

REGULATION

Bulletin d'information
trimestriel

#47

Janvier - Février - Mars 2011

POINT DE VUE

Call TV :
une compétence
à ne pas laisser
au hasard



DEBAT 360°

Régulation
et éducation
aux médias :
deux facettes,
une même pièce



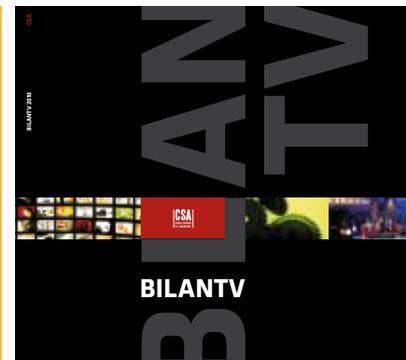
POINT DE VUE

Création et politiques
télévisuelles :
comment créer
en télé ?



ECLAIRAGE

Secteur télévisuel :
premier bilan
transversal



FACE A FACE

Bernadette Wynants
Marijke Dejonghe
Médias de service public :
la régulation
comme miroir ?



SOMMAIRE

3

EDITORIAL

Articuler régulation et éducation aux médias

4

ACTUALITÉ AUDIOVISUELLE

10

DÉBAT 360°

Régulation et éducation aux médias : deux facettes, une même pièce
4 perspectives Catherine Gerrooms (Média Animation asbl), Liesbeth Hop (Mediarakkers), Anne-Claire Orban (ACMJ) et Cathy Constant (OUFTivi Radio), introduites par Muriel Hanot

18

ECLAIRAGE

Secteur télévisuel : Premier bilan transversal

20

FACE À FACE

Médias de service public : la régulation comme miroir ?
Marijke Dejonghe (VRM) et Bernadette Wynants (RTBF)

24

POINT [S] DE VUE

Call TV : une compétence à ne pas laisser *au hasard*, Franciska Bangisa
Création et politiques télévisuelles. Comment créer en télé ?, Luc Jabon

28

ACTUALITÉ DU CSA

RTBF : avis relatif au contrôle annuel 2009
Radios : avis relatifs au contrôle du respect de leur obligations et engagement pour 2009
Recommandation relative à la diversité et à l'équilibre des formats de radios
Télévision : déclaration de Star By CinéTélérevue
Télé Bruxelles : avis relatif à la composition de son conseil d'administration
Marché 18 : audition au Parlement
Digital Radio Summit 2011
Conférence Media Transformations - Digitalization and development of new media in Western Balkans countries
Colloque L'image des jeunes dans les médias
Atelier destiné aux radios indépendantes à Namur
Déontologie : premier rapport conjoint CSA/CDJ

33

SECRÉTARIAT D'INSTRUCTION

Tout n'est pas à mettre devant tous les yeux

34

DÉCISIONS DU CAC

Radio : Optimisations : Radio Judaïca, Radio Campus, Radio K.I.F, Nostalgie, Twizz, Radio Contact, NRJ (Bruxelles), Bel RTL (Bruxelles), Foo Rire FM, Radio Panik, Gold FM, Al Manar/Al Markaziya, Radio Vibration, Sud Radio, Must FM, Contact Hits, Bel RTL (Huy), NRJ (Charleroi), NRJ (Arsimont), Nostalgie (Arsimont)
Caducité d'autorisation : Radio Contact Plus, Contact Hits
Dérogation à l'usage du français : RCF Bruxelles
Non remise du rapport annuel : Maximum FM, Radio Panache, Radio K.I.F, Radio Italia
Changement de nom : Radio Centre Jodoigne (Passion FM), Radio Turbo Inter (Génération)
Parrainage : RTBF
Production propre : Télé Bruxelles
Télévision : Parrainage : RTBF
Production propre : Télé Bruxelles

ARTICULER RÉGULATION ET ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Le 3 mars, le Conseil supérieur de l'éducation aux médias de la Communauté française (le CSEM) présentait publiquement la Déclaration de Bruxelles, invitant toutes les personnes et associations concernées à y adhérer via le site internet créé pour l'occasion. Cette déclaration est notamment le fruit des travaux qui ont eu lieu lors de la conférence internationale *L'Éducation aux Médias pour tous* organisée par le CSEM début décembre 2010. Elle est aussi un nouveau signe du dynamisme d'une institution relancée et refinancée il y a quelques mois par la Communauté française.

Le CSA a tout naturellement adhéré à cette Déclaration ; notre institution est d'ailleurs l'un des membres du CSEM, au sein duquel il est représenté par son vice-président Pierre-François Docquir. Le CSA et le CSEM sont donc des partenaires naturels, et ces partenariats fructueux ne sont pas les seuls : le CSEM a la chance de pouvoir compter en son sein une série d'acteurs venant d'horizons et de professions très différents, depuis le monde de l'enseignement jusqu'à des représentants des médias (écrits et audiovisuels).

L'investissement du CSA dans les travaux du CSEM se veut très concret ; en application directe de la quatrième recommandation de la Déclaration de Bruxelles (*Développer la recherche en éducation aux médias et en littératie médiatique*), le Bureau du CSA décidé de cibler sur l'éducation aux médias le thème d'étude du prochain mandat de chercheur en résidence, mandat qui sera attribué en concertation avec le président du CSEM.

Partenariat naturel, donc, car, si l'éducation aux médias est une priorité essentielle de toute politique audiovisuelle, elle est aussi complémentaire à la régulation. Là où le CSA encadre, balise et soutient le développement du secteur de l'audiovisuel dans le respect des libertés de création, d'expression et d'initiative, l'éducation aux médias vient favoriser l'appropriation par chacun du langage médiatique et des contenus audiovisuels. Là où la régulation doit se limiter à signaler et baliser, en collaboration avec les chaînes, la pertinence pour certains publics de certains contenus librement diffusés, l'éducation aux médias stimule la réflexion sur le sens même des images et sur la relation de l'individu avec l'instrumentalisation (parfois esthétique, parfois simplement gratuite) de la violence, avec la mise en scène (parfois critique et parfois choquante pour certains) de valeurs sociales et de croyances idéologiques ou philosophiques, avec la représentation des sexualités. Là où la régulation doit contribuer à garantir le droit à l'information et à protéger l'exercice professionnel du journalisme, l'éducation aux médias incite à l'esprit critique, à la mise en perspective de l'information, à la compréhension des mécanismes de la pratique journalistique. Là où la régulation favorise l'expression multiple, la diversité des contenus, l'accès le plus large aux nouveaux moyens de diffusion de l'information et du divertissement, l'éducation aux médias doit aiguïser la capacité à la sélectivité.

Tout comme la régulation ne peut se laisser enfermer dans une posture d'interdiction ou de protection, de la même manière, l'éducation aux médias ne peut se cantonner à une approche de diabolisation des médias. Elle ne peut non plus devenir l'alibi incantatoire de ceux que les changements technologiques effraient ou déconcertent, mais pour qui la complexité des questions posées par notre nouvel environnement médiatique n'exacerbe que les réflexes de méfiance et d'imprécation, plutôt que la recherche constructive d'appropriation active et démocratique d'outils d'information, de divertissement et de culture. Il faut donc donner des réponses aux appels de la Déclaration de Bruxelles, continuer à agir, à innover et à multiplier les initiatives. Les médias changent et n'offrent que plus d'opportunités à tous ceux qui veulent sinon éduquer aux médias, à tout le moins donner à chacun les possibilités d'en tirer le maximum de plaisirs et d'intelligence.



Marc JANSSEN
Président du CSA



RÉGULATION

14 | DÉCEMBRE

Le CSA français a adopté une délibération concernant la protection du jeune public, la déontologie et l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD), pour lesquels les éditeurs devront respecter la déontologie des programmes (dignité humaine, lutte contre les discriminations, honnêteté des programmes, respect des droits de la personne...). Cette recommandation établit notamment une classification des programmes selon cinq degrés d'acceptabilité au regard de l'impératif de protection de l'enfance et de l'adolescence. De plus, le texte impose la mise en place de mesures techniques de verrouillage pour les espaces réservés à cette catégorie de programmes, lesquels ne pourront être mis à disposition du public par abonnement qu'entre 22h30 et 5h du matin, sauf dérogation lorsque la majorité des abonnés a été vérifiée.

www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=132418

15 | DÉCEMBRE

En Allemagne, les responsables des gouvernements des Länder ont ratifié le 15^e *Rundfunkänderungsstaatsvertrag* (traité portant modification du Traité Inter-Länder sur la radiodiffusion-RÄStV) lors de la conférence des ministres-présidents à Berlin. Ce 15^e traité introduit un nouveau modèle de financement de la radiodiffusion publique à compter de 2013. Le critère de base pour la redevance audiovisuelle ne sera plus la détention d'un poste de réception approprié, mais la propriété d'un logement ou la possession d'un véhicule à usage commercial. Afin d'alléger cette disposition pour les petites entreprises et les personnes travaillant à leur compte à temps partiel, un véhicule par établissement est exonéré de redevance.

merlin.obs.coe.int/iris/2011/2/article20.fr.html

17 | DÉCEMBRE

Avec la loi du 24 décembre 2010 portant modification de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, le Luxembourg a finalisé la transposition de la directive SMA dans son droit interne et actualisé l'une de ses principales lois relatives aux médias.

cnpl.lu/fr/2011/01/memorial-a-n%2%b0241-du-24-decembre-2010-sommaire-sur-les-medias-electroniques/

17 | DÉCEMBRE

L'Ofcom, le régulateur britannique, a lancé une consultation ouverte jusqu'au 11 février, sur le nouveau dispositif à mettre en place concernant les

procédures d'appel portant sur le champ d'application des services de médias audiovisuels à la demande et les sanctions applicables. En mars 2010, l'Ofcom avait officiellement désigné l'Association for Television on Demand Limited (ATVOD) en tant que co-régulateur chargé d'une gamme de fonctions relatives à la régulation des services de médias audiovisuels à la demande. Dans sa consultation, Ofcom propose de créer deux nouvelles séries de procédures. La première série (section 3) s'applique lorsqu'une personne souhaite faire appel d'une décision prise par ATVOD qu'un service est à la demande et/ou qu'elle est fournisseur de service à la demande. La seconde série de procédures (section 4) définit la politique de l'Ofcom concernant l'imposition de sanctions en cas de non respect des exigences réglementaires par le fournisseur de services.

stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/on-demand-programme-services/

05 | JANVIER

La présidence de l'Observatoire européen de l'audiovisuel est assurée par les Pays-Bas en 2011. Basé à Strasbourg, l'Observatoire, qui fait partie du Conseil de l'Europe, collecte et diffuse des informations concernant le cinéma, la télévision, la vidéo et les services de médias audiovisuels en Europe, d'un point de vue économique mais également juridique.

www.obs.coe.int/about/oea/pr/exco_presidency_2011.html

04 | FÉVRIER

Dans une lettre à Thorbjørn Jagland, Secrétaire général du Conseil de l'Europe, Neelie Kroes, vice-présidente de la Commission européenne, a confirmé la position de la Commission européenne sur le second protocole d'amendement de la Convention européenne sur la télévision transfrontière (CETT). Cette lettre souligne que l'Union a une compétence exclusive sur les questions couvertes par la Convention révisée et que ses Etats membres n'ont pas le droit d'y adhérer seuls. Elle précise aussi que l'UE n'a pas l'intention d'adhérer elle-même à la Convention car cela ferait peser des contraintes sur le rythme et l'étendue de toute future politique dans les domaines concernés. Pour sa part, le Comité des ministres du Conseil de l'Europe a endossé la proposition du Secrétaire général pour les priorités pour 2011 qui prévoit, entre autres, d'abandonner le travail sur la télévision trans-frontière à la suite de la fin des négociations sur la Convention. Cette décision a été confirmée par l'adoption par le Comité des ministres du programme d'activités et du budget 2011 de l'organisation.

www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/



17 | FÉVRIER

Le Tribunal de l'Union européenne a estimé qu'un État membre pouvait, dans certaines conditions, interdire la retransmission exclusive de l'ensemble des matchs du championnat du monde et d'Europe de football sur une télévision payante, en vue d'assurer la possibilité pour son public de suivre ces événements sur une télévision à accès libre. Ces arrêts (T-385/07, T-55/08 et T-68/08, FIFA et UEFA/Commission) font suite à des recours de la FIFA et de l'UEFA contre une décision de la Commission d'approuver les listes de matchs de football devant être disponibles sur une télévision à accès libre soumises par la Belgique et la Grande-Bretagne. Le Tribunal a confirmé que les États membres disposaient d'une marge d'appréciation en droit communautaire afin de déterminer quels événements sportifs sont d'importance majeure pour leurs publics et devaient en conséquence être disponibles sur des chaînes non-payantes. Le Tribunal a considéré que la qualification par le Royaume-Uni de l'ensemble des matchs de la Coupe du monde et de l'EURO et par la Belgique de tous les matchs de la Coupe du monde « d'événement d'une importance majeure » pour leur société est conforme à la directive SMA.

curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2011-02/cp110009fr.pdf

RADIO

04 | FÉVRIER

Suite à la publication du rapport du ministère de la culture, le gouvernement norvégien a fixé la date d'extinction (sauf pour les radios locales) de la FM à 2017. Pionnière en terme de développement de services terrestres numériques (en DAB), la Norvège atteint aujourd'hui 80% de couverture. En 2017, la couverture sera de 99,8%, c'est-à-dire l'équivalent de la FM aujourd'hui. Les radios locales quant à elles, pourront continuer à émettre après 2017.

www.worlddab.org

03 | MARS

Invitée à s'exprimer lors du 20^e anniversaire de l'AER (association des radios privées européennes) à Bruxelles, Neelie Kroes a affirmé sa volonté de voir la radio entrer pleinement dans la révolution numérique. Le rôle de la Commission n'est pas de dicter la manière dont cette évolution se fera dans un secteur tellement diversifié, mais de garantir les meilleures conditions pour qu'elle se passe.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/11/141&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en

STRATÉGIE NUMÉRIQUE

21 | FÉVRIER

Neelie Kroes, vice-présidente de la Commission européenne chargée de la stratégie numérique, a demandé à 21 pays de l'Union de mettre en œuvre rapidement les mesures législatives nécessaires pour le déploiement paneuropéen des services mobiles par satellite qui pourront être utilisés pour l'internet à haut débit, la télévision mobile et les communications radio ou d'urgence à destination des entreprises et des consommateurs européens. Dans une décision adoptée par le Parlement européen et le Conseil des ministres de l'UE en 2008, il était prévu que les services mobiles par satellite soient déployés dans tous les pays de l'UE en mai 2011 au plus tard. Mais plus de 20 mois après que la Commission a sélectionné deux opérateurs pour fournir ces services paneuropéens, 21 pays n'ont toujours pas adopté toutes les règles nationales permettant leur déploiement. Neelie Kroes a récemment appelé les deux opérateurs concernés à intensifier eux aussi leurs efforts. Le rôle clé que le sans fil (satellitaire et terrestre) peut jouer pour permettre l'accès au haut débit, notamment dans les zones rurales et reculées, est souligné dans la stratégie numérique pour l'Europe.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/195&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en

14 | MARS

La Commission européenne a décidé de traduire la France et l'Espagne devant la cour de Justice parce qu'elles continuent à imposer des taxes spécifiques sur le chiffre d'affaires des opérateurs de télécommunications en violation de la législation de l'UE. En France comme en Espagne, ces taxes ont été introduites après la décision de supprimer la publicité payante sur les chaînes publiques de télévision. La Commission estime que ces « taxes télécoms » en France et en Espagne sont incompatibles avec le droit de l'UE dans le domaine des télécommunications, qui prévoit que les taxes imposées aux opérateurs de télécommunications doivent être directement liées à la couverture des coûts de la réglementation du secteur des télécommunications. La Commission a demandé en octobre 2010 aux autorités françaises et espagnoles de mettre fin à ces « taxes télécoms », mais elles sont toujours en vigueur.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/309&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en





14 | MARS

La Commission européenne a décidé aujourd'hui d'adresser une demande d'informations à la Hongrie concernant la nouvelle « taxe spéciale » imposée au secteur des télécommunications pour augmenter les recettes fiscales. La Hongrie a introduit en octobre 2010 une taxe spéciale imposée aux opérateurs de télécommunications. La Commission craint que cette taxe ne soit incompatible avec le droit de l'UE dans le domaine des télécommunications, qui prévoit que les taxes imposées aux opérateurs de télécommunications doivent être directement liées à la couverture des coûts de la réglementation du secteur des télécommunications. La Hongrie a deux mois pour répondre à cette demande, qui prend la forme d'une « lettre de mise en demeure » dans le cadre de la procédure d'infractions de l'UE, dont elle constitue la première étape.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/308&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en

14 | MARS

La Commission européenne a demandé officiellement à la Hongrie et à l'Espagne de respecter intégralement la nouvelle directive GSM de l'Union européenne en faisant en sorte que la « bande des 900 MHz » puisse être utilisée pour des services mobiles plus rapides (l'internet mobile, par exemple). L'ouverture de cette bande de fréquences à des technologies d'accès plus avancées, telles que le système de télécommunications mobiles universelles (UMTS), représente une partie importante des efforts visant à accélérer le déploiement des services sans fil à large bande et à les généraliser. La directive joue donc un rôle essentiel dans la réalisation d'un des objectifs de la stratégie numérique pour l'Europe : permettre à chaque Européen d'accéder au haut débit de base d'ici à 2013. Les États membres ont convenu de transposer la nouvelle directive en droit interne le 9 mai 2010 au plus tard. Les demandes adressées à la Hongrie et à l'Espagne prennent la forme d'avis motivés, conformément aux procédures de l'UE en matière d'infractions. Si la Hongrie et l'Espagne ne lui communiquent pas dans les deux mois les mesures prises pour remplir les obligations qui leur incombent au titre de la nouvelle directive GSM, la Commission pourra demander à la Cour de justice de leur infliger des sanctions financières.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/302&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en

PUBLICITÉ

22 | DÉCEMBRE

La Cour constitutionnelle a partiellement annulé une disposition du décret sur les services de médias

audiovisuels qui interdisait la diffusion de publicités, en radio et en télévision, pour les partis politiques ou les organisations représentatives d'employeurs ou de travailleurs. La Cour avait été saisie d'un recours en annulation introduit par les éditeurs des trois principales radios privées en réseaux de la Communauté française (Bel RTL, Contact et Nostalgie). La Cour a estimé que le caractère absolu et permanent de l'interdiction portait atteinte au principe de liberté d'expression.

www.const-court.be/

11 | JANVIER

Le CNP (Conseil national des programmes) s'est largement inspiré du modèle belge, qui, bien que plus exhaustif que les dispositions de la directive, comporte néanmoins des indications très claires concernant la mise en pratique du placement de produit et qui devront se retrouver dans le règlement grand-ducal fixant les modalités du placement de produit.

cnpl.lu/fr/2011/01/revendications-du-cnp-en-vue-d%e2%80%99un-reglement-grand-ducal-fixant-les-modalites-du-placement-de-produit/

28 | FÉVRIER

Le placement de produit a été autorisé pour la première fois sur les chaînes de télévision britanniques. L'OFCOM, le régulateur britannique, a prévu l'obligation pour les chaînes d'utiliser un logo pour informer les téléspectateurs qu'un programme produit au Royaume-Uni contient du placement de produit. Cette disposition sera intégrée dans la nouvelle version du code de la radiodiffusion (Broadcasting Code) de l'OFCOM.

consumers.ofcom.org.uk/2010/12/new-rules-to-govern-tv-product-placement/

09 | MARS

La BAI (autorité de régulation irlandaise) avait lancé une consultation publique au sujet de la révision du *General and Childrens Commercial Communications Codes*, qui prévoyait notamment d'autoriser le placement de produit à titre payant à la télévision irlandaise. Jusqu'à présent, seul le placement à valeur non négligeable, mais non payant (Free Placement) avait été autorisé pour tous les programmes télévisés en Irlande. Les textes révisés seront publiés dans les prochaines semaines et entreront en vigueur le 2 mai 2011.

www.bai.ie/pdfs/20110309_baipr_pp_bf.pdf



DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ

04 | FÉVRIER

A l'occasion de la remise du rapport annuel 2010 « médias et diversité » du club Averoès, Frédéric Mitterrand, ministre français de la culture et de la communication, a annoncé son souhait d'instituer une journée de travail annuelle sur le thème « culture, médias et diversité », qui réunirait chaque année des institutions comme la Halde (haute autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité), le CSA, les chaînes de télévision, les radios, les opérateurs culturels et les associations comme le club Averoès « afin d'éviter la dispersion des initiatives dans le domaine de la diversité et de rendre l'action publique plus efficace », a-t-il précisé. Le rapport du club Averoès relève notamment la difficulté des médias à refléter la diversité de la société française, malgré quelques efforts louables.

www.clubaverroes.com

participer à la conférence internationale *L'Education aux Médias pour tous* organisée par le CSEM (Conseil Supérieur de l'Education aux Médias), dans le cadre de la Présidence belge du Conseil de l'Union européenne. La conférence a réuni les acteurs concernés par la mise en œuvre de l'éducation aux médias tout au long de la vie : animateurs, éducateurs, enseignants, formateurs, responsables d'industries et d'institutions médiatiques, d'organisations éducatives (scolaires et non scolaires), responsables des politiques éducatives, institutions de recherche... Les travaux ont abouti à la *Déclaration de Bruxelles pour l'éducation aux médias tout au long de la vie*, rédigée par le CSEM avec 8 experts internationaux qui ont accompagné l'ensemble de la conférence. Cette déclaration ainsi qu'une campagne d'adhésion publique ont été présentées le 3 mars 2011. Lire également le débat 360° consacré à l'éducation aux médias en pp. 10-17 de ce numéro.

www.declarationdebruxelles.be

08 | MARS

A l'occasion de la Journée Internationale des femmes, l'Association des journalistes professionnels a mis à jour les chiffres de la (non) féminisation de la profession de journaliste. En mars 2011, sur l'ensemble du groupe des journalistes professionnels et stagiaires (tous médias, tous âges et tous statuts confondus), on compte 31 % de femmes. C'est 1% de mieux qu'en 2010, et 4% de progression en 5 ans. Mais en Communauté française, les jeunes femmes entrent désormais davantage que les jeunes hommes dans la profession : pour le seul groupe des journalistes stagiaires (soit pendant les deux premières années de métier), les femmes journalistes représentent 57% de l'effectif débutant (mais seulement 44% en Flandre, ce qui fait tomber le chiffre national «stagiaires» à 48% de femmes). Cette relative féminisation à l'entrée de la profession doit cependant être mise en parallèle avec le fait qu'en Communauté française, les diplômés en journalisme sont à 70 % des femmes. Le taux d'insertion des diplômés hommes en journalisme est donc beaucoup plus élevé que celui des femmes, même si la situation s'améliore quelque peu pour ces dernières : il y a 5 ans, elles ne formaient que 41 % de l'effectif stagiaire.

www.ajp.be/dossiers/journeeinternationalefemmes2011.php

PROTECTION DES CONSOMMATEURS

18 | JANVIER

Après la diffusion de *Basta*, une émission d'information de la VRT (la chaîne publique flamande) déconçant les dérives de call-TV, la VMMA, éditeur de VTM et 2BE a décidé d'arrêter la diffusion des jeux de hasard avec numéros ou sms surtaxés. Pendant six mois, un comédien et un professeur d'art dramatique s'étaient infiltrés dans une société de production de jeux télévisés du genre call TV pour en dénoncer les pratiques et montrer que les organisateurs de ces jeux ne respectaient pas scrupuleusement la législation sur les jeux de hasard.

DÉONTOLOGIE JOURNALISTIQUE

15 | DÉCEMBRE

Reporters sans frontières et l'OIF (Organisation internationale de la Francophonie) ont publié un *Guide pratique du journaliste en période électorale* destiné aux journalistes professionnels amenés à couvrir cette période sensible et majeure de la vie démocratique.

www.rsf.org/guide-journaliste-periode-electorale/#/Guide/0

ÉDUCATION AUX MÉDIAS

03 | MARS

Les 2 et 3 décembre derniers, 300 spécialistes issus de plus de 30 pays se sont réunis à Bruxelles afin de

28 | FÉVRIER

Le Commissaire aux droits de l'homme du Conseil de l'Europe a publié un document thématique sur la déontologie du journalisme et les droits de l'homme. Ce document traite plusieurs aspects de la question : ■ ■ ■ ■ ■



lien étroit entre codes de déontologie des journalistes et normes des droits de l'homme ; les changements apportés par les médias numériques et les nouvelles formes de communication ; le nombre des restrictions majeures que la loi impose aux journalistes ; la pratique actuelle des Etats et le développement de la législation pertinente relative aux droits de l'homme ; enfin, les principaux moyens concrets d'instaurer un journalisme éthique, tels que des codes de conduite acceptés par la profession et des mécanismes d'autorégulation.

www.coe.int/t/commissioner/news/2011/110228ipethicaljournalism_FR.asp

LIBERTÉ DES MÉDIAS

16 | DÉCEMBRE

Dunja Mijatovic, représentante de l'OSCE pour la liberté des médias, a présenté son dernier rapport qui établit un état des lieux de la liberté des médias dans les pays de l'OSCE et traite notamment de la régulation et des instances de régulation des médias dans les pays de l'OSCE.

www.osce.org/fom/documents/74598

01 | JANVIER

Succédant à la Belgique, la Hongrie a pris la présidence tournante de l'Union européenne le 1^{er} janvier, date à laquelle entrait en vigueur sa nouvelle loi sur la régulation des médias très controversée parce qu'elle prévoyait notamment que « en cas d'atteinte à l'intérêt public », un conseil (l'Autorité nationale des médias et des communications, NMHH, nommé par le Fidesz, parti conservateur du premier ministre) pouvait infliger des amendes à un média, perquisitionner les rédactions et exiger des journalistes qu'ils révèlent leurs sources, en contravention aux règles de l'Union. Suite à la mise en demeure par la Commission européenne, la Hongrie a amendé sa loi à la mi-février, notamment en revoyant les règles concernant la couverture équilibrée de l'information, que le gouvernement prévoyait désormais de contrôler, en supprimant les amendes aux radiodiffuseurs établis légalement et autorisés à émettre dans les autres pays de l'UE et en modifiant les règles sur l'enregistrement et l'autorisation des fournisseurs de services de médias qui ne seront plus soumis à une autorisation préalable. Mais le contrôle politique sur l'autorité de surveillance des médias, également très controversé, n'a pas été modifié.

21 | FÉVRIER

L'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) a publié un rapport d'analyse

sur les tendances et les politiques en matière de large bande dans les pays membres de l'organisation (34 à travers le monde).

www.oecd.org/document/33/0,3746,en_2649_34223_47179169_1_1_1_1,00.html

TÉLÉVISIONS LOCALES

14 | JANVIER

En France, sur la base d'un travail d'étude conjoint portant sur les conditions de réussite de la télévision locale en France, le ministre de la culture et de la communication et le CSA ont ouvert, jusqu'au 11 février, une consultation publique sur l'opportunité de mesures destinées à favoriser le développement des télévisions locales.

www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=132511

MUST CARRY

03 | MARS

Dans un arrêt, la Cour européenne de justice a conclu que réglementation obligeant les câblo-distributeur à diffuser un certain nombre de chaînes en Région bruxelloise était contraire au droit européen. Cette obligation (must carry) impose en effet aux distributeurs de diffuser certaines chaînes afin de garantir le pluralisme et la diversité de l'offre de programmes en Région bilingue de Bruxelles-Capitale. La Cour souligne que la procédure pour désigner les chaînes devant obligatoirement être diffusées « n'est pas suffisamment précise pour garantir que les chaînes sélectionnées sont celles dont le contenu global des programmes est en mesure de réaliser l'objectif culturel d'intérêt général poursuivi ». De plus, l'absence de transparence quant à ces règles contrevient à la directive européenne « service universel » et constitue une entrave à la liberté de prestation de services prévues par les traités européens.

curia.europa.eu/juris/cgi-bin/form.pl?lang=FR&Submit=Submit&numaff=C-134/10

CONCURRENCE, AIDES D'ÉTAT

14 | DÉCEMBRE

La Commission européenne a autorisé, en vertu des règles de l'UE relatives aux aides d'État, un régime d'aides de 80,68 millions d'€ en faveur du secteur cinématographique roumain afin de soutenir le développement de l'industrie, de la culture et de l'éducation cinématographiques. La Commission est parvenue à la



conclusion que la mesure était conforme à sa communication sur le cinéma (IP/09/138), car elle promeut un objectif culturel sans fausser indûment la concurrence.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1709&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en

21 | DÉCEMBRE

La Commission européenne a autorisé, en application du règlement de l'UE sur les concentrations, le projet d'acquisition de l'opérateur de télévision payante irlandais-britannique BSkyB par l'opérateur mondial de médias et de communications News Corporation, établi aux États-Unis. Elle est parvenue à la conclusion que l'opération n'entraverait pas de manière significative le jeu d'une concurrence effective dans l'Espace économique européen (EEE) ou une partie substantielle de celui-ci. Ses conclusions portent uniquement sur les aspects liés à la concurrence de l'opération envisagée. Elles ne préjugent en rien de l'issue de l'enquête ouverte par les autorités britanniques compétentes pour examiner la compatibilité de l'opération avec l'intérêt légitime du Royaume-Uni relatif à la pluralité des médias, cette enquête étant différente de l'appréciation sous l'angle de la concurrence effectuée par la Commission. Le Royaume-Uni reste libre de prendre ou non des mesures appropriées pour protéger son intérêt légitime en matière de pluralité des médias (comme l'y autorise l'article 21 du règlement de l'UE sur les concentrations).

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1767&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en

20 | JANVIER

Pour maintenir le cap sur les objectifs de la stratégie numérique établis dans le cadre d'Europe 2020 et soutenir la reprise économique, la compétitivité de l'Union à long terme et une croissance inclusive, la Commission européenne a approuvé l'utilisation de plus de 1,8 milliard d'€ de fonds publics en faveur du développement de l'internet à haut débit, dans le respect des lignes directrices de l'UE applicables. Le financement public vise à ce que chaque citoyen de l'Union européenne, y compris dans les zones rurales ou reculées, ait accès à l'internet à grande vitesse.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/54&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr

CINÉMA

08 | JANVIER

La Commission européenne a annoncé la création d'un Fonds de garantie de prêts visant à faciliter l'accès des

producteurs de films au crédit bancaire. La gestion du Fonds de garantie MEDIA pour la production, doté d'une enveloppe de 8 millions d'€, sera assurée conjointement par la Commission et un opérateur français, l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC) et un opérateur espagnol, la Sociedad de garantía recíproca para el sector audiovisual (Audiovisual SGR). Le Fonds de garantie MEDIA pour la production apportera son soutien aux producteurs de films dans toute l'Europe. Il permettra, par exemple, de garantir une partie d'un prêt en cas de défaut de paiement d'un producteur à la suite d'une faillite.

europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP%2F11%2F23&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=fr

ETATS GÉNÉRAUX DES MÉDIAS D'INFORMATION

16 | DÉCEMBRE

Initiés par le Parlement de la Communauté française, les Etats généraux des médias d'information (EGMI) ont débuté avec pour ambition de répondre à une série de bouleversements qui affectent le monde des médias, la presse en particulier : baisse des recettes publicitaires et de la diffusion, plans d'austérité, rédactions sous pression, développement de la presse gratuite, multiplication des sites internet d'information, mise en danger de l'indépendance, de la transparence et du pluralisme indispensables à la presse pourtant considérée encore et toujours comme un pilier de tout état de droit démocratique. Le 17 mars, François Heinderyckx (ULB) et Frédéric Antoine (UCL), les deux rapporteurs généraux de ces EGMI ont présenté en séance plénière leur « état des lieux des médias d'information en Belgique francophone ». Le premier des trois ateliers (acteurs, marchés et stratégies) a également débuté ses travaux qui se clôtureront le 7 juillet. Les deux autres ateliers seront consacrés à la formation et au statut des journalistes et à la liberté d'expression.

egmedia.pcf.be/?page_id=434



suivre les actualités du secteur sur cdoc-csa.be/blog/, le blog du Centre de documentation du CSA.

EDUCATION AUX MÉDIAS et régulation sont indissociables. Une évidence que les dernières évolutions médiatiques ont rendue nécessaire. Quatre acteurs majeurs du secteur en décodent les enjeux autour de leurs différents horizons d'actions.



MURIEL HANOT

RÉGULATION ET ÉDUCATION AUX MÉDIAS : DEUX FACETTES, UNE MÊME PIÈCE

Le lien entre régulation et éducation aux médias est une évidence. Dans certains pays, comme la Grande-Bretagne ou l'Allemagne, ce l'est tellement que le législateur a confié des missions d'éducation aux médias au régulateur¹. En Communauté française, l'éducation aux médias n'entre pas strictement dans les compétences du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). C'est en effet le Conseil supérieur de l'Éducation aux Médias (CSEM)² qui est chargé de formuler des avis sur les priorités, sur les initiatives, actions, expériences, outils en matière d'éducation aux médias, de les stimuler et de les articuler.

Le CSA participe depuis 2008 aux travaux du CSEM où il compte un représentant en la personne de son vice-président, Pierre-François Docquir. Le régulateur soutient ainsi les initiatives et le développement de cette institution en renaissance, et favorise la mise en place de toutes les synergies et collaborations utiles entre les deux acteurs. Trois délégués du CSEM siègent également avec voix consultative au Collège d'avis, l'instance consultative du régulateur³. Cette représentation est effective depuis le 24 juillet 1997. Le CSEM n'était alors encore que le Conseil de l'éducation aux médias.

Ceci expliquant cela, il n'est pas rare que les avis et recommandations du Collège d'avis renvoient explicitement aux enjeux de l'éducation aux médias. En 2009, dans les travaux qu'il a menés sur l'opportunité d'apposer une signalétique pour les émissions mêlant fiction et réalité⁴, le Collège soulignait, en préambule de ses constats et recommandations, « le rôle indispensable que remplit l'éducation aux médias dans la saisie et la compréhension des langages médiatiques ». Il notait « l'intérêt que peuvent revêtir, dans ce cadre, la maîtrise et la connaissance par le spectateur des conditions spécifiques de production » et encourageait « chaque éditeur à offrir, dans la mesure de ses moyens et dans une perspective qu'il estime pertinente, de telles informations à son public, notamment sur des canaux de communication parallèles (tels que la presse, le télétexte et l'internet)... ». Cette référence au rôle de l'éducation aux médias dans la compréhension du monde médiatique contemporain est loin

d'être unique dans l'histoire du Collège. On la retrouve dans d'autres travaux, souvent en lien avec les questions relatives à la protection des mineurs. Un sujet qui rejoint les préoccupations de l'éducation aux médias. La signalétique, au respect de laquelle veille le régulateur, n'est, in fine, qu'un instrument au service des familles. L'usage qu'elles en font est libre, il renvoie à la capacité de chacun de saisir, comprendre, évaluer sa relation au média TV.

L'information que donne le CSA sur cet aspect essentiel de la régulation, comme sur d'autres sujets, entend participer d'une sensibilisation du public qui, si elle ne figure pas comme mission d'éducation aux médias dans le décret, en revêt néanmoins la fonction.

Jusqu'il y a peu, régulation et éducation croisaient souvent leur regard de loin en loin, sans véritablement s'associer, législations et organes distincts obligent. Aujourd'hui, les liens se veulent plus forts, plus directs. En témoigne la participation du CSA à la conférence européenne organisée par le CSEM sur *L'éducation aux médias pour tous* (2-3 décembre 2010) qui a donné naissance à la *Déclaration de Bruxelles*⁵. Ou, plus récemment, l'ouverture d'un poste de chercheur en résidence au CSA sur la question des liens entre régulation et éducation aux médias.

Ce changement de perspective majeur résulte de l'évolution de la politique européenne de l'audiovisuel. En intégrant les médias non linéaires à son champ de compétence, la directive a mis en avant la liberté de choix de l'utilisateur corollaire d'une législation plus souple à leur égard. Dans ce cadre, l'éducation aux médias ne pouvait trouver qu'à se déployer, en complément de politiques de corégulation et d'autorégulation.

Le considérant 37 de la directive sur les services de médias audiovisuels ne dit rien d'autre : « Les personnes éduquées aux médias sont aptes à poser des choix reposant sur des informations solides, à comprendre la nature des contenus et des services et à profiter de tout l'éventail des possibilités offertes par les nouvelles technologies de communication.

1. Voir à ce propos E. Machet, *Media Literacy. What role for the regulators?*, 2008, www.epra.org/content/english/press/papers/literacy_final.pdf.

2. www.csem.cfwb.be/

3. Art. 147 du décret sur les services de médias audiovisuels.

4. Avis n°3/2009, avis consacré aux balises, www.csa.be/documents/show/985.

5. www.declarationdebruxelles.be/declaration_accueil.php.

Elles sont mieux à même de se protéger et de protéger leur famille de matériels préjudiciables ou choquants. Il convient par conséquent de favoriser le développement de l'éducation aux médias à tous les niveaux de la société et de suivre attentivement les progrès réalisés en la matière »⁶.

Aussi, quittant un instant les discours théoriques sur les idéaux et les besoins de l'éducation aux médias, ce 360° donne la parole à quatre de ses acteurs contemporains afin de saisir le sens pratique qu'ils donnent au quotidien à leur mission : cette capacité d'accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents contenus, à communiquer dans divers contextes, à sensibiliser aux

« Les personnes éduquées aux médias sont aptes à poser des choix reposant sur des informations solides, à comprendre la nature des contenus et des services et à profiter de tout l'éventail des possibilités offertes par les nouvelles technologies de communication. »

diverses formes que peuvent prendre les messages médiatiques⁷.

Et, de ce tour d'horizon varié (formation, initiative citoyenne, associatif jeunesse, production TV), une évidence s'impose : les politiques de l'éducation aux médias sont riches et nombreuses. Elles donnent les compétences à tous les stades de la vie, pour tous les rôles que l'on peut y assumer. Elles visent tous les publics, tous les médias. Elles travaillent sur l'analyse, la participation, la production. Elles comblent les fossés que creuse le temps. Elles rendent compte d'un monde médiatique en pleine mutation, au bénéfice de cet acteur de la régulation de moins en moins invisible : le consommateur, l'usager, le citoyen.

6. Directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007 modifiant la directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, JO, L 332/27, 18 décembre 2007.

7. Voir la définition complète de l'éducation aux médias dans la recommandation 2009/625/CE de la Commission du 20 août 2009 sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique pour une industrie de l'audio-visuel et du contenu plus compétitive et une société de la connaissance intégratrice.



Catherine Geeroms

- III Actuellement formatrice et chargée de projets européens à Média Animation asbl.
- III Licenciée en Communication et Information (UCL).
- III Précédemment, chargée de projets « Jeux vidéo et éducation » au sein de la Fédération européenne des jeux vidéo (ISFE) ; Coordinatrice d'Action Ciné Médias Jeunes (ACMJ) ; Chargée de communication au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) ; Assistante de recherche au département de Communication de l'UCL (GREMS).



Liesbeth Hop

- III Fait autorité en matière d'éducation aux médias aux Pays-Bas.
- III Experte reconnue et avertie des médias, s'est donné la mission d'améliorer l'éducation aux médias des jeunes, des parents, des enseignants, des entreprises et des gouvernements.
- III Fondatrice de Media Rakkers www.mediarakkers.nl, un centre de connaissances de référence pour les médias et les jeunes, basé à Amsterdam.
- III Auteur de plusieurs articles et ouvrages sur les questions d'éducation aux médias dont La génération du WiFi (www.wifigeneratie.nl qui traite des relations des enfants avec l'Internet mobile).



Anne-Claire Orban de Xivry

- III Coordinatrice d'Action Ciné Médias Jeunes asbl www.acmj.be
- III Siègle au Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias (CSEM) pour la CCOJ et le CJCF.
- III Chargée de cours Usages du Web : enjeux et perspectives à l'Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales (Bruxelles).
- III Co-auteur de l'ouvrage Objectifs Blogs !, A.Klein (dir.), L'Harmattan, 2008 (FUNDP).
- III Passionnée par les enjeux citoyens et créatifs de l'éducation aux médias. Particulièrement curieuse des pratiques en ligne des jeunes, développe analyses, réflexions critiques, conseils, avis et animations sur cette thématique.



Cathy Constant

- III Productrice radio à la RTBF.
- III Edite et coordonne OUFtivi, la webradio des enfants née en 2009.
- III Passionnée par tout ce qui touche à la jeunesse, elle a produit et réalisé de nombreuses émissions, chroniques littéraires, théâtrales et reportages à destination des familles mais surtout du jeune public dont Les p'tits Trésors, une émission de contes racontés aux enfants.



CATHERINE GEEROMS

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS EST AUSSI UNE AFFAIRE D'ADULTES !

« Décoder les messages médiatiques, comprendre les comportements des adolescents, trouver les moyens d'instaurer un dialogue avec ceux-ci, acquérir des outils pour analyser en classe l'actualité, le cinéma, les moteurs de recherche, la publicité, les séries TV ou les réseaux sociaux, ... ». Voici autant de motivations, professionnelles et personnelles, que nous évoquent les adultes qui participent à nos formations.

Le décret « Missions »¹ de la Communauté française inscrit l'éducation aux médias comme une compétence transversale qui permet aux élèves d'acquérir les savoirs et savoir-faire grâce auxquels ils pourront grandir en citoyens responsables. Notre association développe de nombreuses activités qui correspondent à cette idée de transversalité : l'animation de groupes, la formation d'enseignants et d'éducateurs, l'information et la publication d'outils, le prêt de documents et de matériel, la réalisation de divers documents de formation, l'aide à la réalisation de projets émanant d'écoles ou encore la recherche.

« Les adultes ne se rendent pas toujours compte que les questions pratiques, méthodologiques, morales et éthiques qu'ils se posent par rapport aux nouvelles pratiques des adolescents ont souvent déjà été abordées par rapport à leurs propres pratiques médiatiques lorsqu'ils étaient jeunes eux-mêmes. »

Le travail de formateur en éducation aux médias n'est pas seulement de fournir aux enseignants et éducateurs des outils d'analyse ou de production à reproduire en classe. Il consiste aussi à écouter et à remettre en contexte la diversité des pratiques médiatiques à laquelle ils sont confrontés. En effet, les enseignants et éducateurs nous font souvent part de leur sentiment d'être dépassés par les pratiques médiatiques des adolescents qu'ils encadrent. En réalité, la plupart d'entre eux utilisent soit les mêmes médias que les adolescents mais de manière différente, soit s'informent et se divertissent sur des médias différents. Ces adultes ne se rendent pas toujours compte que les questions pratiques, méthodologiques, morales et éthiques qu'ils se posent par rapport aux nouvelles pratiques des adolescents ont souvent déjà été abordées par rapport à leurs propres pratiques médiatiques lorsqu'ils étaient jeunes eux-mêmes. Ils ont parfois tendance à ne voir que les risques des médias et à en oublier les opportunités. Nous tentons de les pousser à s'interroger non seulement sur leurs propres pratiques et représentations mais également sur la relation « jeunes-médias » avant d'entamer un travail plus approfondi sur les six dimensions de l'éducation aux médias².

Les enseignants et éducateurs s'interrogent également sur les contenus et les usages des médias qui pourraient être problé-

matiques pour certains publics. Ces questions génèrent parfois des polémiques, mais heureusement surtout des débats sur la place que les médias occupent dans notre société, les valeurs qui y sont véhiculées et sur notre manière de les appréhender. C'est lors de ces débats que deux sujets émergent généralement : la responsabilité des parents et la régulation des médias.

L'éducation aux médias est une question au cœur de la parentalité. Or, aujourd'hui, cette question ne semble pas être à l'agenda des différentes associations qui réunissent les parents. Nous pensons que les enseignants doivent admettre qu'ils ont une responsabilité de dialogue avec les parents. En effet, ce dialogue est une condition nécessaire pour la réussite d'une éducation aux médias des plus jeunes et une mise à distance critique des écrans. De nombreuses études montrent que les parents se préoccupent plus du temps passé par leurs enfants devant les écrans que des contenus qui y sont diffusés. Nous conseillons aux enseignants de proposer aux parents de s'intéresser aux contenus, aux pratiques médiatiques de leurs enfants, mais aussi au sens qu'ils leurs donnent. Nous les invitons à les aider à revoir certaines idées reçues, souvent véhiculées par les médias eux-mêmes, qui présentent les parents comme incompetents face à des enfants tout puissants du savoir ou en le trouvant avec le média lui-même. Il est tout à fait compréhensible que les parents puissent se trouver dérouterés par les technologies mouvantes et par ce que l'on peut appeler une socialisation inversée (des parents vers les enfants). Par un travail d'éducation aux médias, un accompagnement à la parentalité et à ses problématiques est aussi rendu possible.

Si pour certains médias la réglementation des accès et des contenus est claire, pour d'autres, par exemple internet ou les jeux vidéo, elle l'est moins. Faut-il choisir entre protéger et éduquer ? Nous pensons qu'il faut plutôt articuler ces deux attitudes. Il est bien entendu nécessaire de protéger les enfants et les mineurs par des postures de régulation, mais cette protection ne peut être efficace sans une éducation adéquate. Une position intéressante serait de permettre aux différents acteurs de la régulation (les pouvoirs publics, les professionnels des médias et la société civile) de s'interroger sur les partenariats et projets possibles entre les instances de régulation et les « éducateurs aux médias ».



1. Décret de 1997 de la Communauté française définissant les missions prioritaires de l'enseignement fondamental et de l'enseignement secondaire et organisant les structures propres à les atteindre.
2. Les six dimensions de l'éducation aux médias sont : le langage, la typologie, la technologie, les producteurs, les publics et les représentations.
3. <http://www.euromedialiteracy.eu/>
4. <http://www.euromeduc.eu/?lang=en>
5. Conférence organisée en décembre 2010 dans le cadre de la Présidence belge du Conseil de l'Union européenne <http://www.csem-eu-conference.be/>
6. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?language=FR&reference=A6-0461/2008>



De par notre participation à des projets européens, nous remarquons que ces constatations ne sont pas propres qu'à la Belgique. Des projets tels que EuroMediaLiteracy³, EuroMeduc⁴, ou la conférence « L'éducation aux médias pour tous »⁵, ont permis de mettre en commun les différentes théories, pratiques et politiques d'éducation aux médias en Europe. Enfin, la résolution du Parlement européen du 6.11.2008 souhaite que « la compétence médiatique soit inscrite en tant que neuvième compétence clé dans le cadre de référence européen pour l'éducation et la formation tout au long de la vie, conformément à la recommandation 2006/962/CE »⁶.



LIESBETH HOP

UNE INTRODUCTION À MÉDIA RAKKERS

Média Rakkers¹, une fondation sans but lucratif basée aux Pays-Bas, est une initiative unique qui, depuis 2004, vise activement à améliorer l'éducation aux médias des enfants, des parents et des professionnels. Media Rakkers collabore avec des experts de tous les milieux, par exemple les annonceurs, quand il s'agit de traiter la commercialisation des médias, avec les bibliothèques quand nous essayons d'améliorer les compétences en matière d'information, avec les fournisseurs d'accès lorsque nous éduquons les gens sur l'internet mobile. Media Rakkers est financé par la Commission européenne, mais a également différents contributeurs commerciaux ou non qui paient une cotisation annuelle. En outre, Media Rakkers organise ses propres congrès, ateliers de formation et autres programmes éducatifs qui assurent un revenu supplémentaire pour la fondation.

Qu'est-ce que l'éducation aux médias?

Toutes les activités de Media Rakkers reposent sur les recherches que nous menons, mais aussi sur la définition de l'éducation aux médias telle que formulée par le Conseil néerlandais de la Culture : « L'éducation aux médias résulte de la combinaison de connaissances, de compétences et de dispositions d'esprit dont chaque citoyen a besoin pour être un acteur conscient, critique et actif dans notre

société médiatique en constante évolution ». Media Rakkers traduit cette définition en quatre niveaux de compétence que l'on retrouve dans nos programmes et notre matériel pédagogique : conscience médiatique, compréhension médiatique, attitude médiatique et comportement médiatique. Cela signifie tout

« Afin d'améliorer l'attitude des gens face aux médias, il est important que nous leur apprenions à réfléchir à ce qu'ils voient, entendent ou lisent dans les médias. »

d'abord que les gens doivent être conscients de tout ce qui existe comme médias dans la société, et de l'usage qu'ils en ont, avant qu'on leur apprenne comment les messages sont créés et quels facteurs jouent un rôle déterminant dans le processus créatif. Nous divisons ces facteurs en thèmes politiques, culturels et sociaux, économiques et professionnels. Afin d'améliorer l'attitude des gens face aux médias,

il est important que nous leur apprenions à réfléchir à ce qu'ils voient, entendent ou lisent dans les médias. Nous souhaitons par là qu'ils développent leur propre opinion et comprennent les opinions des autres. En bout de course, les gens doivent être capables de mettre en œuvre ces compétences dans leur propre comportement quotidien en matière de médias.

Les médias comme nouveaux parents

L'environnement social des enfants a changé radicalement au cours de ces 20 dernières années. À côté de la famille et de l'école, les médias ont pris une place majeure dans la vie des jeunes. Très clairement, les médias élèvent nos enfants autant que les parents et les enseignants. Les médias transmettent de nouvelles valeurs, une vision moderne sur le monde. L'image même que les enfants ont d'eux-mêmes est influencée par les médias. Pour les parents et les enseignants, ce changement n'est pas facile à suivre. Pour eux, il est difficile de faire jeu égal avec cette génération du numérique qui grandit avec les dispositifs techniques, l'internet mobile et Google. On pourrait dire que la fracture numérique a augmenté dans les dernières années en raison de l'évolution technologique rapide. Sans connaissance et compétence numériques, il est impossible d'éduquer et d'encadrer les enfants aujourd'hui, ce qui signifie que les médias peuvent interagir librement avec nos enfants sans aucun parent ou professionnel autour d'eux pour les guider ou simplement assurer le filtre nécessaire. Pour s'assurer que les enfants reçoivent l'encadrement et l'éducation dont ils ont besoin aujourd'hui, Media Rakkers se devait de créer des programmes d'éducation et de soutien pour les enfants ainsi que pour les parents et les professionnels. Le grand avantage de la formation des parents et des professionnels est son aspect viral. Si vous coachez des gens qui travaillent avec les enfants, la portée de vos travaux gagne fortement en magnitude.

Des enfants heureux « d'avoir l'intelligence média »

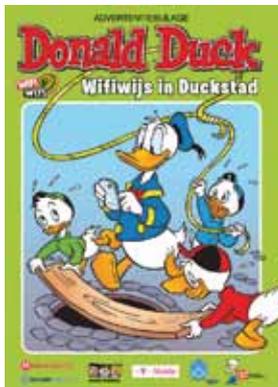
L'objectif principal de Media Rakkers est d'habiliter les enfants dans leur usage des médias. Nous souhaitons leur donner l'intelligence média afin qu'ils puissent faire leurs propres choix. Nous ne croyons pas aux restrictions et aux protections. Nous sommes fermement convaincus de la force de l'éducation aux médias pour les enfants de tout âge. Les médias se présentent à eux sous différentes formes, ce qui signifie que donner aux enfants de l'intelligence des médias implique des actions dans différents domaines. L'éducation aux médias renvoie à des sujets tels que l'information et les compétences



1. Fondation Media Rakkers
www.mediarakkers.nl
2. National MediaCoach
Training www.nomc.nl



langagières, la vie privée en ligne, la commercialisation et la sexualisation des médias, les médias sociaux, les compétences sociales et l'intimidation par les « caïds » numériques, l'internet mobile, les SMS sécurisés, etc. Media Rakkers traite de tous ces sujets et met au point du matériel scolaire gratuit, édite des livres et des articles, organise des congrès et des débats, mène des études, créant in fine des campagnes de communication cross-média à destination des enfants. Via cette approche, Media Rakkers utilise un narratif de « gain social » dans lequel les enfants peuvent facilement se reconnaître, s'impliquer de manière interactive ; c'est un contenu pédagogique qu'ils sont prêts à partager et à discuter avec leurs amis. En 2010, nous avons lancé la publication d'un numéro spécial de Donald Duck, à destination de près de 1,2 millions d'enfants néerlandais, qui les invitait à surfer sur un site web, une



page Facebook et un film TV dédiés au projet, centré sur la communication mobile. Ces campagnes cross-médias renforcent naturellement l'implication des enfants et leur affinité pour l'histoire présentée, et améliore grandement l'efficacité du projet pédagogique en s'adaptant à l'utilisation courante et fluide des médias par les enfants.

Une « International MediaCoach Academy » pour les professionnels

En 2007, Media Rakkers a pris pleinement conscience que la formation des professionnels du secteur de la jeunesse permettrait d'accélérer significativement le développement de l'éducation aux médias aux Pays-Bas. C'est pourquoi nous avons conçu et initié le « National MediaCoach Training² » (formation nationale de coachs médias), un programme composé d'une formation complémentaire de 3 mois et d'une mise à jour annuelle, à destination des enseignants, bibliothécaires, animateurs de jeunes, producteurs, ainsi que policiers. Notre programme est soutenu par le Fonds Léonard De Vinci de la Commission européenne. Le National MediaCoach Training a rencontré un immense succès aux Pays-Bas et Media Rakkers s'attache maintenant à exporter son expérience dans d'autres pays (nous avons notamment une formation en cours pour 25 personnes à Curaçao, dans les Antilles néerlandaises). La formation s'attache à développer plusieurs types de compétences ; nous voulons enseigner à nos étudiants nos quatre principes de conscience, compréhension, attitude et comportement médiatiques. Mais nous nous attelons aussi à renforcer leurs compétences en communication, présentation et coaching. Enfin, nous mettons l'accent sur le concret, en abordant les aspects pratiques de l'analyse, stratégie, gestion de projet et évaluation. A ce jour, plus de 600 professionnels du secteur de la jeunesse ont été formés et se retrouvent deux fois par an pour actualiser leur compétence et stimuler la coopération et l'échange.

« La formation des professionnels du secteur de la jeunesse permettrait d'accélérer significativement le développement de l'éducation aux médias. »



ANNE-CLAIRE ORBAN DE XIVRY

LES JEUNES : DES CRACS MÉDIATIQUES ? ACMJ, UN AUTRE REGARD SUR LES MÉDIAS

Dans le paysage de la Communauté française, Action Ciné Médias Jeunes (ACMJ) avec ses publics, ses projets, ses méthodes et ses défis se pose comme une organisation actuelle et innovante dans le secteur des jeunes et des médias.

Reconnue comme organisation de jeunesse par la Communauté française, elle focalise son action dans une perspective du par et pour les jeunes. Acteurs au sein des instances de l'organisation, dans l'équipe ou comme bénéficiaires des projets, les jeunes sont au cœur de l'action d'ACMJ. Au cœur, derrière l'écran, devant la caméra, micros en main, utilisateurs médiatiques, internautes actifs, consommateurs critiques : les jeunes chez ACMJ sont des CRACS médiatiques !

Car dans son objectif de former des CRACS (des Citoyens Responsables Actifs Critiques et Solidaires), elle considère qu'il est nécessaire pour les jeunes de bien comprendre la société médiatique dans laquelle ils vivent. Savoir s'approprier les médias (les connaître, les décrypter, les utiliser, les valoriser) est donc une étape indispensable pour le développement de leur citoyenneté active et responsable.

Concrètement, cela signifie quoi ? Notre pédagogie repose sur deux grands axes : apprendre en réalisant et les jeunes porteurs du projet. Les ateliers d'ACMJ sont bien loin d'une littérature de décryptage et d'analyses théoriques des objets médiatiques. Ils prennent plutôt la forme d'une action de terrain, de prise en main par les jeunes de leurs projets médiatiques et d'implication active. La méthode d'intervention se décline dès lors en trois étapes :

1. Décrypter, analyser, comprendre le média,
2. Réaliser le projet médiatique (vidéo, radios, affiches, web, ...) : de sa préparation à sa finalisation avec un accompagnement pédagogique et technique adapté,
3. Contextualiser le projet dans le paysage médiatique actuel, évaluer et éventuellement diffuser la production.



Derrière ces trois grandes étapes, c'est surtout un fourmillement de projets différents qui trouvent leur place. De l'instituteur, qui souhaite réaliser un projet vidéo au sein de sa classe verte, à l'animateur de maison de jeunes qui veut créer une rencontre médiatique entre les jeunes et les autres habitants du quartier, en passant par ce groupe de jeunes qui veut réaliser un court-métrage sur la thématique de la précarité, ou encore ce directeur d'école qui s'inquiète des usages actuels des réseaux sociaux... les questions, les attentes, les intérêts, les objectifs, les curiosités d'une éducation aux médias touchent chacun là où il est. Ce sont ces projets tout-terrain qu'ACMJ initie, accompagne, anime et désire valoriser. Impossible de rester en place, de se baser sur des animations acquises, de répéter un même discours. Toujours investiguer, questionner, et se laisser porter par la force que les jeunes mettent dans les projets eux-mêmes.

Prenons pour exemple le projet FotoStory *A Faire Passer*, qui a rassemblé vingt-quatre jeunes issus des quatre coins de la Communauté française de Belgique avec pour objectif final : apprendre à faire passer un message avec le média roman-photo. La technique peut paraître simpliste, le processus n'en a été que plus enrichissant. Pour une cette troisième édition du projet FotoStory, ACMJ a fait le parti d'aller une étape plus loin en focalisant sa démarche pédagogique

« La tendance à incomber les dérives des usages médiatiques actuels aux industries médiatiques elles-mêmes plutôt que de les envisager comme intégrant l'éducation globale des jeunes. »

sur l'apprentissage *A faire passer* un message. Créer, composer, inventer, écrire, photographier... avec quels choix ? Pour quels points de vue ? Quelle place pour cette expression de jeunes dans l'espace public ? Lors d'une journée de lancement en septembre 2010, les jeunes ont débattu du thème de ces messages pour aboutir unanimement à celui de la précarité. Pour point de départ de ces messages, une animation de réflexion et de débat autour du thème de la

précarité. Une précarité perçue et dénoncée par les jeunes participants autour du rapport à l'argent, de l'instabilité de l'emploi, de la dégringolade infernale et combattue par la solidarité et l'entraide. Ces jeunes se sont donc rassemblés durant quatre jours en résidentiel pour partager une expérience unique de vie commune, de rencontres et de découvertes. Afin de concrétiser leurs réflexions, ils se sont familiarisés avec l'écriture de scénario, la prise de vue photographique et la mise en page de leurs romans-photos. Au final, c'est un book qui compile l'ensemble de leurs productions et qui est également mis en ligne www.fotostory.eu. Enfin, cette démarche d'éducation aux médias par et pour les jeunes s'est finalisée lors de la dernière étape du projet en mars 2011 : la valorisation de leurs productions par une mise en exposition. Cette réalisation a également été prise en main par les jeunes à partir de visites d'expositions, d'ateliers d'analyse de parcours et de créativité.

Un vif mélange de citoyenneté, de créativité, de collaboration, de prises de recul et de points de vue... bref de l'éducation aux médias de terrain !

De tous ces projets, ateliers ou animations qu'ACMJ met en place, nous pouvons retirer les expériences suivantes quant à la relation des jeunes avec les médias, et donc les défis actuels et futurs de l'éducation aux médias :

- Une tension existante, voire existentielle, entre la priorité de la méthode et celle du résultat. Les attentes et objectifs des jeunes, des partenaires et des éducateurs aux médias se tiraillent bien souvent entre ces deux objectifs ;
- Un renforcement des positions de plus en plus protectionnistes voire légiférées quant aux usages des nouveaux médias plutôt que le privilège aux attitudes éducatives et émancipatrices ;
- Une présence accrue des défis des nouveaux usages médiatiques notamment quant à leur mobilité, leur pérennité, leur rapidité, leurs dimensions commerciales voir leurs enjeux éthiques ;
- La faible valorisation de l'image des jeunes et de leurs productions médiatiques ne permettant aucune alternative quant à la médiatisation caricaturale de la jeunesse par les médias ;
- La tendance à incomber les dérives des usages médiatiques actuels aux industries médiatiques elles-mêmes plutôt que de les envisager comme intégrant l'éducation globale des jeunes ;
- Le souhait de voir se développer des éducations aux médias, aux méthodes et publics diversifiés comme compétence transversale, tout au long de la vie plutôt que de la cantonner à la seule institution scolaire ;
- L'enjeu accru de la formation en Education aux Médias pour tout référent adulte : enseignants certes, mais également animateurs, éducateurs, accompagnateurs de jeunes.

« Le souhait de voir se développer des éducations aux médias, aux méthodes et publics diversifiés comme compétence transversale, tout au long de la vie plutôt que de la cantonner à la seule institution scolaire. »

Pour changer notre regard sur l'éducation aux médias, et plus largement sur les relations des jeunes aux médias.



CATHY CONSTANT

« LE PUBLIC A LA PRESSE QU'IL MÉRITE : MÉRITONS DONC DES JOURNAUX DE QUALITÉ ! » ... ET ÉDUQUONS NOS ENFANTS À LES LIRE ET À LES COMPRENDRE

En avril 2009, la RTBF lance C'TOP, la webradio des enfants de 8 à 13 ans. Ce nouveau produit destiné à un nouveau public sur de nouveaux supports permet à la RTBF de miser sur l'avenir.

Redonner le goût de la radio aux auditeurs de demain est un défi de service public et répond à un enjeu stratégique important pour son positionnement.

En septembre 2010, C'TOP a rejoint le nouveau label jeunesse de la RTBF et s'appelle désormais OUFtivi Radio.

1. Gabriel Thoveron



Le choix du web pour une radio destinée aux enfants est une évidence. Les nouvelles technologies font partie de leur univers et ont élargi leur horizon au monde entier. En leur offrant l'interactivité permanente et la quasi instantanéité dans l'obtention d'informations, elles ont modifié en profondeur leurs comportements et leur mode de consommation nous obligeant à une remise en question des programmes qui leurs sont destinés.

Il est révolu le temps où les médias produisaient et le public regardait et écoutait ! Aujourd'hui, le public est actif. Il s'approprie le média et lui donne la couleur qu'il souhaite.

La webradio OUFtivi et son site homonyme sont donc un espace ouvert où les enfants peuvent s'exprimer, partager leurs avis, leurs goûts, leurs choix et participer à la fabrication de leurs programmes.

A côté de cette participation ludique indispensable, la RTBF propose une participation plus éducative avec la découverte de l'univers de la Radio, son fonctionnement et ses métiers. Cette offre d'éducation aux médias s'adresse plus particulièrement aux acteurs de terrain comme les bibliothèques, les centres culturels, les écoles,... et propose, entre autres, la réalisation d'un véritable journal parlé.

C'TOP l'info – OUFtivi l'info radio

Avec le soutien de l'AJP (Association des Journalistes Professionnels), les équipes composées chacune d'un journaliste et de la responsable éditoriale, ont réalisé 22 « journaux » durant l'année scolaire 2009-2010 et approché environ 450 enfants, élèves de 5ème, 6ème primaire, 1ère et 2ème secondaire.

Chaque journal, parrainé par un journaliste de la RTBF, couvre l'actualité de la semaine dans quatre domaines : l'actualité belge, l'actualité internationale, les faits de société et un sujet au choix à puiser dans le domaine sportif, culturel, ou autres.

« Pour que l'immersion soit plus profitable, il est indispensable que l'univers journalistique se mette au niveau des enfants et leur laisse le temps de se familiariser et de comprendre les dossiers. »

La préparation et la réalisation du journal s'étalent sur une période de trois semaines. Chacune des trois semaines poursuit un but particulier

mais l'écoute quotidienne des journaux parlés d'information est obligatoire pour se familiariser avec les sujets d'actualité et le format du journal parlé. Cette écoute se prolonge par la lecture de la presse écrite, support indispensable à la compréhension de l'actualité. Le journal parlé est rapide et volatile, le journal papier, par contre, permet une consultation multiple, au rythme de chacun.

La première semaine est consacrée à la visite du journaliste parrain qui présente son métier avec ses impératifs, ses contraintes, ses règles. La deuxième semaine est consacrée à la rédaction des billets et à la fabrication d'un journal test. Un

atelier d'écriture dirigé par un journaliste leur permet d'appréhender les règles d'écriture d'un billet tant sur le fond que sur la forme. La troisième semaine est consacrée à la préparation du « vrai journal » qui s'enregistre à la fin de la semaine dans un studio de la RTBF sous la direction du journaliste parrain. Cette journée de concrétisation plonge les enfants dans la réalité quotidienne du journaliste. Elle démarre par la réunion de rédaction, se poursuit avec l'enregistrement et se termine par une visite de la RTBF et du centre nerveux de l'information : la « newsroom ».



Après une première saison de fonctionnement, on peut affirmer que le projet a été particulièrement bien accueilli. Tous les enseignants ont salué son originalité et ont apprécié sa concrétisation particulièrement valorisante pour les enfants. S'entendre à la radio est, pour eux, un véritable plaisir ! La plupart des enseignants sont prêts à renouveler l'exercice avec leurs futurs élèves. Ce succès ne dispense toutefois pas de la remise en question et une réflexion sur les évolutions du projet a été entreprise à partir des remarques formulées par les enseignants et les journalistes au cours de l'évaluation du projet.

Les deux principaux reproches formulés portent sur :

- la difficulté d'appréhension et de compréhension des sujets d'actualité,
- la difficulté de l'écriture journalistique.

Dans un souci de réalisme et d'authenticité, nous avons proposé aux enfants une véritable plongée dans l'univers de l'information en surestimant leurs capacités d'adaptation. La difficulté des sujets d'actualité, leur niveau d'apprentissage et de maîtrise des règles d'écriture ne leur permettent pas de travailler au même rythme que les journalistes professionnels.

Pour que l'immersion soit plus profitable, il est indispensable que l'univers journalistique se mette au niveau des enfants et leur laisse le temps de se familiariser et de comprendre les dossiers.

Pour ce faire, le journal doit s'orienter vers une formule « magazine » traitant de sujets plus larges en lien avec l'actualité. Cette option permet de déterminer, dès la première rencontre avec le journaliste parrain, la majorité des sujets du magazine et de laisser aux enfants le temps de les rédiger eux-mêmes, avec leurs mots.

Toutefois, un billet sur « l'actualité brûlante », rédigé le jour de l'enregistrement, reste au programme afin de montrer la réalité des conditions de travail du journaliste.

Cette découverte ludique de l'information nécessite un encadrement et n'est possible que dans un cadre scolaire. Elle doit donc répondre aux attentes des enseignants et des enfants. L'adaptation du projet aux programmes scolaires passe par une concertation avec les intervenants de l'enseignement qui doit encore être entreprise.

Les évolutions de ce projet sont multiples. La participation des enfants peut s'étendre à toutes les activités qu'implique la

fabrication d'un journal parlé. Reportages, interviews, bulletin météo, ... sont autant d'activités que les enfants peuvent réaliser en préparation à l'enregistrement. Le journal peut également s'enrichir d'images vidéo et de photos, ...

Aider les jeunes à comprendre le monde, éveiller leur esprit critique pour qu'ils deviennent des citoyens responsables, acteurs de la société, est une véritable mission de service public. C'est aussi une garantie d'audience pour son avenir.

« Eduquer aux médias » est un investissement à long terme qui nécessite la mise en place et le financement de politiques d'action. La « Déclaration de Bruxelles pour une éducation aux médias pour toute la vie » rédigée lors de la récente conférence internationale du CSEM à Bruxelles est une première étape qui pose les recommandations de base.

Espérons qu'elles se concrétiseront dans un proche avenir.

ADHÉRER À LA DÉCLARATION DE BRUXELLES

Les jeudi 2 et vendredi 3 décembre 2010, 300 spécialistes issus de plus de 30 pays européens et extra-européens se sont réunis à Bruxelles afin de participer à la conférence internationale *L'Éducation aux Médias pour tous* organisée par le Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias de la Communauté française de Belgique (CSEM), dans le cadre de la Présidence belge du Conseil de l'Union.

De leurs travaux est issue la *Déclaration de Bruxelles pour l'Éducation aux Médias tout au long de la vie*, rédigée en collaboration avec les 8 experts internationaux qui ont accompagné l'ensemble de la conférence. Cette Déclaration, dont le texte est disponible intégralement à l'adresse www.declarationdebruxelles.be/declaration_declaration.php, propose 5 recommandations reprises ci-dessous. Toutes les personnes intéressées conscientes de l'importance de l'éducation aux médias ou qui partagent les valeurs des recommandations, sont invitées à y adhérer.

www.declarationdebruxelles.be/declaration_declaration.php,

Recommandations

Mener des actions éducatives aux médias

- Inscrire l'éducation aux médias en tant que mission d'intérêt général qui relève de politiques publiques ambitieuses et de mécanismes de financement public volontariste dans le respect de l'autonomie opérationnelle des bénéficiaires.
- Développer et promouvoir différentes pédagogies adaptées à chaque public, à tous les âges de la vie, à différents contextes sociaux et culturels.
- Favoriser la production et la diffusion des ressources pédagogiques en éducation aux médias adaptées à des groupes spécifiques de bénéficiaires.
- Pourvoir les milieux scolaire et associatif en équipements adéquats aux pratiques d'éducation aux médias.
- Développer une formation en éducation aux médias à destination des professionnels des médias.

- Identifier et mettre en oeuvre, pour chaque action éducative, des critères qualitatifs et quantitatifs d'évaluation.
- Garantir la diversité médiatique par un dispositif adéquat comprenant des moyens publics et privés notamment à l'égard des partenaires médiatiques utiles pour les éducateurs aux médias.

Développer des compétences médiatiques de tout citoyen

- Identifier et assurer la mise à jour d'un éventail large de compétences médiatiques nécessaires, tout au long de la vie, pour toute personne, portant sur l'ensemble des médias.
- Valider ces compétences à travers un processus concerté incluant la société civile.
- Adapter cet éventail de compétences médiatiques aux différents acteurs et intervenants de l'éducation et de la formation, en fonction du rôle qu'ils ont à assurer.

Promouvoir l'accès du citoyen à l'éducation aux médias

- Accroître la sensibilité des citoyens envers l'éducation aux médias à travers, par exemple, la mise en place d'une journée européenne de l'éducation aux médias, d'une semaine européenne de l'éducation aux médias à l'école...
- Promouvoir la visibilité publique des actions d'éducation aux médias.

Développer la recherche en éducation aux médias et en littératie médiatique

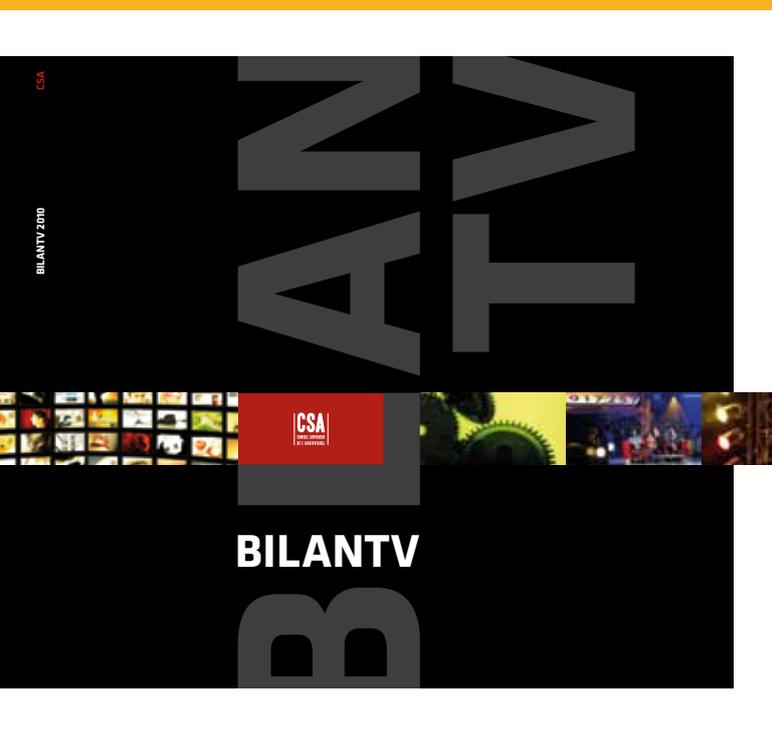
- Soutenir des recherches approfondies permanentes sur
- l'appropriation des médias par les groupes sociaux et les communautés, à tous les âges de la vie,
 - l'évolution des pratiques formelles et informelles d'éducation aux médias.

Mener des politiques d'éducation aux médias

Exécuter sans tarder la résolution du Parlement européen du 6.11.2008 qui souhaite que: la compétence médiatique soit inscrite en tant que neuvième compétence clé dans le cadre de référence européen pour l'éducation et la formation tout au long de la vie, conformément à la recommandation 2006/962/CE.

EN DÉCEMBRE 2010, le CSA a réalisé un premier bilan transversal du secteur de la télévision en Communauté française, sur les trois dernières années. Ceci permet de rendre le travail du CSA et les données dont il dispose accessibles à toutes les personnes intéressées et ouvre la discussion sur plusieurs constats.

SECTEUR TÉLÉVISUEL : PREMIER BILAN TRANSVERSAL



culturel », dont le contrat de gestion - conclu tous les cinq ans avec la Communauté française - fixe les droits et les missions de l'entreprise ainsi que son financement.

Enfin, les télévisions privées, soumises jusqu'en mars 2009 à un régime d'autorisation, bénéficient à présent, en vertu du nouveau décret sur les services de médias audiovisuels, d'un régime déclaratif dans lequel l'éditeur doit fournir au CSA un formulaire informatif de son statut et de son activité.

Aujourd'hui, les éditeurs privés qui diffusent des services linéaires relevant de la Communauté française sont¹ : BT (AB3, AB4 et AB Shopping), Be TV, ex « Canal + Belgique » (Be 1, Be Séries, Be Ciné, Be Sport 1, 2 et 3, le service d'autopromotion VOO), Belgian Business Television (Canal Z, consacrée à l'information économique), Skynet iMotion Activities, c'est-à-dire « Belgacom TV » (Zoom, chaîne qui rassemble Belgacom 11 consacré au football et de l'autopromotion et Belgacom 3D Demo, également de l'autopromotion), Liberty TV Europe (Liberty TV), MTV Networks Wallonia (Nickelodeon et MTV Wallonia), Radio Contact Vision et la toute récente Star By Ciné Télé Revue.

Qu'est ce qu'un service audiovisuel « non linéaire » ou « à la demande » ?

Tant les éditeurs privés que les éditeurs publics développent des services de médias audiovisuels non linéaires : ce sont des services dont les programmes sont destinés à être reçus à la demande et au moment choisi par l'utilisateur, sur la base d'un catalogue de programmes établi par un éditeur de services de médias audiovisuels. Tout comme les services linéaires, ces services « à la demande » peuvent être proposés sur des plateformes de distribution fermées (c'est-à-dire nécessitant un accord préalable du distributeur ou de l'opérateur de réseau, comme l'hertzien, le câble coaxial ou l'IPTV) ou des plateformes de distribution ouvertes (internet). Aujourd'hui, les services non linéaires suivants ont été déclarés au CSA : Belgacom TV « A la demande », Belgacom « 11PPV », le service Catch-up (c'est-à-dire de rattrapage) de Be TV, le service de presque VOD « Be à la séance », le catalogue « VOO » édité par Be TV et dernièrement « TV Wallonie ».

La RTBF, mais également le site « Inforégions.be » pour les télévisions locales, proposent également des services de

Quels sont les acteurs télévisuels en Communauté française et les services « linéaires » (chaînes diffusées en flux) qu'ils diffusent ?

Douze télévisions locales couvrent l'ensemble de la Wallonie et de Bruxelles sur des « zones de couverture », c'est-à-dire l'espace géographique dans lequel la télévision locale réalise sa mission de service public définie par le décret, comme la production et la réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente ou encore, par exemple, la promotion de la participation active de la population.

La RTBF - née en 1977 et héritière de l'INR - se décline en trois chaînes : La Une, chaîne généraliste tous publics, La Deux, multithématique orientée vers la culture, l'événement et la fiction, et enfin, La Trois, lancée en septembre 2010, vouée à la jeunesse, la connaissance et la découverte. La RTBF est une « entreprise publique autonome à caractère

¹ TVi, dont les services RTL-TVi et Club RTL étaient autorisés par le CSA jusqu'au 31 décembre 2005, n'a pas sollicité le renouvellement de ses autorisations en Communauté française, tout comme pour Plug RTL, bien que les trois chaînes de TVi s'adressent essentiellement au public de la Communauté française de Belgique.

télévision de rattrapage, permettant à l'utilisateur de visionner des programmes diffusés récemment sur leurs chaînes.

Que pouvons-nous attendre de nos chaînes en matière d'information, de divertissement et de culture ?

L'**information** constitue une part importante de la programmation des télévisions locales, qui produisent de nombreuses émissions consacrées à l'actualité, en dehors de leur journal quotidien diffusé en boucle. C'est le cas également de la RTBF, de RTL-TVi, ou même Canal Z, qui, outre leurs journaux d'information, programment de nombreux magazines hebdomadaires d'investigation, d'entretiens, de débats ou d'analyse.

Si les télévisions de service public (la RTBF et les télévisions locales) se doivent de produire de l'information, ce n'est pas le cas des télévisions privées, qui ont le choix d'en proposer ou non : AB3, AB4 et MTV n'en diffusent pas. Par contre, l'information, principalement économique et financière, constitue l'essentiel de la programmation de Canal Z. La chaîne Liberty TV, vouée au voyage, développe un journal centré sur les informations utiles aux voyageurs, quand Belgacom TV ou Be TV sont spécialisées dans l'information sportive.

L'analyse de la programmation des trois dernières années montre que toutes les catégories de **divertissement** se retrouvent dans la programmation des chaînes de la Communauté française, que ce soit en matière de sport (football ou les sports les plus divers), de fictions et cinéma, mais aussi de séries, d'animation, jeux, télé-réalité (pour les chaînes privées uniquement), spectacles d'humour et de cuisine.

La **culture** n'est pas en reste, à travers les émissions consacrées au cinéma, à la littérature, ou revêtant la forme d'un agenda culturel. De cet examen transversal, on constate que des magazines sont consacrés, tant sur les chaînes privées que publiques, à la science et aux nouvelles technologies, à l'environnement, au monde animalier ou encore au patrimoine. La diffusion d'un certain nombre de spectacles vivants (théâtre, danse, ballet, opéra et musique contemporaine) relève des obligations de programmation de la RTBF.

Comment sont financées les chaînes de la Communauté française ?

Les douze télévisions locales ont généré des recettes totales cumulées de près de 31 millions d'€ pour l'année 2009. Elles sont toutes constituées en associations sans but lucratif et bénéficient d'un financement public qui constitue la plus grande partie de leurs rentrées, mais elles sont néanmoins autorisées à diffuser de la publicité et à percevoir des recettes commerciales venant de la production ou de la location de matériel et de studio. Elles reçoivent enfin une contribution de la part des distributeurs de services.

Les recettes d'exploitation de la RTBF s'élevaient à quelque 290 millions d'€ pour l'exercice 2009, dont la dotation annuelle et les subventions publiques représentaient près de

74%. Elle est également financée par les recettes publicitaires et commerciales, ainsi que les bénéfices des différentes sociétés ou organismes auxquels elle participe. Environ 48% du budget de la RTBF est consacré à la télévision.

Les télévisions privées, qui ont généré des recettes pour un total de 275 millions d'€ en 2009, sont financées par les recettes publicitaires et éventuellement le téléachat, l'abonnement (pour Be TV et Belgacom TV) ou encore les revenus des distributeurs de services.

Que représente l'emploi dans le secteur de l'édition télévisuelle ?

En 2009, le secteur de l'édition TV représentait 1930 travailleurs équivalents temps plein (ETP), répartis entre 650 personnes ETP engagées par les télévisions privées, 352 ETP par les télévisions locales (soit en moyenne près de 29 ETP par télévision) et enfin 926, 8 ETP par la DG Télévision de la RTBF.

Comment le secteur de la télévision contribue-t-il à la production et la promotion d'œuvres audiovisuelles ?

La télévision et la production de fiction ou de documentaire sont deux secteurs naturellement liés. La contribution légale des télévisions privées à la production d'œuvres audiovisuelles est proportionnelle à leur chiffre d'affaires. Elle est consacrée soit à la coproduction ou au préachat d'œuvres de la Communauté française, soit versée au Centre du cinéma et de l'audiovisuel et attribuée ensuite à des œuvres sélectionnées par la Commission de sélection du Centre du cinéma et de l'audiovisuel.

La contribution légale cumulée des télévisions privées à la production audiovisuelle pour les années 2001 à 2009 s'élève à 47 326 610, 95 d'€ et porte sur la création d'œuvres de stock comme les séries (d'animation notamment), les longs métrages et les documentaires.

Par ailleurs, les télévisions soutiennent et offrent une meilleure visibilité aux œuvres européennes et de la Communauté française en les diffusant.

La RTBF n'est pas en reste, puisqu'elle a investi de son côté en 2009 pour un montant de 7 043 408 d'€ dans la production d'œuvres audiovisuelles en Communauté française, notamment en aidant à produire 19 longs métrages, dont 8 étaient majoritairement belges.

Elle consacre également une partie de son chiffre d'affaires à des contrats avec des producteurs audiovisuels indépendants de la Communauté française, ce qui lui a permis de produire séries, animations et une soixantaine de téléfilms en 2009, en général majoritairement belges. Les documentaires devant constituer, selon le contrat de gestion de la RTBF, 20% de ces investissements, l'éditeur public s'en est fait une spécialité.

Le Bilan TV est disponible en ligne et peut être commandé sur www.csa.be/documents/1424

RTBF ET VRT se préparent à renégocier leurs contrats de gestion respectifs. Ce face à face confronte l'éditeur francophone de service public (Bernadette Wynants, présidente du Conseil d'administration de la RTBF) au régulateur flamand (Marijke Dejonghe, notamment en charge du contrôle du service public flamand au VRM). L'occasion aussi de satisfaire une curiosité mutuelle.

MÉDIAS DE SERVICE PUBLIC : LA RÉGULATION COMME MIROIR ?

Madame Dejonghe, il semble que la régulation des médias de service public soit plus récente en Flandre ?



III Marijke Dejonghe – Le premier contrat de gestion date de la fin des années 90. Mais le VRM n'a effectivement procédé au contrôle des objectifs dits « opérationnels » de la VRT, comme les taux d'audiences ou la qualité de l'offre, que dix ans plus tard. En fait, jusque-là, la VRT rendait elle-même compte du respect de ses missions, elle était juge et partie... C'est en 2006 que s'est imposée la nécessité d'un contrôle externe par un organe indépendant. Attention, je parle ici du contrôle annuel tel que vous le connaissez, c'est-à-dire de l'évaluation dans la durée des missions de service public. S'agissant des règles publicitaires et d'autres matières plus ponctuelles, le VRM régule la VRT depuis toujours.

Ce contrôle annuel vous a été recommandé avec force par l'Europe...



III MD – L'Europe était demandeuse de plus de transparence par rapport à nos médias de service public, c'est vrai. Mais il y avait déjà un terreau fertile dans le monde politique flamand pour un contrôle autonome de la VRT, pour plus de transparence, y compris financière. La VRT a toujours été un sujet de débats en Flandre, les prérogatives du VRM auraient été élargies de toute façon.

Du côté de la RTBF, comment ressent-on le cadre européen ?



III Bernadette Wynants – Il n'y a jamais eu de pression pour que la RTBF soit contrôlée, elle l'est depuis son premier contrat de gestion. Quant à l'impact des politiques européennes, il est très clair : notre décret s'inscrit dans le cadre de la Directive SMA. Cependant, d'un point de vue macro, on ne peut que regretter l'indigence des outils de régulation économique... J'ai bien peur que le cadre normatif se concentre trop sur le média et son environnement proche, délaissant du coup la régulation du marché.

Marijke Dejonghe

FONCTION : Responsable du service d'encadrement au VRM (Vlaamse Regulator voor de Media, le régulateur des médias audiovisuels de la Communauté Flamande) et adjointe à l'Administrateur délégué, elle est notamment en charge de la gestion interne du VRM et du contrôle du service public flamand. Licenciée en science politique, elle a travaillé au sein de la VUB et de cabinets ministériels du Gouvernement flamand.

SIGNE PARTICULIER : Enjouée et brillante, ouverte et curieuse, elle nourrit son contrôle du service public de son obstination à défendre l'intérêt général.



Que voulez-vous dire concrètement ?



III BW – En Communauté française, notre décret sur l’audiovisuel ne s’impose qu’à un segment du secteur. Comme vous le savez, les télévisions françaises et le principal éditeur privé relèvent pour le moment d’autres cadres normatifs... Cela soulève évidemment des questions en matière de concurrence.



III MD – C’est vrai que ça complique la donne. En Flandre, il y a plus de cohérence parce que tous les opérateurs dialoguent avec le VRM et que les chaînes étrangères sont moins regardées. Cependant, dans le nouvel environnement européen, tout cela peut changer rapidement. Je pense notamment que certaines prises de capitaux pourraient porter à conséquence en termes de compétence territoriale.



Bernadette Wynants

FONCTION : Présidente du Conseil d’administration de la RTBF depuis 2009, elle est docteur en sociologie de l’UCL. Parlementaire de 1999 à 2004, elle enseigne aussi à l’UCL et à la Haute Ecole Louvain en Hainaut, où elle assure des cours de sociologie générale et de méthode de la recherche.

SIGNE PARTICULIER : Posée et chaleureuse, pragmatique et résolue, elle nourrit son attachement à l’intérêt général de son obstination à défendre le service public.

L’évolution des missions confiées aux médias de service public vous paraît-elle cohérente depuis le premier contrat de gestion ?



III MD – Les missions restent les mêmes mais il est indéniable qu’on en demande toujours plus à la VRT : plus de transparence, plus d’accessibilité, plus de diversité... Du coup, la charge de travail du VRM augmente dans la foulée. Parfois, la VRT s’irrite et fixe une limite, comme récemment où elle a refusé que des pans de son budget soient rendus publics et donc accessibles à la concurrence.



III BW – La RTBF est très contrôlée, tant en interne que par l’extérieur. Nos collaborateurs ressentent une sorte d’inflation normative... C’est vrai que nous sommes parfois en-deçà de certaines exigences. Mais nous exerçons aussi des missions de service public au-delà du cadre légal. Récemment, nous avons décidé de sous-titrer les interventions en néerlandais dans nos JT. C’est notre réponse à la période de trouble politique que la Belgique traverse. Si on était cadenassé, on se bornerait à nos obligations.



III MD – Je nuancerais en précisant que le contrat de gestion n’est pas exhaustif en matière de définition des missions de service public. Rien n’empêche vos équipes de prendre des initiatives en plus des objectifs opérationnels. Améliorer vos services dans un sens citoyen, c’est votre nature-même ! En tant que service public, aller plus loin que le strict respect de la norme me paraît aller dans le bon sens. À ce titre, le VRM ressent beaucoup de réactivité de la VRT, tant dans sa programmation que dans sa collaboration avec le régulateur.



III BW – Pour en revenir à la question posée, il me semble que nos objectifs fondamentaux pourraient être formulés plus simplement de façon à accorder plus de confiance aux professionnels qui opèrent les choix. Le contrat de gestion s’étoffe à chaque négociation, des couches successives s’ajoutent et diluent la cohérence d’ensemble. Ces ajouts sont tous légitimes individuellement mais il me semble qu’on perd parfois de vue l’essentiel. C’est comme s’il y avait une sorte de méfiance là-dedans...

Comment se passe le processus de négociation des contrats de gestion ?



III MD – De notre côté, le VRM est peu impliqué. Les discussions commencent au Parlement mais la majeure partie de la négociation se passe entre la VRT et le gouvernement, certains aspects de cette négociation sont d’ailleurs confidentiels et on ne sait pas bien où commencent les contacts bilatéraux.



III BW – C’est assez similaire côté francophone.



Le Gouvernement flamand proposait récemment d'organiser une consultation publique en préalable à la négociation. Pourtant, le Parlement et la société civile semblent être les parents pauvres de ce processus...



III BW – C'est vrai. Mais c'est peut-être bien ainsi car il faut garder à l'esprit que la RTBF est une entreprise autonome. Et puis, le Parlement est tout de même impliqué : il vote le budget et peut effectivement organiser des consultations préalables à la négociation. Ce dernier point est primordial, c'est une étape à ne pas négliger car elle permet d'inclure la société civile dans le débat et d'améliorer la transparence du processus. C'est d'autant plus important que, à l'instar du côté flamand, l'essentiel se négocie en bipartite.



III MD – C'est le Parlement qui tire. Sans lui, il y a moins de débat public autour de la négociation. Les parlementaires doivent jouer leur rôle, ils sont autonomes et doivent en profiter pour créer un débat de société autour du contrat de gestion.

Comment se déroule la dynamique régulatoire ?



III MD – Je dirais qu'elle est meilleure que par le passé... Au moment du premier contrôle, nos rapports avec la VRT étaient très tendus. Mais nous avons finalement trouvé des terrains d'entente afin que chacun puisse faire son boulot correctement : nos divergences d'interprétation des textes sont tranchées par le Gouvernement, nous avons un agenda de remise des données qui a atteint sa vitesse de croisière... Aujourd'hui, nous sommes arrivés à un stade de collaboration où nous présentons le rapport annuel lors d'une conférence de presse commune. C'est devenu un rendez-vous attendu par la presse flamande qui s'intéresse beaucoup à la VRT. C'est du « win win » parce que les deux parties gagnent en crédibilité.



III BW – C'est intéressant mais je ne nous vois pas transposer ce modèle de collaboration tel quel chez nous. Pourquoi tout faire main dans la main avec le régulateur ? Je trouve normal que CSA et RTBF ne parlent pas d'une seule voix, il faut des rôles et des points de vue respectifs. Nous sommes partenaires mais c'est important de ne pas être d'accord sur tout, ça permet de stimuler le débat sur ce que doit être le service public. Une collaboration détendue et une confiance sont souhaitables mais les tensions ne sont pas un problème, elles font partie du jeu et sont même normales dans un contexte de régulation. Ce qui serait dramatique, c'est qu'on ne parle pas un langage commun qui nous permette d'échanger sur nos divergences. Heureusement, ce n'est pas le cas puisqu'on se voit et qu'on communique de façon régulière.

La régulation peut-elle également être perçue comme une ressource ?



III BW – Bien sûr ! C'est une contrainte mais ça stimule aussi la remise en question, ce qui est

toujours bénéfique. Les plaintes et les sanctions permettent à tout éditeur de s'ajuster. Par exemple, quand de nouvelles pratiques commerciales sont autorisées, comme le placement de produit ou la possibilité de couper les films par de la publicité, on n'a pas toujours le « feeling », la connaissance de la technique suffisamment affûtée. La régulation peut nous aider à prendre nos marques, à comprendre les dérives dans lesquelles on peut tomber.



III MD – Je suis du même avis et je dirais même plus : en Flandre, le VRM conseille très régulièrement les éditeurs. Ceux-ci s'adressent à nous pour confronter leurs nouveaux formats de programmes à la législation, nous leur donnons un avis officieux et tentons de les guider en amont du processus de création de formats.

Qu'en est-il de l'élaboration du rapport annuel, est-ce un processus rôdé ?



III BW – Il me revient que les délais sont souvent tardifs et que c'est un boulot énorme. Il faudrait probablement y associer plus de ressources humaines parce que pour le moment, c'est essentiellement une personne qui s'en charge. C'est dommage de négliger cette étape parce qu'il s'agit aussi d'une mine d'infos colossales sur nous-même, d'une occasion de mettre la RTBF en valeur. Comment accélérer le rythme ? Je ne connais pas suffisamment la mécanique pour vous répondre. De plus, le plan d'économie nous a contraint à réduire nos effectifs...





III MD – Moi, j'avoue ne pas comprendre ces difficultés. De notre côté, La VRT doit de toute façon produire ce genre de rapport pour ses besoins internes. Le CA surveille de près les chiffres d'audience, les quotas, mais aussi la manière dont la VRT satisfait à ses missions de service public. Donc ça signifie que 90% du travail doit de toute façon être réalisé et qu'il faut juste modifier la présentation des données pour le VRM. De façon générale, on parvient à faire converger nos besoins réciproques. Les données chiffrées, comme par exemple les performances en termes d'audience, nous sont communiquées petit à petit pendant l'année, ça nous permet de les traiter progressivement et dans un délai raisonnable.

Une spécificité en Flandre est que la VRT est soumise à des objectifs chiffrés en termes d'audience. L'effectivité des missions de service public est ainsi vérifiée par le VRM et portée à la connaissance de tous. Que pense-t-on de cette obligation de transparence à la RTBF ?



III BW – Les chiffres d'audience sont des outils de « reporting » qui responsabilisent avant tout notre management. Leur utilité est incontestable mais de là à en faire une norme évaluative... La RTBF se fixe elle-même des objectifs ambitieux. Par exemple, on revoit pour le moment nos tranches d'infos et on en attend beaucoup. Va-t-on tout de suite séduire un public plus large ? On ne le sait pas, on l'espère, on le croit... Il faut

pouvoir se donner un peu de souplesse quand on élabore une programmation de service public, a fortiori dans le contexte concurrentiel de la Communauté française... En matière de médias de service public, le parallèle avec la Flandre a ses limites ! Moi, je mise sur la compétence des professionnels. De toute façon, ce sont eux les plus malheureux quand les audiences ne sont pas bonnes.

Quels enjeux pour l'extension des missions de services publics dans le cadre des nouveaux médias ?



III MD – C'est au politique de se bouger, il faut voir grand, penser macro, pour cerner les enjeux au-delà de la Flandre et de la Belgique. Il faut aussi une définition plus claire du rôle des nouveaux médias de service public. Par exemple, des chaînes complémentaires numériques comme « Sporza » ne sont pas bien perçues par le privé qui argue que la VRT se déploie au-delà de ses missions. Mais tout cela évolue trop vite pour les normes... Quand on observe le chemin parcouru depuis 2006, on se dit qu'un contrat de gestion de 5 ans, c'est déjà trop long.



III BW – Les enjeux sont nombreux et devront être pris en compte par le prochain contrat de gestion. Nous allons devoir resituer le service public par rapport à un marché moins régulé, nous avons déjà commencé avec la mise en ligne de contenus jeunes par exemple. Mais je répète que faire preuve de plus de volontarisme dans une régulation plus globale du marché ferait le plus grand bien. Pourquoi les agrégateurs de contenus sont-ils largement laissés en dehors du champ de la régulation ? J'ai parfois l'impression qu'on passe à côté des phénomènes sectoriels les plus puissants et donc des vrais enjeux.

Entretien :

Paul Eric Mosseray, directeur du service éditeurs et

Noël Theben, responsable de l'unité télévisions



L'ÉMISSION BASTA de la VRT a remis la call-TV au centre des débats : processus de sélection opaques, énigmes douteuses, incitations à (sur)jouer... Parce qu'une meilleure régulation de ces jeux de hasard passe par un état des lieux préalable des dispositions légales existantes, coincées entre droit des médias et protection du consommateur, Franciska Bangisa, chercheuse en résidence au CSA, s'est attelée à les décrypter.

CALL TV : UNE COMPÉTENCE À NE PAS LAISSER AU HASARD



Les jeux de call TV - programme animé par un présentateur, destiné à faire jouer le public de chez lui, en l'incitant à répondre à une question (de culture générale ou de logique) via un numéro d'appel téléphonique surtaxé dans l'espoir de lui permettre de remporter un prix ou de l'ar-

gent¹ - font partie du paysage audiovisuel depuis presque une dizaine d'années.

Ces jeux sont faciles d'accès pour le public : les énigmes proposées semblent aisément résolubles, les chaînes qui les diffusent ne sont pas nécessairement des chaînes à la demande et, ils sont très souvent diffusés avant 20 heures, même s'il arrive qu'ils soient aussi diffusés à des heures tardives. Par ailleurs, envoyer un « simple » sms ou composer un numéro de téléphone, tous deux surtaxés, est suffisant pour avoir la « chance » d'être sélectionné à l'antenne. L'identité du joueur est en outre difficilement vérifiable.

Des plaintes récurrentes, des victimes au profil similaire

De nombreuses plaintes reçues au CSA sont formulées à l'égard de ces jeux. Certaines le sont par des personnes dont le seul souhait est de voir ces jeux qu'ils estiment nuisibles, interdits. Mais, d'autres relèvent à l'évidence de publics fragiles ou fragilisés dont on a pu abuser de la crédulité. Quelques-unes ont tenté vainement d'arrondir leur fin de mois, d'autres ont occupé leur temps libre en pensant se divertir. Toutes se sont laissées emporter par le mythe de l'argent facile, gagné le temps d'une récréation télévisée, oubliant les sommes dépensées, soutenues par les innombrables relances et incitations d'un présentateur qui omettait de rappeler qu'un tirage au sort aurait lieu parmi les bonnes réponses, et oubliant que leurs tentatives répétées engendraient des dépenses considérables et, parfois, que les mineurs avaient interdiction formelle de participer.

C'est pour toutes ces raisons que l'analyse du cadre juridique applicable aux jeux de call TV en Communauté française s'avérerait opportune avec, sous-jacente, la question de savoir

si ce cadre juridique est suffisant pour réguler la call TV, afin que les téléspectateurs a fortiori, les plus sensibles d'entre eux (mineurs d'âge, personnes âgées, isolées, en situation précaire ou encore ceux dont la capacité de discernement est altérée) ne soient plus victimes de ces programmes.

Cette réglementation ne peut s'envisager sans évoquer la qualification juridique de la call TV. Le terme call TV souffre d'une ambivalence de sens. En effet, depuis la modification de la loi fédérale du 7 mai 1999 sur les jeux de hasard² en janvier 2010, ces jeux sont définis comme des jeux médias, « des jeux de hasard exploités via un média » (article 2, 9°), en l'occurrence, la télévision. En Communauté française, il est aussi communément admis depuis la décision du 21 février 2008³ rendue par le CSA, que la call TV s'apparente à du télé-achat, c'est-à-dire à une forme de communication commerciale, dès lors qu'il y a diffusion (1) d'offres directes au public (2), en vue de la fourniture de biens ou de services (3), moyennant paiement (4). Cette décision rendue à la suite de plaintes dénonçant notamment le caractère insidieux des devinettes et l'opacité des règles du jeu L'Appel Gagnant diffusé sur AB4, traduisait en fait la jurisprudence européenne existante. Un arrêt sur question préjudicielle avait en effet été rendu durant l'instruction de l'affaire KommAustria par la Cour de Justice de l'Union Européenne⁴. La question posée à la Cour par le régulateur des communications commerciales autrichien portait sur la qualification juridique à donner (en l'espèce publicité télévisée ou télé-achat) à une séquence télévisée diffusée par l'éditeur ÖRF, dans laquelle les téléspectateurs étaient invités à participer à un jeu, en composant un numéro de téléphone surtaxé. La Cour a finalement dit pour droit que les quatre éléments déterminants de la qualification de la call TV en tant que télé-achat sont :

- une véritable activité économique ;
- le but de l'émission dans laquelle s'insère le jeu ;
- l'importance de celui-ci au sein de l'émission en termes de temps et de retombées économiques escomptées par rapport à celles qui sont attendues de ladite émission ;
- l'orientation des questions posées aux candidats.

Une pluralité de normes applicables, une pluralité d'organismes de contrôle

Dans les faits, le contrôle de la législation relative aux jeux de hasard revient à la Commission fédérale des jeux de hasard

¹ Définition du CSA, voir sa décision du 21 février 2008 : www.csa.be/documents/show/777

² Désormais, Loi sur les jeux de hasard, les paris, les établissements de jeux de hasard et la protection des joueurs, Moniteur belge, 1^{er} février 2010.

³ Voir supra.

⁴ Affaire C-195/06, eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:6200610195:FR:HTML.

(CJH). Ce contrôle s'exerce aujourd'hui de manière incomplète, dans l'attente d'un arrêté royal relatif à la disposition qui fait passer les jeux de call TV sous un régime de licence⁵. Dès que cet arrêté sera adopté, les pouvoirs de la CJH seront accrus : elle pourra, en guise de sanction, retirer⁶ cette licence sans détour par le parquet fédéral.

La régulation du télé-achat (forme de communication commerciale) tombe, quant à elle, sous le champ d'application du décret sur les services de médias audiovisuels⁷ de la Communauté française dont le CSA veille à la bonne application : la communication commerciale doit être notamment conforme aux lois, aux décrets et aux arrêtés ou aux règlements du Collège d'avis du CSA⁸, elle ne peut porter un préjudice moral aux mineurs ni les inciter directement à acheter des services⁹ et doit être identifiable¹⁰, et enfin, le télé-achat ne peut être diffusé plus de trois heures par jour¹¹.

Parallèlement à la CJH et au CSA, et tant que les arrêtés royaux relatifs à la loi sur les jeux de hasard ne sont pas adoptés, la Direction générale contrôle et médiation (DGCM) du Service public fédéral économie peut intervenir, sur la base de la loi du 6 avril 2010, sur les pratiques du marché et la protection du consommateur¹², spécialement pour ce qui concerne les pratiques commerciales déloyales à l'égard des consommateurs. Après leur adoption, la compétence de la DGCM n'aura plus lieu d'être en matière de call TV eu égard au principe *lex specialis derogat generali*¹³.

Enfin, on notera que l'article 61 de la nouvelle loi sur les jeux de hasard dispose qu'un code de déontologie sera applicable aux titulaires des différentes licences et, quand ce code¹⁴ sera adopté, qu'une Commission d'éthique pour les télécommunications veillera à sa bonne application.

Vu ce dédale institutionnel, nul ne s'étonnera que le citoyen lambda, présumé consommateur profane du droit, ne s'y retrouve pas.

Un programme ludique susceptible d'être canalisé ?

Au regard de ces développements, l'interdiction de tels jeux ne devrait-elle pas être privilégiée ? Telle n'est pas actuellement la volonté du législateur en Communauté française. Des remèdes sont dès lors nécessaires, afin d'en limiter les effets pervers : en recourant à l'information et la prévention des consommateurs via, par exemple, des spots télévisés d'information, la meilleure manière d'éduquer au média par le média qui pénètre quasiment tous les foyers ; en s'inspirant des dispositions adoptées par notre voisin français qui ne permet la diffusion de la call TV que pendant certaines heures de la journée, c'est-à-dire, de manière sous-entendue, pendant les heures durant lesquelles les mineurs sont à l'école ou sous surveillance parentale. Les jeux de call TV pourraient être également autorisés exclusivement sur des chaînes payantes et à la demande limitant ainsi les tentations.

Autre mesure nécessaire, au vu de l'assemblage légal existant, une simplification des procédures à suivre pour l'éventuel plaignant. Une coopération expresse devrait ainsi être établie entre les différents organismes régulant la call TV : au CSA le respect des règles relatives à la communication commerciale, à la CJH le suivi des dispositions en matière de hasard. Cette coopération impliquerait le renvoi systématique des plaintes mal dirigées, vers l'organisme compétent avec obligation pour cet organisme d'apporter les preuves du suivi de la plainte à l'organisme de renvoi.

Ces pistes de solutions restent soumises à réflexion. L'opportunité de les instaurer peut être discutée, mais une chose reste sûre : si la régulation des jeux télévisés payables par sms et numéros surtaxés n'est pas une compétence du CSA, elle n'est pas non plus, dans la perspective de protection du consommateur, une compétence à ne laisser qu'au seul au hasard.

L'étude de Franciska Bangisa est disponible en ligne dans la collection Etudes & recherches (www.csa.be/documents/categorie/34) ou en consultation au Centre de documentation du CSA.

⁵ Article 25.8.
⁶ Article 15/2 pour lequel un AR est aussi nécessaire.
⁷ Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels, *Moniteur belge*, 24 juillet 2009.
⁸ Article 10 du décret.
⁹ Article 13 du décret.
¹⁰ Article 12 § 1^{er}, 3 du décret.
¹¹ Article 31§6 du décret.
¹² *Moniteur belge*, 4 décembre 2010.
¹³ La loi particulière l'emporte sur la loi générale.
¹⁴ Par AR.



L'AUTEUR :

Franciska Bangisa

Franciska Bangisa est titulaire d'un master en droit, finalité publique, orientation droit institutionnel (ULB, 2010). Ses préférences vont à différentes branches du droit : administratif, international public (dont particulièrement le droit des conflits armés et le droit des organisations internationales), international des investissements, et droit des médias. Point commun : le paramètre protection d'intérêts particuliers, généralement des parties les plus faibles ou, à tout le moins, celles qui doivent bénéficier d'un encadrement voire d'un accompagnement juridique « renforcé » (étrangers en situation irrégulière, victimes civiles de conflits armés, destinataires de certaines résolutions du Conseil de Sécurité des Nations Unies, pays en voie de développement dans leurs relations commerciales avec les pays occidentaux et, finalement, les publics (téléspectateurs) sensibles). Elle a travaillé ses différentes matières chez Avocats Sans Frontières (volontariat), au Bureau de l'Agence wallonne à l'exportation et aux investissements étrangers (AWEX) à Vienne et à l'ONU (Vienne), où elle a effectué des stages et durant son premier emploi de chercheur en résidence au sein du CSA.

A LA FOIS SCÉNARISTE, CINÉASTE ET PROFESSEUR, Luc Jabon préside aussi la fédération Pro Spere qui rassemble les associations de réalisateurs, de scénaristes, de comédiens et les sociétés d'auteurs (SACD, SCAM et SABAM). Il livre son point de vue sur les conditions d'un développement de la création audiovisuelle en Communauté française.

CRÉATION ET POLITIQUES TÉLÉVISUELLES: COMMENT CRÉER EN TÉLÉ ?



Face aux chaînes de télévision, aux éditeurs de services, aux nouvelles plateformes de diffusion, la création télévisuelle en Communauté française est écartelée entre trois politiques spécifiques :

- Une politique d'acquisition. L'achat massif de programmes ou d'œuvres américaines et françaises permet de réduire significativement les coûts par rapport à une production originale. Ce principe d'acquisition englobe les formats qui peuvent être, dans un deuxième temps, adapté localement.
- Une politique axée principalement sur la commande. Le principe qui régit ce type de politique part essentiellement des besoins, de la demande, que les décideurs audiovisuels tentent de cerner au plus près.
- Une politique de résultat. On se lance dans une création à condition de s'assurer au préalable d'une audience maximale et immédiate (plus le temps de laisser mûrir un programme ou une série).

Dans ce paysage, d'autres facteurs troublent encore la donne : la marchandisation généralisée des œuvres ramenant celles-ci à des produits, des auteurs fréquemment assimilés à des prestataires, et la mondialisation qui redistribue les cartes entre ce qui relève du local et ce qui peut être internationalisé (c'est-à-dire, vendu, rentabilisé sur d'autres marchés).

La création locale est ainsi assimilée, soit à de la proximité immédiate éphémère, soit perçue comme un boulet, une

contrainte, ressortissant d'obligations exigées par l'Etat dans des contrats de gestion ou des décrets, en échange de dotation ou d'un régime déclaratif qui permet à un service télévisuel de produire et diffuser.

Paradoxalement, tout ce qui précède peut être retourné comme un gant et envisagé, du point de vue de la production ou de la création en télévision, comme une chance, une opportunité. En effet, pour nous, auteurs, la mondialisation, le numérique, l'internet, les nouvelles plateformes de production et de diffusion de nos œuvres peuvent devenir de véritables atouts pour dynamiser l'inventivité et la création. Mais tout cela demande un cadre, des structures, et, en amont, une volonté politique, un point de vue, un désir commun. Bref, des conditions, qu'il s'agit d'optimiser.

Quelles conditions ?

La première, c'est d'aborder toute politique de création audiovisuelle comme une globalité. Se limiter à son économie (au prétexte que c'est une industrie attendant elle aussi son plan Marshall), isoler l'aspect créatif de tout questionnement structurel, économique (au prétexte que la création doit être « pure », sans contamination avec le reste), ne se préoccuper que de la réception des œuvres (au prétexte que le public, l'audience, diraient statistiquement la « vérité ») ou ne s'attacher qu'aux exigences du marché (parce que c'est une fatalité), cette manière d'isoler, de compartimenter les approches ne fait rien avancer et ne résoudra jamais rien. Nous sommes appelés – et c'est notre première difficulté – à, sans cesse, tout embrasser, à garder en permanence à l'esprit une dialectique fructueuse entre logique culturelle et logique économique.

La seconde condition, c'est qu'une politique dynamique de création audiovisuelle, pour ne pas rester qu'un discours, doit mettre à l'avant-plan la confiance, le désir, la volonté joyeuse de produire, d'inventer malgré tout, malgré les innombrables difficultés (jamais un jour sans une merde, l'euro, la crise, la fin possible de la Belgique, etc.). Cette volonté du malgré tout est essentielle. Rien de plus paralysant (et tellement facile) que le cynisme, le côté blasé, face à cet art fragile et périlleux qu'est toute création télévisuelle.

Cela suppose, entre les créateurs et les éditeurs de services ainsi qu'avec la Communauté française, des lieux, des espaces où se crée du lien, de la confiance, où se déploie un brainstorming incessant. Il s'agit d'y pratiquer un partenariat permanent, planifié, car, sans pérennité, rien ne s'accomplit. Le temps de l'audiovisuel, même s'il est nettement plus rapide que le temps cinématographique, reste un temps

long (une série, un documentaire, un programme de flux, un téléfilm, ne naissent pas du jour au lendemain, d'un claquement des doigts).

« Pourquoi ne pas rêver, en Communauté française, à l'élaboration d'un fonds télévisuel de développement de projets, autonome et indépendant ? »

Troisième condition : ces partenariats ne se résument pas à des rencontres professionnelles entre auteurs, producteurs, chaînes de télévisions. Ils appellent

des accords cadres, des conventions de production entre chaînes de télévision francophones (France Télévisions, la Télévision Suisse Romande, les télévisions québécoises). Ils appellent l'intervention d'autres structures, d'autres « guichets » extérieurs et indépendants des chaînes, comme Wallimage Bruxellimage ou la Commission de Sélection des Films.

Et pourquoi ne pas rêver, en Communauté française, à l'élaboration d'un fonds télévisuel de développement de projets, autonome et indépendant ?

Tous ces partenariats, ces guichets, ces accords cadres s'enchâssent les uns dans les autres. Ils n'ont qu'un seul but : sortir la tête de l'eau, dépasser ce seuil qui permet l'installation d'une création audiovisuelle plus intensive, ici, chez nous.

S'il nous fallait résumer, au bout du compte, de quoi s'agit-il exactement ? De redonner toute sa puissance, toutes ses potentialités, au point de départ. Ce point d'origine, aussi infinitésimal qu'à première vue dérisoire : une femme, un homme, un(e) auteur ont une idée. Une idée de fiction, de documentaire, de programmes télévisuels. Cette idée surgit ici, très localement. Elle tient sur une ou quelques pages. Personne ne sait encore ce qu'elle vaut (culturellement, économiquement). Mais elle allume la curiosité, l'intérêt d'un producteur, d'une chaîne, d'un éditeur.

Offrons-lui les conditions appropriées pour qu'elle ne s'éteigne pas aussitôt, morte née. Donnons-lui sa chance. Qu'elle prenne vie.



L'AUTEUR :

LUC JABON



DÉCOUVRIR
UN AUTEUR ET SON ŒUVRE.

SUIVRE
SON ACTUALITÉ ET LE CONTACTER.

TÉLÉCHARGER
DES TEXTES, DU SON, DES IMAGES.

PARTAGER
DES COUPS DE CŒUR.

Le site BELA a été créé à Bruxelles par l'association Maison des Auteurs, avec le soutien de deux sociétés d'auteurs, la SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques) et la SCAM (Société civile des auteurs multimédia).

BELA est un projet collectif, né à l'initiative des auteurs. Le site accueille des créateurs de différents domaines (littérature, bande dessinée, littérature jeunesse, arts graphiques, théâtre, danse, arts de la rue, cirque, cinéma, vidéo, radio, télévision, fiction, documentaire, multimédia). On y trouve des informations sur leur vie et leur travail, mises à jour régulièrement. On peut accéder à des œuvres ou extraits d'œuvres disponibles gratuitement ou pas.

Chaque auteur dispose de son espace personnel de présentation (biographie et œuvres), de promotion (actualité, échanges de contenus) et de diffusion en ligne (édition et vente en ligne). BELA est également ouvert aux éditeurs, producteurs et organisations culturelles. Les partenaires peuvent diffuser sur le site une partie de leur catalogue et y relayer leur actualité.

Le site a son blog et permet de s'abonner une lettre hebdomadaire d'information. Il donne aussi accès au programme « Ecoutez Voir », créé par la SACD et la Scam, et qui propose des pastilles sonores d'extraits d'œuvres permettant au public de découvrir « la richesse de la création contemporaine, sa diversité, sa contemporanéité... ». En ce moment sur le site, découvrez par exemple « Ecoutez Voir... de la radio » qui rend accessible le programme présenté à l'occasion de la Nuit de la radio, organisée par la SACD-Scam.

www.bela.be





09 | DÉCEMBRE

Avis relatif au contrôle de la réalisation des obligations de la RTBF découlant de son contrat de gestion pour l'exercice 2009

Comme le prévoit le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA a rendu un avis sur la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF, qui se fonde sur le rapport d'activités que la RTBF établit annuellement, et sur le respect des articles 9, 20, 37, 40, 42, 44, et 46 du décret. Ce contrôle évalue les missions générales de l'entreprise, puis analyse les obligations particulières qui lui incombent.

Sur le plan des missions générales, la RTBF a veillé à remplir ses missions comme acteur du développement social et culturel et moteur de l'évolution technologique. L'entreprise a globalement respecté ses obligations en matière de protection et de promotion de la diversité, d'accessibilité, de référence en matière de qualité, d'excellence, d'éthique, de citoyenneté, de transparence, d'équité, de créativité, de découverte et d'innovation, de multiculturalité par la promotion d'autres cultures et par un regard sur les grands enjeux des autres peuples, sociétés et nations. Elle a cherché à s'adresser à l'ensemble du public sans en négliger ses différentes composantes et lui a proposé des programmes et des contenus audiovisuels de qualité et diversifiés contribuant au renforcement de la diversité culturelle, à la fois généralistes et spécifiques comprenant notamment des programmes d'information, de développement culturel, d'éducation, d'éducation permanente, d'éducation aux médias, de divertissement, de sport, des programmes destinés à la jeunesse et des œuvres d'auteurs, de producteurs, distributeurs, compositeurs et artistes-interprètes de la Communauté française. Elle a privilégié la production propre et la coproduction de programmes. Elle a généralement respecté les principes légaux en vigueur, a veillé à observer les règles éthiques et déontologiques et a appliqué les dispositions réglementaires en matière de signalétique à l'égard des mineurs.

Sur le plan de ses obligations particulières, la RTBF a rempli valablement la plupart d'entre elles, qu'il s'agisse de production, d'information, de culture, d'éducation permanente, de divertissement, de sports, de publics spécifiques, d'outils de diffusion, de médiation, de collaborations avec certains autres acteurs.

Considérant les obligations de résultat de l'éditeur, le CSA attire par contre son attention sur le fait qu'il

n'a pas complètement atteint la part de l'engagement réservé aux documentaires : celle-ci représente en effet 19.94 % de l'engagement minimum dans la (co) production avec des producteurs indépendants de la Communauté française au lieu des 20 % prévu dans le contrat de gestion.

Enfin, le CSA a constaté que la RTBF, en 2009 :

- n'a pas programmé et ni diffusé régulièrement, en télévision et en radio, des programmes et des séquences répondant aux objectifs en matière d'éducation aux médias ;
- n'a pas diffusé, en télévision et en radio, de contenus audiovisuels de médiation et de relations avec les publics dont l'objectif est notamment de répondre aux interrogations et réactions de ses publics ;
- n'a pas respecté son obligation de diffuser régulièrement des programmes pour la jeunesse en radio ;
- n'a pas diffusé en radio un minimum de 20 heures de programmes financés par le FACR (Fonds d'aide à la création radiophonique) ;
- n'a pas réalisé de plan relatif à l'égalité femmes-hommes au sein de l'entreprise.

En conséquence, sur ces cinq points, le CSA a décidé de notifier à la RTBF les griefs de ne pas avoir respecté, durant l'exercice 2009, ses obligations, en contravention à l'arrêté du 13 octobre 2006 portant approbation du contrat de gestion de la RTBF (articles 23, 24, 27, 43.3 et 49),

www.csa.be/documents/show/1442

23 | DÉCEMBRE

Radio Ourthe-Ambève et Radio Nautic : avis relatifs au respect de leurs engagements et obligations pour l'exercice 2009

Le CSA a rendu ses avis sur la manière dont deux éditeurs radios (Radio Nautic ASBL et Radio Ourthe-Ambève ASBL) ont rempli les engagements qu'ils avaient volontairement pris dans leurs dossiers de candidature, ainsi que sur la manière dont ils ont rempli leurs obligations légales pour l'exercice 2009.

Le 21 octobre 2010, le CSA avait adressé un avertissement à ces deux éditeurs parce qu'ils lui avaient fourni trop tardivement un rapport d'activités pour l'année 2009, en contravention au décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et ce, pour la deuxième année consécutive, et malgré les courriers de rappel du CSA les invitant à le faire.



Par ailleurs, compte tenu du contenu de rapport de Radio Nautic et du monitoring des programmes qu'il a effectué, le CSA s'était interrogé sur la véracité des déclarations selon lesquelles l'éditeur a assuré son programme intégralement en production propre. Par conséquent, le CSA a transmis ces éléments au Secrétariat d'instruction.

Sur base des déclarations et informations consignées dans les rapports annuels de ces deux éditeurs, le CSA conclut que :

- Radio Ourthe-Amblève ASBL a respecté ses engagements en matière de production propre et de programmes en langue française, mais n'a pas respecté ses obligations de fournir un rapport annuel complet et des enregistrements et conduites d'antenne. En conséquence, le CSA a transmis le dossier au Secrétariat d'instruction.
- Radio Nautic ASBL a respecté ses engagements en matière de programmes en langue française mais n'a pas respecté ses obligations de fournir un rapport annuel complet et des enregistrements et conduites d'antenne. En conséquence, le CSA a transmis le dossier au Secrétariat d'instruction. Par ailleurs, compte tenu du contenu de rapport de Radio Nautic et du monitoring des programmes qu'il a effectué, le CSA s'est déjà interrogé sur la véracité des déclarations selon lesquelles l'éditeur a assuré son programme intégralement en production propre. Par conséquent, le CSA a, dans sa décision du 21 octobre 2010, transmis ces éléments au Secrétariat d'instruction.

Lors de leurs autorisations, ces éditeurs s'étaient engagés à diffuser un certain pourcentage d'œuvres de la Communauté française, c'est-à-dire des œuvres dont le producteur, le compositeur ou l'artiste-interprète a son domicile, son siège social ou son siège d'exploitation en Wallonie ou à Bruxelles. Le CSA prend acte des déclarations et informations de ces éditeurs selon lesquelles ils estiment être allés au-delà de ses engagements en matière de diffusion musicale sur des textes en langue française et de diffusion d'œuvres musicales de la Communauté française.

Toutefois, afin de ne pas rompre l'égalité de traitement entre tous les éditeurs, et constatant que, de manière globale, la fiabilité des déclarations et informations transmises en matière de diffusion musicale par les radios indépendantes peut s'avérer très variable, le CSA a décidé de ne pas se prononcer sur le respect de ces engagements, et ce pour l'ensemble des radios

indépendantes. Dans la mesure où le CSA a constaté dans les faits que l'engagement en matière de diffusion d'œuvres musicales de la Communauté française n'est atteint, dans la plupart des cas, que grâce à la mise en œuvre d'une démarche éditoriale spécifique, il invitera les radios indépendantes à faire rapport des mesures structurelles qu'elles ont prises en vue d'atteindre leurs objectifs en matière de diffusion d'œuvres musicales de la Communauté française lors du prochain rapport annuel. Il encourage également les éditeurs à participer à toute initiative contribuant au déploiement de la scène musicale en Communauté française.

Radio Ourthe-Amblève ASBL : www.csa.be/documents/show/1433

Radio Nautic ASBL : www.csa.be/documents/show/1432

23 | DÉCEMBRE

Radio Noël : autorisation provisoire

Le CSA a autorisé la société RMS S.A., dont le siège social est établi Route de Luxembourg, 10 à 6720 Habay, à faire usage, entre le 4 décembre 2010 et le 4 janvier 2011, de la radiofréquence 105.3 MHz émise à partir d'Arlon.

www.csa.be/documents/show/1431

23 | DÉCEMBRE

Recommandation relative à la diversité et à l'équilibre des formats de radios

Dans le cadre d'une nouvelle procédure d'appel d'offres lancée par arrêtés du 21 octobre 2010 et destinée à assigner 5 radiofréquences (Louvain-la-Neuve 104.8, Virton 107, Bastogne 105.4, Charleroi 105.6, Namur 88.1) à des radios indépendantes, le CSA a adopté une nouvelle recommandation relative à la diversité et à l'équilibre des formats de radios dans le traitement des offres en application de l'article 55 alinéa 2 du décret sur les services de médias audiovisuels.

Cette nouvelle recommandation du CSA actualise ses recommandations antérieures (14 février 2008, 15 juillet 2008 et 25 juin 2009) concernant la manière dont le régulateur « veille à assurer une diversité du paysage radiophonique et un équilibre entre les différents formats de radios, à travers l'offre musicale, culturelle et d'information » dans l'examen des demandes d'autorisation et l'attribution des autorisations d'émettre. En effet, ce nouvel appel d'offres vise exclusivement l'attribution à des radios indépendantes de radiofréquences ayant déjà fait l'objet d'un appel d'offre par le passé, mais dont les titulaires se sont vu retirer les autorisations.





Cette nouvelle recommandation du CSA vise plus particulièrement la répartition des lots de fréquences attribuables en zones et la définition des règles de répartition des 5 radiofréquences entre les différents profils de radios. La définition des formats de radios renvoie intégralement aux définitions établies dans la recommandation du 14 février 2008, et les règles de répartition des formats dans chaque zone s'appuient sur une logique identique aux recommandations du 15 juillet 2008 et du 25 juin 2009.

www.csa.be/documents/show/1441

11 | JANVIER

Fédération des télévisions locales : audition au Parlement

Anne Libert, conseillère, a assisté à l'audition d'André Boulvin, le nouveau président de la Fédération des télévisions locales, devant la Commission audiovisuel du Parlement de la Communauté française.

13 | JANVIER

Télévision : déclaration de Star By CinéTélérevue

Le CSA a acté la déclaration la S.A. Newscom d'éditer un nouveau service télévisuel linéaire Star By CinéTélérevue. Depuis l'entrée en vigueur du décret sur les services de médias audiovisuels, ce type de service, auquel d'applique un régime déclaratif auprès du CSA, est pleinement rentré dans le champ de la régulation audiovisuelle. 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/1445

13 | JANVIER

Avis relatif au contrôle de la réalisation de l'obligation de Télé Bruxelles en matière de composition de son conseil d'administration

Le CSA a constaté que le conseil d'administration de Télé Bruxelles respectait les règles de composition du conseil d'administration d'une télévision locale, telles que prévues par le décret (art. 71, §1 et 73). Pour le CSA, la non-application de l'article 71 du décret, visant l'équilibre politique au sein des administrateurs « pu-

blics » de la télévision locale située en région bilingue de Bruxelles-Capitale se justifie par un consensus des formations politiques démocratiques et par la volonté de certaines d'entre elles, d'anticiper la dépolitisation des conseils d'administration telle qu'envisagée par la déclaration de politique communautaire.

Lors du contrôle annuel des télévisions locales pour l'exercice 2009, le CSA avait en effet constaté que le conseil d'administration de Télé Bruxelles avait été renouvelé à une date postérieure à l'exercice examiné, afin d'être de se conformer aux dispositions du décret, et sur base des résultats du scrutin régional du 7 juin 2009, conduisant à une nouvelle composition de la Commission communautaire française. Le CSA avait par conséquent décidé de demander un rapport complémentaire et actualisé à la date du 31 octobre 2010 à l'éditeur en vue de se prononcer sur ce point dans un avis complémentaire.

www.csa.be/documents/show/1444

14 | JANVIER

Marché 18 : audition au Parlement

Marc Janssen, président du CSA, Jean-Claude Guyot, vice-président du CSA, Bernardo Herman, directeur du service distributeurs & opérateurs au CSA, Julien Jost, conseiller et Nele Smets, conseillère, ont présenté les projets de décisions concernant le marché 18 devant la Commission audiovisuel du Parlement de la Communauté française.

25-26 | JANVIER

Visite au BLM

Lors de leur visite chez le régulateur du Lander de Bavière, le BLM (Bayerische Landeszentrale für neue Medien), Marc Janssen, Pierre-François Docquir, vice-président du CSA et Jean-François Furnémont, directeur général du CSA ont eu des échanges de vues et de bonnes pratiques, notamment sur les questions de soutien au secteur de la production audiovisuelle, de l'éducation aux médias et des relations avec le public.

www.blm.de/de/pub/root.cfm

31 | JANVIER

Atelier Indicators for independence and efficient functioning of AVMS regulatory bodies

Clémence Dumont et Marie Coomans, juristes au CSA, ont assisté à un atelier public sur les indicateurs d'indépendance et d'efficacité des régulateurs organisé par la Commission européenne. A cette occasion, le rapport préliminaire final d'une étude commanditée par la Commission sur le sujet a été présenté.

www.indireg.eu/



© MILLER/RTBF

07 | FÉVRIER

Lecture à la KUL

Jean-François Furnémont, directeur général du CSA, a donné une lecture sur les questions de juridiction que pose la directive SMA dans le cadre du Postgraduate Studies in ICT and Media Law à la KUL (Leuven).

www.law.kuleuven.be/icri/psim/

15 | FÉVRIER

Rencontre avec Canal Z

Une délégation du CSA (Marc Janssen, Noël Theben, Paul-Eric Mosseray et Geneviève de Bueger) a rencontré la nouvelle équipe dirigeante de Canal Z pour évoquer notamment les ambitions et projets de développement de la chaîne d'informations économiques francophone.

15-16 | FÉVRIER

Digital Radio Summit 2011

Nele Smets, conseillère, a assisté au Sommet de la Radio Numérique organisé par l'UER (Union européenne de Radio-télévision) à Genève. Le 15 février, un atelier était organisé autour du standard RadioDNS, un standard hybride broadcast-broadband dédié à la radio. Le 16 février était consacré à divers exposés autour de la radio numérique terrestre et de la radio sur IP.

tech.ebu.ch/events/digitalradio11

16 | FÉVRIER

Rencontre avec la Belgian Entertainment Association (BEA)

Marc Janssen et Noël Theben ont discuté avec Olivier Maeterlinck, directeur général de la Belgian Entertainment Association (BEA), de la question de la signalétique des DVD et Blu-Rays, ainsi que des actions et projets de la BEA pour soutenir et développer le secteur des industries créatives en Belgique.

www.belgianentertainment.be/

18-19 | FÉVRIER

Conférence Media Transformations – Digitalization and development of new media in Western Balkans countries

Jean-François Furnémont a participé à la conférence Media Transformations – Digitalization and development of new media in Western Balkans countries organisée à Sarajevo par le Mediacenter et le régulateur bosniaque. Il y a exposé la manière dont le paysage médiatique belge se numérise, dans un contexte particulier marqué par une concurrence entre plateformes par câble (coaxial et bifilaire) et une relative marginalisation des plates-formes terrestre et satellitaire.

21 | FÉVRIER

Visite au LfM

Une délégation du CSA (Marc Janssen, Jean-François Furnémont et Noël Theben) est allée au Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), le régulateur du Land de la Rhénanie Nord-Westphalie pour des échanges de vues et de bonnes pratiques, notamment sur les questions de soutien au secteur de la production audiovisuelle.

<http://www.lfm-nrw.de/lfm/zu-gast-in-der-lfm.html>



Photo : Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

22 | FÉVRIER

Rencontre avec le médiateur du Service fédéral de médiation des télécommunications

Marc Janssen, Alexis De Boe, secrétaire d'instruction et Nele Smets, conseillère, ont rencontré Jean-Marie Vekeman, médiateur du Service fédéral de médiation pour les télécommunications avec lequel ils ont discuté des activités des services respectifs, des préoccupations des consommateurs en matière de distribution de services audiovisuels et des modalités et perspectives de collaboration entre les deux institutions.

www.ombudsmantelecom.be/fr/accueil.html?IDC=3

23 | FÉVRIER

Colloque L'image des jeunes dans les médias

Muriel Hanot, directrice des études & recherches au CSA, est intervenue dans le cadre du colloque *L'image des jeunes dans les médias*, organisé par le Parlement de la Communauté française. Elle a introduit les débats de l'atelier « *Etre ou paraître dans les médias. Les jeunes sont plus que... des jeunes* ».

www.pcf.be





26 | FÉVRIER

Atelier destiné aux radios indépendantes à Namur



Photo : Philippe Delchambre

70 personnes ont participé au premier atelier « radios » organisé par le CSA autour de trois thématiques : les obligations des ASBL (les risques et les implications de ces obligations au niveau du fonctionnement ou de l'existence d'une radio indépendante constituée en ASBL) ; la radio numérique (les avantages par

rapport à la FM et les perspectives de mise en œuvre en Communauté française) ; le FACR (Fonds d'aide à la création radiophonique) et le statut de radio associative (le fonctionnement des systèmes de soutien aux radios, l'aide aux émissions et l'octroi du statut de radio associative et d'expression). Cette rencontre a également permis aux radios d'échanger entre elles, d'une part et avec le CSA d'autre part. Des idées ont par ailleurs émergé pour nourrir un prochain atelier notamment sur les questions liées aux programmes d'information, aux assurances à contracter et aux solutions d'automatisation de l'antenne et logiciel de pige d'antenne.

28 | FÉVRIER

Rencontre avec St'ART

Marc Janssen et Noël Theben ont rencontré la directrice de St'Art, le fonds d'investissement des industries créatives dans le domaine culturel, pour discuter de l'action du fonds et du soutien apporté aux entrepreneurs de Wallonie et de Bruxelles.

www.start-invest.be/

28 | FÉVRIER

Rencontre avec Mediarte.be

Le CSA (Marc Janssen, Muriel Hanot, Noël Theben et Mathilde Alet) ont rencontré une délégation de Mediarte.be, le fonds social du secteur audiovisuel, qui a présenté leurs initiatives de formation et d'information à destination des professionnels de l'audiovisuel, notamment en faveur de la diversité dans les médias.

www.mediarte.be/

01 | MARS

Déontologie : premier rapport conjoint CSA/CDJ

Le CSA et le CDJ (Conseil de Déontologie journalistique, organe d'autorégulation institué par le décret du 30 avril 2009) ont publié leur premier rapport annuel commun.

Depuis la création du CDJ, les deux institutions coopèrent en effet selon des modalités définies par le décret. Ainsi, le CSA transmet au CDJ toute plainte qui lui est adressée lorsqu'elle concerne uniquement la déontologie journalistique. Si une plainte concerne non seulement la déontologie mais aussi une disposition décrétales, le CSA sollicite l'avis du CDJ avant de rendre une décision.

En 2010, le Secrétariat d'Instruction du CSA a reçu 27 plaintes portant sur le traitement de l'information ; 2 d'entre elles ont été traitées conjointement par les deux instances. Le rapport répertorie l'ensemble de ces plaintes et informe le public du suivi qu'elles ont connu. Les plaintes ont porté sur la confusion entre information et publicité (2), le droit à l'image (2), le traitement de l'information (9 dont 4 portant sur un même sujet), les propos discriminants ou racistes (3 dont 2 sur un même sujet), l'objectivité de l'information (6 dont 2 sur un même sujet), l'usage de méthodes déloyales (1) et la diversité des points de vue (2).

Le rapport synthétise également les échanges qui ont eu lieu lors des trois rencontres qui se sont déroulées entre CSA et CDJ. Ces rencontres, semestrielles, sont imposées par le décret afin de favoriser les collaborations entre les deux organes.

Le CSA met également en ligne www.csa.be/deontologie, une page qui rassemble des informations relatives à la déontologie journalistique

www.csa.be/documents/show/1478



suivre les actualités du CSA sur Twitter « csabelge » [twitter.com](https://twitter.com/csabelge)

LA SIGNALÉTIQUE est un garde-fou et un appel à la responsabilisation des différents intervenants (chaînes de télévision, entourage familial et éducatif de l'enfant, CSA). La classification des programmes assortis de ces pictogrammes et la programmation dans des tranches horaires spécifiques, laisse toutefois au CSA un certain pouvoir d'interprétation et d'appréciation. Que fait le Secrétariat d'instruction quand un téléspectateur se plaint d'une signalétique ou d'une heure de diffusion qu'il juge inappropriée ?



ALEXIS DE BOE

TOUT N'EST PAS À METTRE DEVANT TOUS LES YEUX

Parmi les rares limitations au principe de la liberté d'expression des médias audiovisuels, la législation de la Communauté française interdit la diffusion de programmes « *susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs* », sauf s'ils sont identifiés comme étant déconseillés en-dessous d'un certain âge par la présence d'un symbole visuel tout au long de leur diffusion et s'ils sont diffusés à des horaires adéquats. Cette volonté du législateur rejoint manifestement les préoccupations des téléspectateurs. Avec la publicité, la protection des mineurs, et en particulier la signalétique (absente ou jugée insuffisante), constitue le sujet de plaintes le plus fréquent auprès du CSA. La signalétique est réglementée par un arrêté du gouvernement de la Communauté française du 1^{er} juillet 2004. Le choix de la signalétique relève de la responsabilité exclusive des chaînes. C'est donc à elles qui décident qu'un programme est déconseillé aux mineurs de moins de 10, 12, 16 ou 18 ans. Dans le cas des films, elles peuvent se baser sur les informations données par le producteur ou sur la signalétique appliquée antérieurement par d'autres chaînes. Nonobstant, l'arrêté du 1^{er} juillet 2004 susmentionné fait obligation à chaque éditeur de télévision de mettre en place un comité de visionnage chargé de proposer une classification des programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement des mineurs.

En cas de plaintes, le CSA contrôle la conformité de la signalétique choisie par l'éditeur aux dispositions réglementaires reprises dans l'arrêté :

- 10 programmes « *comportant certaines scènes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de moins de dix ans* » (sans autre précision) ;
- 12 œuvres cinématographiques interdites d'accès en salles aux mineurs de moins de 12 ans et, plus généralement, tous les programmes susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral, ce qui est le cas « *notamment lorsque le scénario recourt de façon systématique et répétée à la violence physique ou psychologique* » ;
- 16 œuvres cinématographiques interdites d'accès en salles aux mineurs de moins de 16 ans, ainsi que les « *programmes à caractère érotique ou de grande violence susceptibles de nuire à l'épanouissement physique mental ou moral des mineurs de moins de seize ans* » ;
- 18 programmes pornographiques ou de très grande violence.

Comme on peut le constater, la terminologie utilisée dans l'arrêté laisse au CSA un certain pouvoir d'interprétation et d'appréciation. C'est pourquoi le SI procède d'emblée à un visionnage attentif des programmes faisant l'objet de plaintes, avant même de solliciter le point de vue de l'éditeur. Parfois même, il sollicite l'avis d'autres services du CSA pour forger son appréciation.

En cette matière plus que dans d'autres, le caractère subjectif des critères à apprécier oblige à un examen des plaintes au cas par cas. Le choix de catégoriser un film en *déconseillé aux mineurs de moins de 10 ans* ou *déconseillé aux mineurs de moins de 12 ans* étant par nature sujet à discussion, une infraction à la réglementation en matière de signalétique ne peut pas toujours être clairement établie. Mais il n'est pas rare que le classement sans suite d'une plainte par le SI s'accompagne néanmoins d'un rappel de l'éditeur à une plus grande vigilance. Voici un exemple concret qui illustre cette tentative permanente d'équilibre entre vigilance et discernement. Un téléspectateur avait déposé plainte suite à la diffusion, en début d'après-midi et sans aucune signalétique, d'un téléfilm qui, selon lui, comportait des scènes érotiques. Interrogé par le SI, l'éditeur a notamment fait valoir que ce film était présenté par ses producteurs comme un film d'action « tout public » et qu'il avait d'ailleurs déjà été diffusé, à la même heure et sans signalétique, sur une chaîne française sans que cela n'entraîne de réaction du CSA français. Considérant la brièveté des deux scènes d'amour, qui leur donne un caractère accessoire dans la trame de l'histoire, et la distance apportée grâce à un travail de l'image spécifique à ces deux scènes (lumière tamisée, cadrage large...), le SI a classé la plainte sans suite. Toutefois, il a rappelé à la chaîne l'obligation faite à chaque éditeur de mettre en place un comité de visionnage. Des informations erronées fournies par le producteur ou le titulaire du catalogue n'excusent donc en rien une mauvaise application de la signalétique par l'éditeur.



Plus d'info : www.csa.be/signalétique



13 | JANVIER

Optimisation

Le CSA a adopté un avenant au titre d'autorisation qu'il avait accordé dans le cadre du plan de fréquences à 13 radios privées en FM afin d'adapter ce titre aux caractéristiques techniques des fréquences telles que modifiées par l'arrêté du 21 octobre 2010. Cet arrêté du Gouvernement de la Communauté française modifie en effet les caractéristiques techniques assignables à ces radios, pour assurer leur bonne réception à Bruxelles.

Les radiofréquences dont les caractéristiques techniques ont été modifiées sont :

- Radio Judaïca : Bruxelles 90.2
- Radio Campus : Bruxelles 92.1
- Radio K.I.F : Bruxelles 97.8
- Nostalgie : Bruxelles 100
- Twizz Radio : Bruxelles 101.4
- Radio Contact : Bruxelles 102.2
- NRJ : Bruxelles 103.7
- Bel RTL : Bruxelles 104
- Foo Rire FM : Bruxelles 104.3
- Radio Panik : Bruxelles 105.4
- Gold FM : Bruxelles 106.1
- Al Manar/Al Markaziya : Bruxelles 106.8
- Radio Vibration : Bruxelles 107.2

Radio Vibration : www.csa.be/documents/show/1458

Twizz Radio : www.csa.be/documents/show/1457

Radio Panik : www.csa.be/documents/show/1456

NRJ : www.csa.be/documents/show/1455

Nostalgie : www.csa.be/documents/show/1454

Radio KIF : www.csa.be/documents/show/1453

Radio Judaïca : www.csa.be/documents/show/1452

Gold FM : www.csa.be/documents/show/1451

Foo Rire FM : www.csa.be/documents/show/1450

Radio Contact : www.csa.be/documents/show/1449

Radio Campus : www.csa.be/documents/show/1448

Bel RTL : www.csa.be/documents/show/1447

Al Manar : www.csa.be/documents/show/1446

27 | JANVIER

Caducité d'autorisation

Le CSA a pris acte de la cessation des services de radiodiffusion sonore suivants :

- Contact Hits par l'éditeur COBELFRA S.A.
- Radio Contact Plus par l'éditeur Contact Plus ASBL.

Il a par conséquent déclaré caduques l'autorisation accordée pour Contact Plus et la déclaration reçue pour Radio Contact Plus.

Radio Contact Plus : www.csa.be/documents/show/1464

www.csa.be/documents/show/1463

(déclaration de cessation de Contact Hits)

27 | JANVIER

Editeur : ASBL RCF Bruxelles

Service : RCF Bruxelles

Dérogation à l'usage du français

Le CSA a autorisé l'ASBL RCF Bruxelles à déroger à l'obligation d'émettre en langue française pour son service RCF Bruxelles.

L'éditeur est autorisé à émettre en langues espagnole, italienne et portugaise à concurrence de 5% du temps d'antenne hebdomadaire, hors plages de musique continue, jusqu'au 22 octobre 2012. Au-delà de cette date, la dérogation est renouvelable par échéances de trois ans, moyennant des conditions et modalités décrites dans la décision.

www.csa.be/documents/show/1462

10 | FÉVRIER

Editeur : RTBF

Services : La Première, Vivacité, Classic 21 et Pure FM

Parrainage

« [...] le but du législateur, en interdisant le parrainage de certains programmes, consistait à « préserver le pluralisme des sources d'information et l'indépendance des journaux télévisés et magazines d'actualité »

Or, cet objectif serait mis en péril si un accord de parrainage d'un SMA dans sa globalité aboutissait au parrainage de tous ses programmes, en ce compris ceux ne pouvant pas être parrainés. Ces programmes présentent en effet un caractère tellement sensible, sur le plan de l'indépendance éditoriale, qu'ils ne peuvent, d'une manière ou d'une autre, être associés à un annonceur. Il faut donc considérer que l'interdiction du parrainage de ces programmes ne fait pas obstacle au parrainage de la chaîne qui les diffuse mais que, concrètement, ils ne pourront pas être entourés d'annonces de parrainage, notamment pour bien faire comprendre au public que le parrainage de la chaîne n'équivaut pas au parrainage de ces programmes. »



Le CSA a adressé un avertissement à la RTBF parce qu'elle avait diffusé sur l'ensemble de ses radios (La Première, Vivacité, Classic 21 et Pure FM), des spots de parrainage pour Télé-Secours en contravention au décret sur les services de médias audiovisuels.

Ces annonces n'étaient en effet pas encadrées par le jingle qui distingue habituellement les écrans publicitaires des programmes. Leur contenu aurait dû indiquer beaucoup plus clairement l'existence d'un partenariat entre l'éditeur et l'annonceur et elles auraient également dû rendre clair, pour le public, que ce partenariat visait les services concernés dans leur globalité, par exemple en utilisant une formulation plus transparente comme « La Première/Classic 21/Vivacité/Pure FM, avec Télé Secours ».

De plus, lors de certaines diffusions, ces spots n'étaient pas suffisamment écartés de programmes ne pouvant pas être parrainés, comme les journaux d'information et les programmes d'actualité. L'éditeur n'a donc pas respecté la règle selon laquelle, même en cas de parrainage de chaîne, certains programmes ne pouvaient être parrainés.

Le parrainage de chaînes est une forme publicitaire récemment autorisée par le décret sur les services de médias audiovisuels du 5 février 2009 qui étend la notion de parrainage au parrainage de « services de médias audiovisuels » de manière globale, et plus uniquement de certains programmes ou séquences de programmes.

Le CSA tient à rappeler qu'en matière de communication commerciale, l'apparition de pratiques nouvelles dont l'application n'a pas encore été clarifiée par la jurisprudence appelle à une certaine prudence, surtout dans le chef du radiodiffuseur de service public, qui aurait dû s'inspirer des grands principes s'appliquant au parrainage (identification claire, dans l'annonce de parrainage, de l'arrangement existant entre l'éditeur et l'annonceur, et maintien des annonces de parrainage à l'écart de programmes dont l'indépendance éditoriale est particulièrement importante).

Toutefois, le CSA a considéré le fait que la RTBF n'avait pas largement exploité cette nouvelle pratique, et y avait même renoncé. En conséquence, le CSA a adressé un avertissement à la RTBF.

www.csa.be/documents/show/1473

10 | FÉVRIER

Optimisation

Dans le cadre de la procédure d'optimisation du plan de fréquences FM, le CSA, suivant les avis techniques du Service Général de l'Audiovisuel et des Multimédias (SGAM) du Ministère de la Communauté française, a décidé de modifier les caractéristiques techniques des radiofréquences suivantes :

- NAMUR 87.6 (Must FM Namur)
- HUY 88 (Bel RTL)
- ARSIMONT 87.8 (Nostalgie)
- ARSIMONT 88.7 (NRJ)
- CHARLEROI 91.9 (NRJ)
- TRAZEGNIES 90.3 (Sud Radio)

Le 23 décembre 2010, le CSA avait adopté ces projets de décisions, les avait publiées sur son site internet (rubrique « décisions ») le 4 janvier, et invité formellement toute personne qui le souhaitait à faire valoir ses objections à l'un de ces projets de décision dans le mois suivant leur publication.

Sud Radio : <http://www.csa.be/documents/show/1472>

Must FM : <http://www.csa.be/documents/show/1467>

Bel RTL : <http://www.csa.be/documents/show/1468>

NRJ (Charleroi) : <http://www.csa.be/documents/show/1471>

Nostalgie : <http://www.csa.be/documents/show/1469>

NRJ (Arsimont) <http://www.csa.be/documents/show/1470>

10 | MARS

Éditeurs : ASBL Diffusion, ASBL Turkuaz, ASBL Dune Urbaine, ASBL Studio Tre

Services : Maximum FM, Radio Panache, Radio K.I.F, Radio Italia

Non remise du rapport annuel

Le CSA avait constaté que quatre éditeurs radios (ASBL Diffusion, ASBL Turkuaz, ASBL Dune Urbaine, ASBL Studio Tre) n'avaient pas fourni leurs comptes annuels au CSA pour l'année 2009, en contravention au décret sur les services de médias audiovisuels (art. 62, 2°), et ce, malgré plusieurs courriers de rappel.

En conséquence, le CSA adresse un avertissement à ces éditeurs.

Le CSA rappelle à cette occasion que les comptes annuels constituent un instrument essentiel à l'accomplissement des missions de contrôle du régulateur. Ces comptes doivent en effet lui permettre d'apprécier





la viabilité économique d'un projet radiophonique, critère de sélection fondamental pris en considération lors de la procédure d'attribution des fréquences.

Maximum FM : <http://www.csa.be/documents/show/>

Radio Panache : <http://www.csa.be/documents/show/>

Radio K.I.F. : <http://www.csa.be/documents/show/>

Radio Italia : <http://www.csa.be/documents/show/>

16 | MARS

Consultation publique sur le projet de décision concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle

Le CSA a publié les résultats de la consultation publique qu'il avait lancée concomitamment avec les autres régulateurs compétents (l'IBPT, le VRM et le Medienrat) le 21 décembre dernier, sur un projet de décision concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle,

Dans ce projet de décision, le CSA conclut pour rappel que les différents câblo-opérateurs actifs en région de langue française (TECTEO, Brutélé, AIESH, et Telenet) jouissent d'une position dominante dans leurs zones de couverture respectives.

Ainsi, afin de remédier au manque de concurrence observé, qui se traduit notamment par des prix élevés pour le consommateur, le CSA envisage d'imposer à ces différents opérateurs d'ouvrir leur réseau.

Cela impliquera pour ces derniers de fournir à tout opérateur qui en ferait la demande l'accès à leur plateforme de télévision numérique, l'accès à une offre de revente de leur offre de télévision analogique et, enfin, l'accès complémentaire à une offre de revente de leur offre d'accès à l'internet large bande.

Le CSA a reçu 15 contributions à cette consultation publique qui s'achevait le 18 février dernier :

- Belgacom
- A.I.E.S.H.
- Broadcast Partners
- Brutélé
- Cable Europe
- Chaînes de télévision publique RAI, ZDF, WDR, ARD1, KIKI, SWR et ARTE
- KPN Group Belgium
- GSM Operators Forum (GOF)
- Mobistar
- Ministère de la Communauté française (SGAM)
- SACD-SOFAM
- Scarlet

- Tecteo
- Telenet
- Test-Achats

Le Conseil de la concurrence a également adressé au CSA un avis sur ce projet de décision (avis n° 2011-A/A-02 du 21 février 2011). Cet avis porte spécifiquement sur la décision du Conseil de l'IBPT concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle. Il fut néanmoins également adressé au CSA dans la mesure où ses considérations sont également applicables à son projet de décision.

Sur base de ces différentes réactions, le CSA s'attèle à la préparation de la décision finale. Cette dernière sera soumise à la Commission européenne, dans le cadre d'une procédure de consultation obligatoire. Cette dernière étape franchie, les instances compétentes pourront procéder à l'adoption de la décision définitive, prévue dans le courant de l'été 2011.

www.csa.be/consultations/15

17 | MARS

Éditeurs : Radio Centre Jodoigne ASBL, Radio Turbo Inter ASBL
Services : Radio Centre Jodoigne (Passion FM), Radio Turbo Inter (Génération)

Radios, changement de nom

Le CSA a décidé d'autoriser :

- l'éditeur Radio Centre Jodoigne ASBL à adopter le nom « Passion FM » pour son service diffusé sur la radiofréquence JODOIGNE-SOUVERAINE 106.5 en vertu de l'autorisation délivrée en date du 17 juin 2008.
- l'éditeur Radio Turbo Inter ASBL à adopter le nom « Génération » pour son service diffusé sur la radiofréquence JUPILLE-SUR-MEUSE 107.8 en vertu de l'autorisation délivrée en date du 17 juin 2008.

Le CSA a en effet considéré que ces changements de nom n'étaient pas susceptibles de porter atteinte à l'architecture du paysage radiophonique tel qu'envisagée par le Gouvernement à la suite des arrêtés des 21 décembre 2007, 4 juillet 2008, 27 mai 2009 et 21 octobre 2010 fixant les appels d'offres pour l'attribution de radiofréquences destinées à la radiodiffusion de services sonores par la voie hertzienne terrestre, ni aux équilibres qui en découlent.

Radio Centre Jodoigne (Passion FM) : www.csa.be/documents/1484

Radio Turbo Inter (Génération) : www.csa.be/documents/1485



© M. LEROY/RTB

17 | MARS

Editeur : Tavigny Solidarité ASBL
Service : Tavigny Solidarité

Radio provisoire

Le CSA a autorisé l'asbl Tavigny Solidarité, dont le siège social est établi rue du Centre, 40, 6662 Tavigny-Houffalize, à faire usage, entre le 29 juin et le 5 juillet 2011, de la fréquence 100.6 émise à partir de Buret (Tavigny).

Tavigny Solidarité : www.csa.be/documents/1487

17 | MARS

Editeur : Télé Bruxelles ASBL
Service : Télé Bruxelles

Production propre

«A cet égard, le Collège avait déjà exposé sa vision des choses dans son avis n° 38/2008 relatif à l'évaluation du mode de subvention des télévisions locales instauré par l'arrêté du 15 septembre 2006. Dans cet avis, le Collège avait déjà fait connaître sans équivoque, aux télévisions locales, la position qu'il entendait adopter quant au vidéotexte. S'inspirant du statut particulier réservé à cet élément d'antenne dans le calcul du temps de transmission consacré à la publicité, le Collège avait mis en évidence la « finalité télévisuelle différente » du vidéotexte et l'avait décrit comme « un élément distinct dans la diffusion des programmes » dont il ne convenait pas de tenir compte dans le calcul de la proportion de production propre à respecter par les télévisions locales. Il relevait d'ailleurs, à l'époque, que la plupart des télévisions locales partageaient sa position sur ce point.

La présente décision est l'occasion pour le Collège de compléter son raisonnement. A cet égard, il constate que le but poursuivi par le législateur lorsqu'il a imposé un quota de production propre aux télévisions locales était de sauvegarder l'originalité de leur production, présentée comme leur raison d'être essentielle¹. Il a ainsi été exposé, lors des travaux préparatoires du décret de 1987 dans lequel a été intégrée pour la première fois l'exigence d'un quota de production propre pour les télévisions locales que, « si l'Exécutif a décidé d'aider et de subventionner les télévisions locales, c'est parce qu'il estime qu'elles ont une spécificité. Elles doivent refléter l'émergence des activités de leur 'région', ce qui explique l'obligation qui leur est faite d'assurer un pourcentage important de production propre ». Il a également été

précisé que les télévisions locales devaient, avant tout, poursuivre un objectif d'éducation permanente.»

Suite contrôle annuel des obligations de Télé Bruxelles pour l'exercice 2009, le CSA avait constaté que cette télévision locale ne consacrait pas, dans sa programmation, au moins la moitié du temps de diffusion à des programmes de production propre, en contravention au décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (article 67).

Suivant sa jurisprudence, le CSA n'a pas suivi l'argument de l'éditeur de prendre compte le vidéotexte et la radio filmée dans le calcul de production propre, et a donc déclaré le grief établi.

Toutefois, le CSA a pris compte que l'éditeur valorise dans ses calculs des programmes qui constituent des opportunités d'expression de communautés bruxelloises, promeuvent la créativité locale ou offrent un espace de diffusion unique à de producteurs et créateurs indépendants de télévision ou de courts-métrages, ce qui entre pleinement dans la mission de service public d'une télévision locale. Aussi, le CSA a-t-il décidé de ne pas sanctionner l'éditeur.

Le quota de 50% de production propre imposé par le décret demeure cependant une obligation qui s'impose à l'éditeur et qui doit être contrôlée par le Collège. Le CSA a insisté par conséquent sur la nécessité, pour l'éditeur, de faire preuve, lors de ses prochains contrôles annuels, d'une présentation complète quant à l'origine et la nature de ses programmes, afin de permettre au régulateur d'apprécier, parmi les productions extérieures, celles que l'éditeur estime contribuer pleinement aux objectifs du décret.

Télé Bruxelles : www.csa.be/documents/1486



suivre les actualités du CSA sur Twitter
« csabelge »
[twitter.com](https://twitter.com/csabelge)



CSA
CONSEIL SUPERIEUR
DE L'AUDIOVISUEL

Date limite de dépôt des candidatures :
28 octobre 2011

4^e édition

PRIX DU CSA

**Le Conseil supérieur de l'audiovisuel
lance la 4^e 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 2010-2011 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 avril 2012, 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*

CSA
CONSEIL SUPERIEUR
DE L'AUDIOVISUEL

Centre de
documentation

**Vous êtes
ETUDIANT ?
CHERCHEUR ?
PROFESSEUR ?**

Vous cherchez de l'information sur les médias dans leurs aspects juridique, économique, politique, culturel, technologique, créatif... ? ou de l'information sur tous les thèmes liés à la régulation audiovisuelle : production audiovisuelle, protection des mineurs, publicité, diversité, pluralisme, accessibilité, dignité humaine, droit à l'information, transparence... ?

Vous voulez consulter les rapports annuels des télévisions, des radios, des distributeurs et des opérateurs ? Vous voulez accéder aux propres archives du CSA et aux documents publics liés à ses missions ? Vous vous intéressez aux dossiers de plaintes déjà instruits ?

Le Centre de documentation du CSA met tout cela gratuitement à votre disposition ! Un simple appel téléphonique (02/349 58 72) ou un courriel (francine.courtois@csa.be) suffit pour prendre rapidement rendez-vous .

Le Centre de documentation du CSA, c'est une base documentaire de près de 2000 notices, 4 postes de consultation, plus de 750 ouvrages en libre accès, une dizaine de périodiques spécialisés, près de 1000 documents numérisés, des DVD's et des documents audio.



Plus d'infos sur

www.csa.be/show/88

VIENT DE
PARAÎTRE



Baromètre Diversité Egalité 2011



Disponible au CSA
sur simple demande
par mail : info@csa.be
ou par téléphone **02/349.58.80**
ou téléchargeable sur www.csa.be/diversite

BAROMÈTRE DE L'ÉGALITÉ ET DE LA DIVERSITÉ DANS LES MÉDIAS AUDIOVISUELS DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Notre télévision reflète-t-elle la diversité (générationnelle, socioprofessionnelle, culturelle) de notre société ? Femmes et hommes sont-ils également présents et représentés sur nos écrans ? Les personnes handicapées y ont-elles une place ? Les individus sont-ils cantonnés à certains rôles, à certains sujets, en fonction de leur origine, de leur âge, de leur sexe... ? C'est à ces questions, et plus globalement à celle de l'état de la diversité et de l'égalité à la télévision que répond le premier baromètre de la diversité et de l'égalité mené en Communauté française, à travers l'analyse d'une semaine ordinaire de télévision.

Dans cette semaine d'échantillon, plus de 200 heures de production propre (ou coproduction) sur les 25 chaînes de télévision actives en Communauté française, ont été analysées. 23657 intervenants, acteurs directs ou figurants ont été patiemment décrits sous l'angle du sexe, de l'âge, de l'origine, de la catégorie socio-professionnelle, du handicap, afin de prendre en compte toutes les composantes de la société et d'objectiver ce qui se passe réellement à l'écran...

En mars 2010, la Ministre de la Culture, de l'Audiovisuel, de la Santé et de l'Égalité des chances lançait un *Plan en faveur de la diversité et de l'égalité dans les médias audiovisuels de la Communauté française*, et désignait un Comité de pilotage chargé de coordonner ce plan qui s'étend sur trois ans et s'articule en deux axes : à l'automne, la publication d'un panorama des bonnes pratiques, et au printemps, la parution d'un **baromètre** dont l'objectif est de quantifier l'état de la diversité et de l'égalité sur base de l'analyse d'une semaine de programmes (productions propres) diffusés sur les chaînes de la Communauté française.

Sont membres du Comité de pilotage du Plan pour la diversité et l'égalité dans les médias audiovisuels de la Communauté française : le CSA, l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes, le Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme, la Fondation Roi Baudouin, l'Association des Journalistes Professionnels, la Direction de l'égalité des chances du Ministère de la Communauté française, le Service général de l'audiovisuel et des multimédias du Ministère de la Communauté française.

