/show/1026](http://www.csa.be/documents/show/1026)

# CSA

CONSEIL SUPERIEUR  
DE L'AUDIOVISUEL

pluralisme  
TV

droit à l'information

protection des mineurs

radios

publicité

## Le CSA à votre écoute

signalétique

violence  
CAI

discrimination

numérique

transparence  
audiovisuel

accessibilité

création

dignité humaine

droit à l'image

télévision

### Où nous contacter ? Où porter plainte ? Où poser une question ?

13 Boulevard de l'Impératrice | 1000 Bruxelles | Tél.: 02 349 58 80 | Fax: 02 349 58 97 | [www.csa.be](http://www.csa.be) | [info@csa.be](mailto:info@csa.be)

### Je souhaite :

- recevoir gratuitement la lettre d'information du CSA par mail;
- m'abonner gratuitement au magazine trimestriel "Régulation";
- recevoir gratuitement le rapport annuel du CSA.

A renvoyer au CSA par courrier, par fax ou par courriel

Nom: .....

Prénom: .....

Adresse: .....

Courriel: .....



Le CSA est l'autorité de régulation de l'audiovisuel de la Communauté française. A l'écoute du public, il reçoit vos plaintes, vos remarques ou vos questions concernant les programmes de radio et de télévision : violence gratuite, protection des mineurs, application de la signalétique, durée de la publicité, atteinte à la dignité humaine...

Une fois instruites, vos plaintes sont soumises au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA qui peut constater l'infraction et, le cas échéant, la sanctionner par un avertissement, une amende, la diffusion d'un communiqué qui relate l'infraction, voire un retrait de l'autorisation d'émettre.