

Contrôle annuel 2016

En exécution de l'article 136 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci-après, le décret), le Conseil supérieur de l'audiovisuel a rendu ses avis relatifs à la concrétisation par les télévisions locales de leurs obligations légales pour l'exercice 2016.

La présente synthèse transversale propose un panorama de ces enjeux de régulation. Le lecteur y trouvera également des données de contexte relatives au secteur des télévisions locales en Fédération Wallonie-Bruxelles.

LE CONTRÔLE

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

Le contrôle du CSA s'effectue au regard de deux sources de droits : 1. le décret de la Communauté française sur les services de médias audiovisuels et 2. les conventions qui lient le Gouvernement à chaque éditeur. Ces conventions décrivent « *les modalités particulières d'exécution des missions de service public des télévisions locales telles qu'adaptées aux spécificités de chaque zone de couverture* ».

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

IDENTIFICATION

1. Autorisations

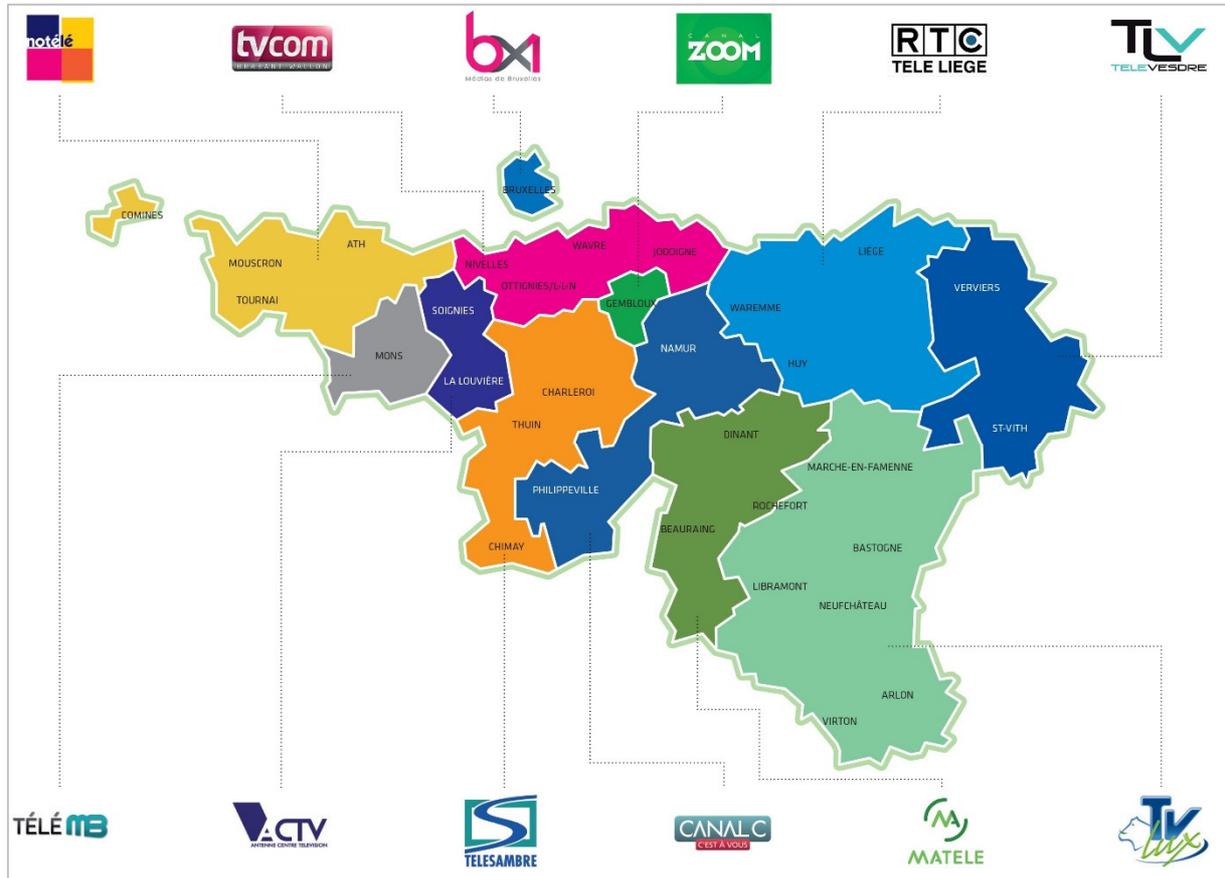
L'article 64 du décret prévoit que l'autorisation octroyée par le Gouvernement aux éditeurs locaux de service public l'est pour une durée de 9 ans.

Avant 2014, les autorisations initiales des télévisions locales n'avaient pas été renouvelées depuis leur création (de 1973 pour TéléSambre à 1997 pour TV Lux). Elles étaient donc largement échues mais prolongées tacitement sur base de l'article 171 du décret.

À la demande des éditeurs, la procédure de renouvellement des autorisations s'est déroulée durant l'exercice 2014. En date du 20 mars 2014, le Gouvernement a renouvelé les autorisations des douze télévisions locales de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour une durée de 9 ans à dater du 1^{er} janvier 2013.

2. Zones de couverture

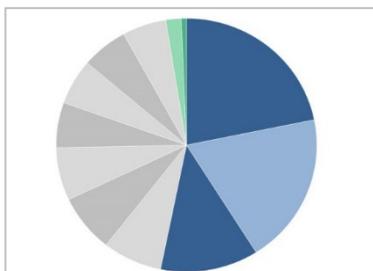
Répartition des télévisions locales sur le territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles :



La Fédération des télévisions locales distingue :

- cat.1 - les télévisions couvrant des **métropoles** : BX1 (Bruxelles), RTC (Liège) et Télésambre (Charleroi) ;
- cat.2 - les télévisions couvrant des **villes de taille moyenne** : Antenne Centre (La Louvière), Canal C (Namur), No Télé (Tournai), Télé MB (Mons), Télévesdre (Verviers) et TV Com (Wavre) ;
- cat.3 - les télévisions situées en **zones (semi-)rurales** : Canal Zoom et Matélé ;
- une télévision située en **zone rurale** : TV Lux.

En Fédération Wallonie-Bruxelles, les dernières données disponibles font état d'environ 1,6 millions de foyers abonnés à une offre de télédiffusion. Le graphique à ci-dessous illustre leur répartition entre les différentes zones de diffusion des télévisions locales.



La variable passe de 10.000 pour Canal Zoom à 340.000 pour BX1.

On distingue la cat.1 en bleu, la cat.2 en gris et la cat.3 en vert.

À noter que la densité faible de population de la zone de diffusion de TV Lux est compensée par son étendue, ce qui classe l'éditeur en cat.2.

3. Zones de réception

Les télévisions locales concrétisent leurs missions de service public au sein de zones de couverture mutuellement exclusives et délimitées par le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Le décret autorise l'extension des « zones de réception » moyennant accord entre les éditeurs concernés. Plusieurs négociations de ce type ont abouti ces dernières années.

En date du 29 octobre 2015, les douze télévisions locales ont conclu une convention autorisant chaque éditeur à étendre sa zone de réception à tout le territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Seule réserve à cette extension : le maintien des zones de couverture en tant que périmètres pour le démarchage des annonceurs locaux.

Au 31 décembre 2016, seule BX1 avait pu concrétiser cette extension : l'offre IPTV de Proximus distribue son signal dans toute la Fédération Wallonie Bruxelles.

4. Distribution

4.1 Numérotation

La numérotation dans l'offre des deux principaux distributeurs actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles reste un enjeu important pour les télévisions locales. En effet, la possibilité de modifier les canaux attribués par défaut dans les guides électroniques de programmes reste méconnue du grand public. Par conséquent, la visibilité d'une chaîne est fortement dépendante de la place qui lui est initialement attribuée par le distributeur. Cette réflexion prend tout son sens lorsqu'on aborde la situation des télévisions locales puisqu'elles bénéficient d'un droit de diffusion obligatoire.

Numérotation actuelle des télévisions locales :

- elles sont répertoriées entre les canaux 50 et 60 dans l'offre numérique de VOO ;
- elles sont répertoriées entre les canaux 330 et 340 dans l'offre de Proximus TV.

Depuis plusieurs années, Proximus compense cette numérotation « marginale » par un lien configuré sur son canal 10 vers celui attribué à chaque télévision locale. Ce lien est dès lors configuré différemment en fonction des zones de couverture.

Depuis le printemps 2016, l'offre de VOO intègre un dispositif similaire : les télévisions locales sont disponibles via un raccourci sur le canal 11.

Des retours de téléspectateurs semblent toutefois indiquer que ces dispositifs fonctionnent de manière aléatoire. Leur évaluation devrait par conséquent faire l'objet d'un suivi de la part des éditeurs ou de la Fédération des télévisions locales.

4.2 Télévision numérique terrestre

L'article 35 al.3 de son contrat de gestion confie à la RTBF « un rôle moteur dans l'utilisation et la promotion des multiplexes de radiodiffusion télévisuelle numérique hertzienne ». Sur demande du Gouvernement, elle doit notamment « utiliser ses multiplexes au profit des télévisions locales ».

En application de cette disposition, BX1 bénéficie des moyens techniques de la RTBF pour une diffusion en TNT sur l'ensemble de sa zone de couverture.

5. Développements connectés

5.1 Services non linéaires

Chaque éditeur dispose d'un site internet à partir duquel il propose son service linéaire en direct ainsi qu'une offre de programmes à la demande. Plusieurs télévisions locales ont en outre développé des applications mobiles

disponibles sur Android/iOS. Le portail « Vivre ici » géré par la RTBF et les télévisions locales propose également des programmes ou séquences à la demande.

Les éditeurs privilégient la diffusion de contenus sur leurs propres sites internet, plutôt que via des plateformes de partage de vidéos tels que YouTube ou Dailymotion. En effet, si sept télévisions locales ont créé, à un moment ou un autre, une chaîne YouTube, seule BX1, avec ses 6334 abonnés et 9666 vidéos postées¹, semble avoir une réelle stratégie de développement sur la plateforme.

A l'heure où Facebook et YouTube se partagent la quasi-totalité de la croissance des revenus publicitaires en ligne, le choix des télévisions locales de continuer à développer leurs propres canaux de diffusion n'est certainement pas anodin : cela leur permet de rester maîtresses de l'édition, de l'organisation et de la commercialisation de leurs programmes. Cette stratégie implique toutefois des investissements techniques importants que certains éditeurs commencent dès lors à mutualiser. Notons à cet égard la collaboration entre RTC, Télévesdre, TV Lux et de TV Com qui ont élaboré ensemble un plan de formation et d'accompagnement à la mutation numérique à l'attention de leurs équipes et qui ont mis en place des projets communs de transition numérique (développement d'une architecture commune de site internet).

5.2 Réseaux sociaux

Médias de proximité par définition, les télévisions locales développent des stratégies de présence sur les réseaux sociaux. Leurs équipes se forment afin d'adapter les modes de productions et de dynamiser la relation avec les audiences.

Ces stratégies sont notamment inspirées par des formations organisées par la Fédération des Télévisions locales. En octobre 2016, celle-ci organisait un premier évènement sur le thème « Médias & numérique : journalisme mobile, innovations technologiques, (r)évolution numérique ». Plus de 200 membres du personnel des télévisions locales ont participé à cette journée de conférences et de débats. En prolongement, une seconde formation était organisée en octobre 2017 sur le thème « Le numérique des médias locaux ».

• **FACEBOOK**

Toutes les télévisions locales sont actives sur Facebook. Elles alimentent leurs pages plusieurs fois par jour, créant un flux dynamique et complémentaire à leurs programmations.

En plus d'une page générale, la plupart administrent des pages complémentaires pour mieux cibler l'audience (liées à un programme ou à une thématique comme la culture ou le sport).

Les éditeurs publient plusieurs types de contenus :

- capsules d'interviews ou séquences de reportage ;
- information en continu assortie de photos prises « in situ » par les journalistes ;
- annonce des sujets qui seront traités dans le JT ou dans d'autres magazines ;
- informations de service (météo, infos-route, consignes des autorités publiques) ;
- autopromotion, concours ;
- messages et photos des équipes ;
- agendas et rendez-vous culturels.

De nouveaux contenus sont proposés depuis 2016 :

- certains JT, et notamment le JT commun « Vivre Ici », diffusés en direct ;
- des capsules spécifiques produites pour Facebook ;
- des liens vers des articles diffusés sur les sites des télévisions locales.

¹ En octobre 2017

L'adhésion aux pages Facebook des télévisions locales poursuit sa progression. Les derniers relevés du CSA démontrent une nouvelle augmentation de 46 % du nombre de « likes » cumulés à l'échelle du secteur : la variable est passée de 160.247 à 234.678 entre octobre 2016 et octobre 2017. Cette tendance à la hausse est répartie sur tous les éditeurs (mais avec des nuances importantes). Elle est constante depuis 2015 : +146 % d'adhésion en 2 ans. L'interactivité s'intensifie : les publications accumulent plus de « likes », de partages et de commentaires.

• TWITTER

Toutes les télévisions locales sont actives sur Twitter. Elles proposent principalement de l'information en continu via la publication de séquences de JT, de photos « in situ » prises par des journalistes, de résultats sportifs... Certains éditeurs relayent des messages en provenance des secteurs associatif et culturel de leur zone de couverture.

L'adhésion des télévisions locales sur Twitter continue de progresser : +16,35 % entre octobre 2016 et octobre 2017. Le nombre de followers cumulés atteint 33.113 en octobre 2017.

• INSTAGRAM

11 télévisions locales sont présentes sur Instagram et s'y développent de manière variable. Notons en particulier :

- Canal C, qui publie régulièrement des photos de ses invités ;
- Télésambre, qui publie des photos autour de l'actualité culturelle principalement, mais également sportive et politique de la région. Ce compte est suivi par près de 1000 abonnés ;
- Télévesdre, qui a affiné son positionnement sur Instagram pour mieux toucher les jeunes et dont le compte rassemble déjà près de 1000 abonnés malgré un nombre de publications limité ;
- BX1 et No Télé qui ont renforcé leurs publications sur Instagram et rassemblent plusieurs centaines d'abonnés.

5.3 Le laboratoire 360° : l'exemple de #tousàtable

En 2016, Matélé a mené une initiative de grande envergure autour de son positionnement digital. A la fois laboratoire de création, exercice d'éducation permanente « grandeur nature », projet de communication transmédia, l'expérience #tousàtable a permis de créer « une grande auberge espagnole connectée ».

• LES OBJECTIFS

- Expérimenter de nouveaux modes d'information locale et participative, développer une approche transmédia ;
- connecter le public et créer une communauté de contributeurs autour du thème de l'alimentation ;
- répondre à la mission d'éducation permanente en luttant contre la fracture numérique et en créant du lien social.

• LES REALISATIONS

Le projet transmédia et interactif #tousàtable a rassemblé des citoyens autour d'une grande « auberge espagnole connectée » via une page Facebook. L'expérience a eu lieu en ligne et « dans la vie réelle » : Matélé a proposé à son audience d'organiser diverses auberges espagnoles connectées les unes aux autres via les réseaux sociaux. 47 auberges ont été créées, rassemblant entre 1000 et 1500 personnes.

La rédaction de Matélé a également réalisé une série de productions audiovisuelles dans les formats qui respectent les codes de la création connectée. Au total, plus de six heures de contenus vidéos ont été réalisés spécialement pour le web :

- des tutoriels humoristique sur la cuisine sauvage, c'est-à-dire à partir de plantes et fleurs sauvages, que l'on trouve directement dans la nature ;
- un web-documentaire, « Dis-moi comment tu manges », qui illustre la diversité des habitudes alimentaires à travers huit portraits ;
- des vidéos à 360° permettant de connecter un agriculteur de son champs à un député européen dans l'hémicycle du Parlement ou de visiter l'Abbaye de Rochefort ;
- des capsules bonus et des séquences de « mobile journalisme » (filmées avec un smartphone), créées en collaboration avec le Smart Gastronomy lab² ;
- un programme de « vulgarisation numérique » de 3 heures en direct sur les nouveaux codes d'expressions journalistiques d'internet et des réseaux sociaux, en collaboration avec les étudiants de l'IHECS.

Enfin, l'expérience impliquait également un travail de formation tant auprès des équipes de Matélé qu'à destination du grand public. Les téléspectateurs pouvaient suivre des initiations aux réseaux sociaux afin de mieux s'impliquer dans le projet. Ils interagissaient avec le contenu en partageant recettes, conseils, avis et articles sur la page Facebook. Des sondages ont été menés auprès des internautes et une carte interactive, permettant de localiser les artisans de la région, a été diffusée.

5.4 Une plateforme numérique commune pour les élections communales

Les télévisions locales ont lancé un nouveau site web commun pour les élections communales³. Ce site vise à donner accès de manière centralisée à tous les programmes et reportages réalisés dans le cadre du scrutin communal. Au-delà de l'information, la plateforme est présentée comme un outil pédagogique « pour une participation citoyenne démocratique locale et provinciale. » Tous les contenus ont en outre la vocation d'être interactifs et diffusés via les réseaux sociaux⁴.

SITUATION FINANCIERE

1. CHIFFRES D'AFFAIRES

Pour l'exercice 2016, les recettes totales cumulées des douze télévisions locales s'élèvent à environ 36,3 millions d'euros (toutes recettes confondues). Ce montant représente une augmentation de plus de 8% par rapport à 2015.

Ces chiffres doivent être nuancés car comme l'illustre le graphique ci-dessous, c'est principalement Télé MB qui connaît une évolution marquée entre 2015 et 2016. En effet, Télé MB a bénéficié en 2016 d'un subside exceptionnel de recapitalisation émanant des 13 communes de la zone de couverture Mons-Borinage étant donné les importantes difficultés financières de la télévision locale⁵.

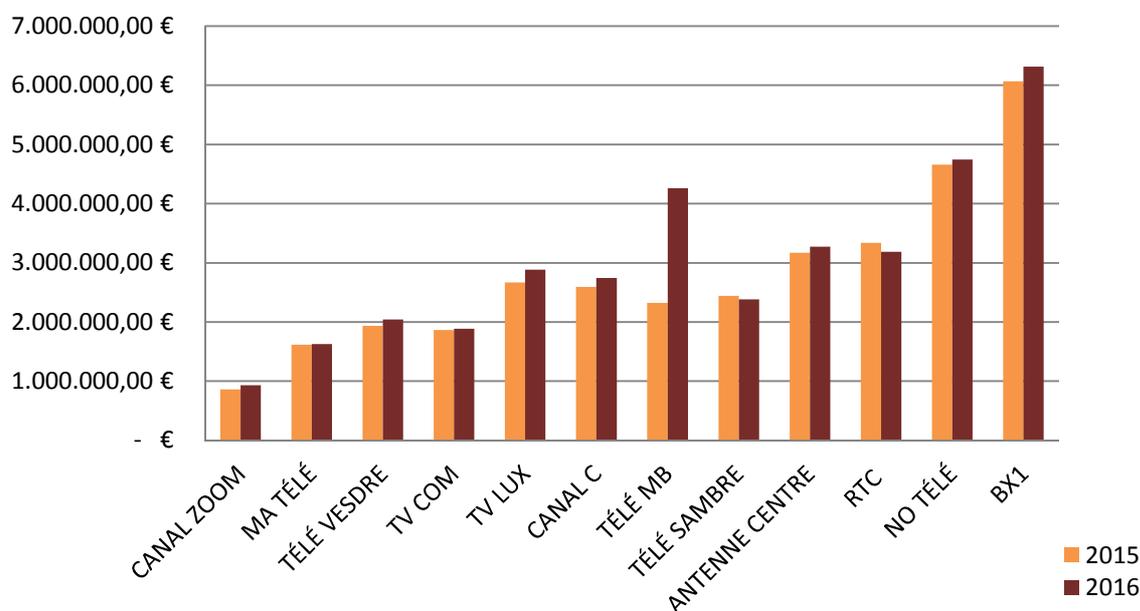
² <http://www.smartgastronomy.be> : structure de co-création, d'expérimentation et de tests, pour favoriser l'innovation et l'expérimentation gastronomique et technologique.

³ www.communales2018.be

⁴ http://www.teleslocales.be/www/un_site_web_pour_les_elections_communales_2018_-2078-fi.html

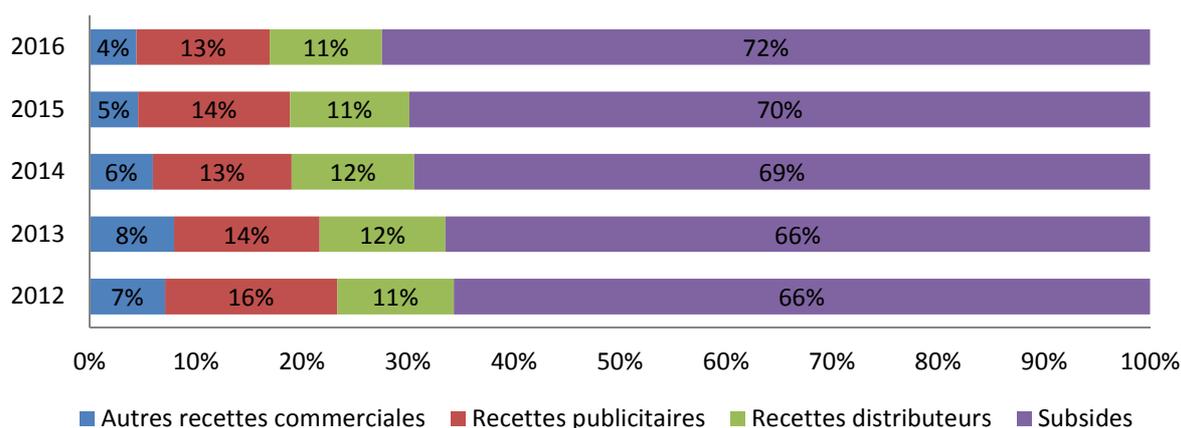
⁵ Un plan de gestion a été présenté et est en cours d'application pour pérenniser la télévision locale. https://www.rtb.be/info/medias/detail_consensus-politique-pour-sauver-la-chaine-locale-tele-mb?id=9173109

Excepté le cas de Télé MB, l'exercice budgétaire 2016 aura été relativement stable pour les télévisions locales. Par ailleurs, plusieurs postes comptables étant impactés par les quelques diminutions et augmentations constatés, les variations ne sont pas indicatrices d'une tendance particulière.



2. SOURCES DE FINANCEMENT

Le montant total des subventions⁶ s'élève, pour l'ensemble des télévisions locales, à près de 26,2 millions €. Ceci représente en moyenne 72% du budget total des télévisions locales pour l'exercice 2016, avec des variations importantes par télévision : la proportion passe en effet de 54% du budget à 86% selon les cas.



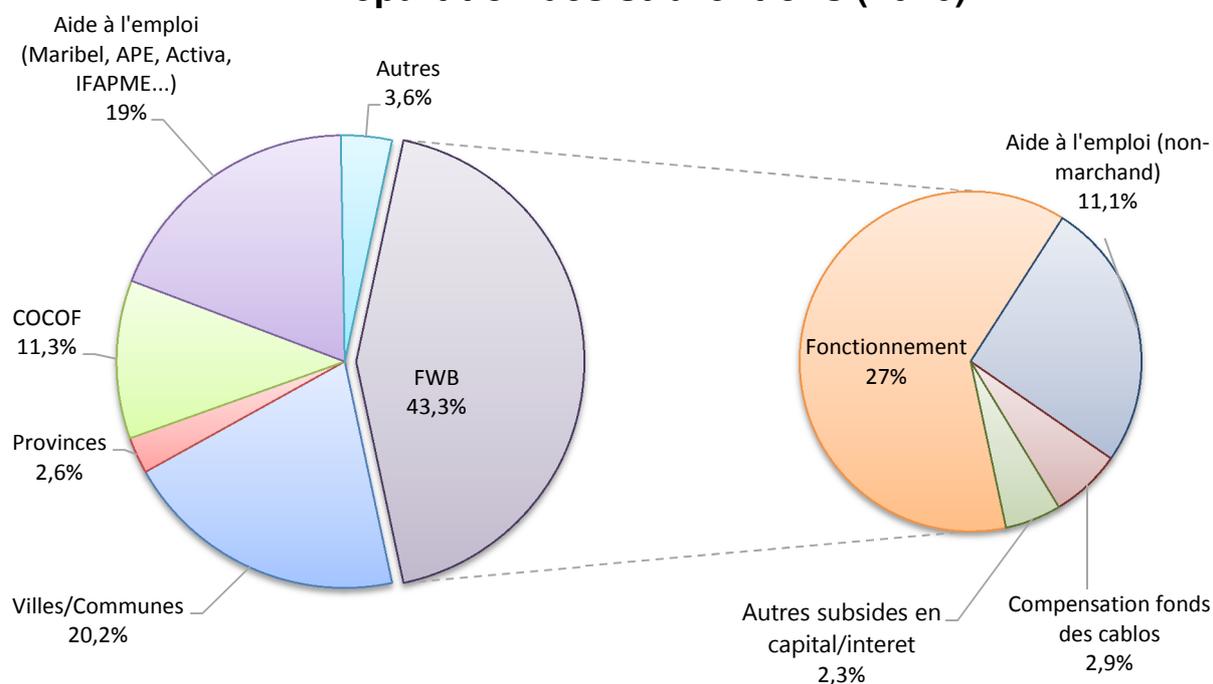
⁶ Subsidies de fonctionnement, aides au secteur non marchand de la Fédération Wallonie-Bruxelles, incitants divers à l'emploi, contribution des pouvoirs locaux, etc.

Les subventions de fonctionnement des 12 télévisions locales par la FWB représentent un montant de 7.060.926,5€⁷ en 2016 (hors fonds de compensation, cfr. ci-dessous). Cela correspond à une augmentation de 6,7% par rapport à 2015.

Le CSA relève d'autres types de subsides :

- les aides à l'emploi dans le secteur du non-marchand proposées par la Fédération Wallonie-Bruxelles, les Régions (dont les APE) et l'Etat fédéral (Maribel) ;
- les subventions émanant de pouvoirs locaux : provinces, villes et communes (représentant environ 22,8% de l'ensemble des subsides pour 2016)
- BX1 dispose d'une subvention de la COCOF à hauteur de 2.947.750 euros en 2016.

Répartition des subventions (2016)



Les recettes publicitaires sont en diminution par rapport à **2015**, mais représentent néanmoins une augmentation de 6,4% par rapport à **2014**, confirmant la bonne progression de plusieurs télévisions locales en matière de publicité⁸. Cette source de financement représente environ 13 % des recettes totales en 2016.

Quant aux recettes perçues de la part des distributeurs de services, elles représentent environ 11% des recettes globales des télévisions locales pour 2016. Celles-ci sont relativement constantes depuis 2011.

⁷ Ce montant correspond à la somme des montants inscrits dans les comptes 2016 des télévisions locales (dont une partie peut être composée de soldes de subventions octroyées précédemment). Le montant total versé pour les 12 télévisions locales par la Fédération Wallonie-Bruxelles en 2016 est de 6.636.000€.

⁸ Depuis octobre 2016, c'est la régie Transfer et non plus Média 13 qui est en charge de la publicité nationale, pour la Fédération des Télévisions locales.

Pour rappel, certains distributeurs ont pris la décision, dans le courant de l'année 2011, d'interrompre la partie de leurs versements à certaines télévisions prévue contractuellement et qui dépassait le montant de la contribution obligatoire prévue par l'article 81 du décret.

Afin de pallier la perte de contributions non obligatoires de la part des distributeurs, le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles a mis en place un fonds de compensation au bénéfice des télévisions locales dont la convention avec les distributeurs de services de la zone de couverture est arrivée à échéance. Ce fonds est temporaire et annuellement dégressif. En 2016, 750.000€ ont été prélevés sur ce fonds, permettant de compenser en partie les contributions complémentaires que les distributeurs ont cessé de verser.

Cependant, précisons que deux télévisions locales continuent de percevoir un complément de la part de certains distributeurs. En soi, cette pratique n'est juridiquement pas interdite depuis la mise en place du fonds de compensation. Toutefois, en vertu de conventions passées avec le Gouvernement, la somme du complément et de la compensation fonds des distributeurs doit être inférieure au montant perçu avant la mise en place de la réforme. Ce qui est amplement le cas pour les éditeurs concernés.

MISSIONS

Les conventions ont modifié la procédure de contrôle de trois missions de service public liées à la programmation des télévisions locales : l'information, le développement culturel et l'éducation permanente.

Auparavant, le CSA évaluait la concrétisation de ces missions en analysant, pour chaque éditeur, un échantillon de programmation de quatre semaines prélevées durant l'année d'exercice. Le CSA publiait ensuite des données quantitatives. Dorénavant, les conventions déterminent un cadre précis pour la concrétisation de ces missions : programmes dédiés avec périodicités, durées, et conditions de production imposées.

Pour rappel, le CSA qualifie chaque programme en fonction de la mission principale qu'il concrétise. Cela signifie par exemple qu'un talkshow à large dominante culturelle sera intégralement comptabilisé en « développement culturel » malgré le fait que certaines éditions pourraient également relever de l'éducation permanente ou d'une autre mission de service public. Cette méthode présente deux avantages :

- elle met en lumière l'intention éditoriale principale qui sous-tend chaque programme ;
- elle permet de ne pas exiger un niveau de précision des conduites d'antenne supérieur à ce qu'une majorité des télévisions locales fournit actuellement.

En outre, l'intention des cocontractants à la convention ne peut être réduite à la possibilité pour un éditeur de concrétiser toutes ses missions de service public via un seul programme multithématique. Dans l'intérêt du téléspectateur, les quatre grandes missions programmatiques des télévisions locales devraient idéalement se concrétiser dans des créneaux spécifiques. La méthodologie appliquée au contrôle intègre ce principe.

Une décision du Collège, prise dans le cadre d'un contrôle annuel précédent, et portant sur une insuffisance de la programmation d'un éditeur en matière d'information, conforte cette approche : « *si le Gouvernement s'est donné la peine d'aller au-delà du décret et de fixer des exigences plus précises, c'est pour s'assurer que les missions soient traitées dans des programmes distincts qui créent des rendez-vous avec les téléspectateurs et qui garantissent une certaine diversité de l'offre* »⁹.

⁹ Décision du Collège d'autorisation et de contrôle du 25 février 2016.

Enfin, le Collège s'est penché sur des questions méthodologiques non tranchées par les conventions, notamment la durée minimale qu'un programme doit atteindre pour être éligible aux obligations formulées aux articles 9 2°, 11 et 14. Sur ce point, le Collège a logiquement considéré que les capsules et microprogrammes devaient être comptabilisés de manière moindre que les programmes de durée conventionnelle. Cette distinction trouve sa justification dans deux critères : les coûts de production à l'unité et le temps d'antenne consacré à concrétiser la mission de service public.

1. L'information (articles 9 à 15 des conventions)

En fonction de leurs caractéristiques respectives (principalement la taille des effectifs), les télévisions locales doivent produire :

- un nombre précis d'éditions de journaux télévisés par semaine avec des durées imposées ;
- minimum deux programmes hebdomadaires relevant de l'information politique, sportive, économique ou sociale.

Les conventions assortissent ces obligations de dérogations déclinées pour chaque télévision (jours fériés, périodes de vacances scolaires).

Sur l'exercice 2016, les télévisions locales ont produit :

- 3115 journaux télévisés inédits pour une durée totale de 940 heures ;
- 800 heures de programmes d'information (débat, reportages, interviews, magazines, etc.).

Les télévisions locales rencontrent pleinement la mission. Concernant spécifiquement les programmes hebdomadaires d'information, le Collège relève que certaines télévisions locales concrétisent l'obligation en privilégiant l'information sportive. Le Collège invite les éditeurs concernés à diversifier leur offre hebdomadaire de programmes d'information de manière à ce que d'autres thématiques prévues à l'article 9, 2° soient plus régulièrement couvertes.

En 2014, Canal Zoom avait restructuré son offre d'information en un programme quotidien unique intitulé « ActuRégion ». Lors du dernier contrôle, le Collège considérait que ce programme ne pouvait satisfaire à lui seul au carcan minimum imposé à l'éditeur pour concrétiser sa mission d'information (article 9 de la convention). Le Collège qualifiait « ActuRégion » de journal télévisé et constatait dès lors que Canal Zoom restait en défaut d'avoir produit et diffusé « deux programmes hebdomadaires d'information » (art.9,2°).

Le Collège avait dès lors notifié un grief à l'éditeur. Dans sa décision du 25 février 2016, il demandait à Canal Zoom de régulariser cette situation en étoffant sa programmation.

Le Collège constate aujourd'hui que la situation est normalisée.

2. Le développement culturel (articles 11 à 13 des conventions)

En vertu des conventions, chaque télévision locale produit au minimum douze programmes par an destinés à mettre en valeur les artistes et le patrimoine de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Cette mission est largement rencontrée par les éditeurs.

Sur l'exercice 2016, les télévisions locales ont produit 450 heures de programmes culturels : agendas, talkshows, magazines sur le patrimoine historique, linguistique, folklorique, architectural, etc. Elles restent en outre les partenaires privilégiés des manifestations culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles : festivals de musique, de cinéma, carnivals, théâtre, conférences...

3. L'éducation permanente (articles 14 des conventions)

En vertu de leurs conventions, les télévisions locales produisent au minimum douze programmes par an touchant à l'éducation permanente.

Cette mission est concrétisée de manière plus ou moins soutenue par le secteur. Le Collège constate que certaines télévisions pourraient mieux valoriser la place de l'éducation permanente dans leurs programmations.

Sur l'exercice 2016, les télévisions locales ont produit 120 heures de programmes touchant à l'éducation permanente : documentaires historiques, magazines centrés sur les modes de vie, sur la psychologie, sur le rapprochement entre cultures, sur la vulgarisation scientifique, programmes didactiques, d'éducation aux médias, etc.

4. La participation/animation (articles 65 du décret)

Cette mission consiste à « *promouvoir la participation active des citoyens de la zone de couverture* » (article 65 al.2 du décret). Au-delà des interventions habituelles du public dans les programmes d'information ou de développement culturel, la mission d'animation/participation encourage la production de programmes dont l'objectif premier est d'impliquer directement des quidams, des associations, des clubs sportifs amateurs ou semi-professionnels, etc.

Historiquement, certains éditeurs concrétisaient cette mission en entretenant un réseau de « correspondants locaux », à savoir des citoyens qui réalisent des programmes sous la supervision technique d'une télévision locale. Télésambre et No Télé produisent toujours des programmes de ce type. Ces coproductions avec des citoyens ou des associations s'inscrivent pleinement dans le cadre des missions de service public confiées aux télévisions locales.

La mission d'animation-participation est concrétisée par le secteur de manière plus ou moins soutenue. Quelques éditeurs n'ont pas ou peu de programme spécifique mais déclarent qu'ils remplissent la mission de manière transversale.

Sur l'exercice 2016, les télévisions locales ont produit 150 heures de programmes axés sur la participation du public : débats entre citoyens, programmes impliquant les maisons de jeunes, jeux télévisés, diffusion de courts-métrages d'auteurs locaux, portraits de quidams, etc.

5. Vue transversale

Le graphe ci-après représente le temps d'antenne des 12 télévisions locales tel que réparti entre 5 missions programmatiques de service public. Il s'agit d'une estimation qui, bien qu'elle intègre le biais potentiel décrit en introduction du point « MISSIONS » ci-dessus, permet néanmoins de dégager certaines tendances de fond. Précisions que le temps d'antenne comptabilisé se limite aux programmes et n'intègre pas les captations.

Les deux catégories en bleu (71% cumulés) symbolisent la catégorie « information », à savoir les journaux télévisés (38%) et les programmes hebdomadaires d'information (33%). C'est de loin la mission la plus concrétisée par les éditeurs.



À l'inverse, l'éducation permanente (5%) et l'animation-participation (6%) sont moins mises en valeur.

Enfin, par rapport à 2014 et 2015, la proportion de la mission de développement culturel diminue de 2%.

PROGRAMMES « JEUNESSE »

Les télévisions locales font de plus en plus preuve de créativité pour toucher et impliquer les publics jeunes. Globalement, les jeunes tendent à préférer de plus en plus les contenus « à la demande » et les vidéos courtes sur des plateformes comme YouTube, à la télévision linéaire classique. En outre, la consommation de vidéos sur smartphone ne cesse d'augmenter, en particulier auprès de ce public. D'après une étude récente, cette consommation a doublé depuis 2012¹⁰ et concernerait près de 70% des consommateurs.

Les télévisions doivent donc s'adapter et proposer des contenus et des formats qui puissent cibler les plus jeunes. L'enjeu est important puisqu'il s'agit de rajeunir l'audience. Il est aussi éminemment complexe. A cet égard, le Collège d'autorisation et de contrôle, dans une décision relative à la RTBF¹¹, rappelait « *le désarroi des médias traditionnels face à un public qui se désintéresse d'eux* ». La RTBF a en effet, pendant plusieurs années, eu des difficultés à cibler le public adolescent et à les associer à la production de contenus audiovisuels.

Pour les télévisions locales, l'enjeu est d'autant plus crucial que leurs audiences sont réputées, d'après les dernières données disponibles, comme étant globalement plus âgées. La cible des 15-34 ans serait la moins bien touchée par les télévisions locales.

Au-delà de l'enjeu de l'audience, le fait de laisser une plage d'expression aux enfants et aux adolescents relève d'une mission de service public de premier plan. Si cibler la jeunesse n'est pas, en vertu des conventions, une obligation des télévisions locales, certaines d'entre elles remplissent spontanément leurs obligations d'éducation permanente, d'éducation aux médias ou de participation en ciblant ce public particulier.

Le CSA propose un panorama de ce type de programmes.

¹⁰ <https://www.ericsson.com/en/networked-society/trends-and-insights/consumerlab/consumer-insights/reports/tv-and-media-2017>

¹¹ Collège d'autorisation et de contrôle, décision du 9 mars 2017
[http://www.csa.be/system/documents_files/2694/original/D%C3%A9cision%20RTBF%20relative%20%C3%A0%20la%20diffusion%20de%20programmes%20pour%20adolescents%20\(contr%C3%B4le%20annuel%202015\).pdf?1489441954](http://www.csa.be/system/documents_files/2694/original/D%C3%A9cision%20RTBF%20relative%20%C3%A0%20la%20diffusion%20de%20programmes%20pour%20adolescents%20(contr%C3%B4le%20annuel%202015).pdf?1489441954)

PUBLICS JEUNES ET ADOLESCENTS

- Des nouveaux créneaux pour les jeunes.

En 2016, deux télévisions locales ont lancé de nouvelles initiatives pour s'adresser aux publics adolescents ou des jeunes adultes. Par des formats et des concepts très différents, les deux programmes visent à leur donner un nouvel espace d'expression, tout en mettant en valeur les lieux et initiatives de leurs régions. Elles ont en outre un volet « réseaux sociaux » pour mieux capter ces publics.

Ces nouveaux formats complète l'offre jeunesse des télévisions locales et notamment le magazine « *DBRANCHES* » (TV Com) diffusés par plusieurs télévisions.

- *LES TESTEURS* (RTC)

En 2016, RTC a lancé une nouvelle émission destinée aux adolescents. Avec « Les Testeurs », ceux-ci peuvent devenir, le temps de quelques épisodes, chroniqueurs-testeurs des lieux et événements phares de leur région.

« Les testeurs » est une émission courte, déclinée en 4 ou 6 épisodes. Quatre participants partent à la découverte d'un lieu culturel comme un cinéma, pénètrent dans l'envers du décor d'un événement folklorique ou encore les réalités d'un univers professionnel (l'armée, l'hôpital, un restaurant...).

Les adolescents sont recrutés via un casting publié sur la page Facebook de l'émission qui est diffusée en télévision et sur le site de RTC.

- *COAL KIDS* (Télésambre)

En 2016, Télésambre a produit et diffusé un nouveau magazine qui s'adresse aux jeunes de 15 à 30 ans et qui se veut comme un « condensé de tout ce qui est susceptible de t'intéresser dans la région ». Le magazine est composé de plusieurs séquences : la couverture d'un événement (la fête de la musique, les apéros industriels au Rockerill...); le Zap release, qui présente des sorties d'albums musicaux ; de séries télé, de films, de jeux ; les sessions acoustiques, visant à la découverte de groupes musicaux dans la région ; le Friends advice, autour du sport ou de « recettes fitness » et l'Event district, qui présente une expérience, un lieu, un portrait...

- Une place pour les jeunes en télévision, grâce à la collaboration avec les secteurs culturels et associatifs.

- *UN DEUX TROIS PIANO* (No Télé)

En 2016, en collaboration avec le Concours international André Dumortier, Notélé est allé à la rencontre de 14 pianistes de la région. Les jeunes artistes ont alors l'occasion de parler de leur passion du piano et de faire une démonstration de leur talent. No Télé a également diffusé la finale du concours sur ses antennes, qui a lieu tous les deux ans.

- *109* (Canal C)

109 est l'émission « pour et par les jeunes », de Canal C et Infor Jeunes Namur. Des jeunes de 14 à 26 ans sont « recrutés » en tant que journalistes en herbe pour traiter des sujets qui les concernent. Plus de cent thématiques ont été abordées dans l'émission qui a fêté ses dix ans en 2017 et se décline désormais sous formes de séquences bimensuelles de 3 minutes.

PUBLIC ENFANTS

Dans les deux exemples ci-dessous, ce sont les enfants qui tiennent le micro et qui expriment, dans le cadre scolaire, leurs opinions et leurs projets.

- *LES ENFANTS NOUS PARLENT* (Canal C)

« Les enfants nous parlent » est un magazine philosophique qui donne la parole aux enfants. En 2016, les thématiques abordées ont été, par exemple : les parents, la justice, l'égalité des sexes, les réfugiés... Une émission spéciale a également été consacrée aux attentats de Bruxelles.

- *SEQUENCE ECOLE* (Canal Zoom)

Chaque mercredi, Canal Zoom propose une séquence dans une école de sa région. Les enfants présentent leur école, leur classe et les différents projets et jouent le rôle d'intervieweurs. Les séquences sont diffusées à 18h sur antenne ainsi que sur Facebook et sur le site de Canal Zoom.

EDUCATION ET PARENTALITE

Plusieurs télévisions collaborent avec les secteurs éducatifs et associatifs de leur région pour proposer aux parents et éducateurs des outils pour les accompagner. Ces émissions s'inscrivent pleinement dans la mission d'éducation permanente des télévisions.

- *UNE EDUCATION PRESQUE PARFAITE* (Télésambre)

L'émission « Une éducation presque parfaite » est née d'une collaboration entre Télésambre, l'Umons et la Ville de Charleroi. Elle propose des reportages dans les écoles par exemple et des débats dont l'objectif est de favoriser la compréhension mutuelle entre parents, enfants ou adolescents, et enseignants.

- *MON P'TIT DOIGT M'A DIT* (TV Lux)

Les capsules « Mon p'tit doigt m'a dit » sont proposées par l'association « L'Autrement dit », une ASBL d'accompagnement à la parentalité de la province du Luxembourg. Ces petites séquences d'une minute présentent des situations du quotidien mises en scène avec des marionnettes pour aider les parents dans la gestion de conflit avec les enfants.

ACCESSIBILITÉ

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

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

En fonction de leur chiffre d'affaires, les éditeurs ont notamment l'obligation de diffuser, sur leurs services linéaires, un certain nombre d'heures par an de programmes sous-titrés, interprétés en langue des signes ou audio-décrits. En particulier, les éditeurs dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 10 millions d'euros s'engagent à « *mettre tout en œuvre pour atteindre l'objectif de diffuser chaque année sur leurs services linéaires 50 heures de programmes rendus accessibles* », que ce soit par le sous-titrage, l'interprétation en langue des signes ou l'audiodescription.

Les constats dressés pour 2015 restent valides pour 2016. Les initiatives prises par les télévisions locales demeurent insuffisantes au regard des obligations de moyens portées par le règlement :

- une télévision locale dépasse largement le seuil fixé en interprétant une partie importante de ses programmes d'information en langue des signes ;
- trois télévisions locales développent des créneaux « accessibles » en restant toutefois en-deçà de l'objectif des 50 heures ;

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

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

- les autres télévisions locales n'ont pas entrepris le minimum requis pour satisfaire à l'obligation de moyens portée par le Règlement.

Lors du contrôle précédent, le CSA invitait la Fédération des télévisions locales à « synchroniser les efforts du secteur en matière d'accessibilité, que ce soit par une dynamique de coproduction, d'échanges de programmes, ou par la recherche coordonnée de partenaires et de financements ».

Sur ce point, le Collège constate des développements en 2017 :

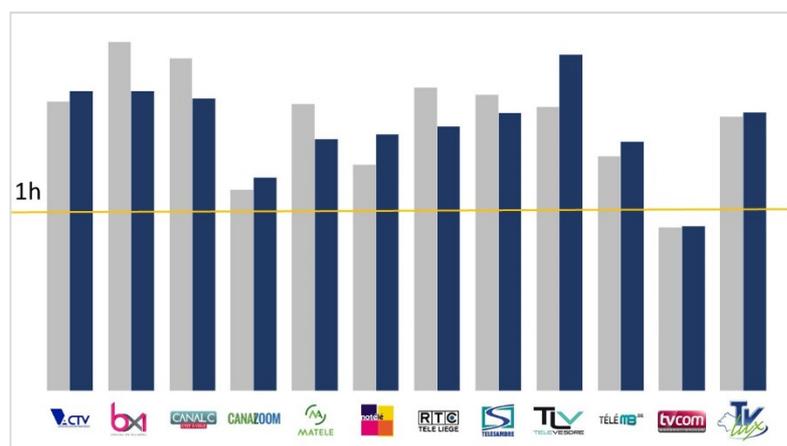
- le JT quotidien « Vivre ici », coproduit par les 12 télévisions locales, est rediffusé sur l'ensemble du réseau avec interprétation en langue des signes ;
- La Fédération réfléchit à rendre accessibles via sous-titrage deux autres programmes dont elle coordonne la production : « Bienvenue chez vous » et « Au chant du coq ».

Dans la perspective du contrôle prochain, le CSA restera très vigilant sur ce point. Il invite le secteur à conscientiser les attentes du public en matière d'accessibilité et à entreprendre les démarches nécessaires afin de se mettre en conformité avec le Règlement. Il préconise enfin la relance des travaux du Collège d'avis sur cette thématique de régulation.

PROGRAMMATION

1. Première diffusion

Bien qu'aucune obligation légale n'y soit liée, la durée quotidienne des programmes en première diffusion est intéressante à examiner car elle constitue pour le téléspectateur un critère d'appréciation du dynamisme des télévisions locales.



Par rapport à 2015, le CSA constate que cette durée se stabilise pour l'ensemble du secteur (-2,14%).

En 2016, la durée totale des programmes en première diffusion revient à une situation intermédiaire entre les deux records historiques successivement enregistré en 2014 (17h09) et 2015 (18h23) pour se stabiliser à 18h03 heures de programmation quotidienne.

2. Production propre

2.1 Évolution

Le graphe ci-après reprend l'évolution de la production propre de chaque télévision locale sur les 6 derniers exercices.

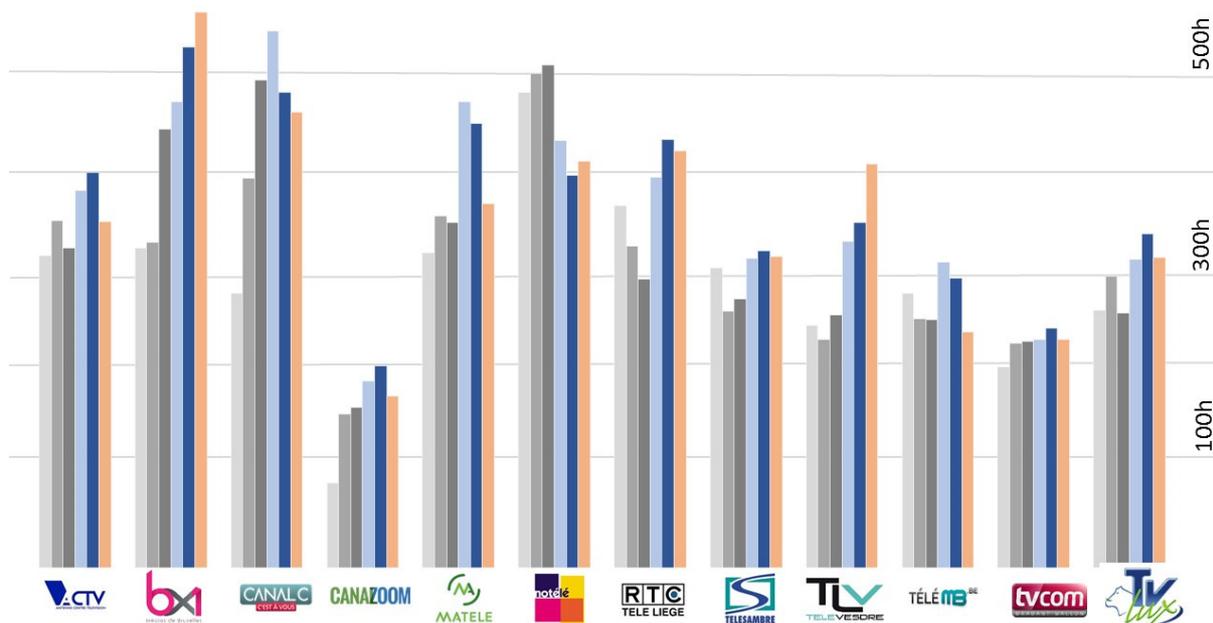
Constats par rapport à 2015 :

- 6 éditeurs se stabilisent (4 reculs légers, 2 progressions légères) ;
- 4 éditeurs sont en recul plus significatif ;
- 2 éditeurs sont en augmentation plus significative.

Après les variations annuelles très importantes constatées lors des exercices précédents, 2015 marquait le retour à une certaine stabilité en matière de production propre. Les données pour 2016 permettent globalement de conclure au prolongement de cette stabilité. Une explication plausible réside dans la modification par le Ministre des médias de l'arrêté qui définit les modalités d'octroi des subventions aux télévisions locales. Objectif : diminuer l'impact du critère de la production propre sur le subventionnement afin de « garantir une paix financière »¹⁴ (voir point 2.2 ci-dessous).

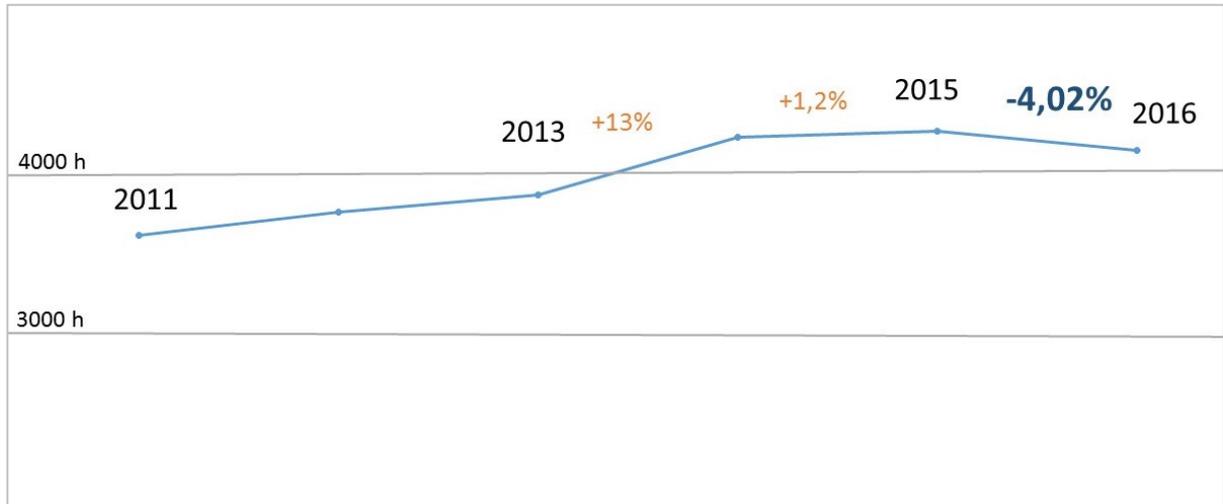
Et en effet, la concurrence que se livraient les éditeurs sur ce point semble progressivement s'apaiser. Certains déclarent d'ailleurs dans leur rapport annuel que le nouveau mode de calcul « assainit les relations entre éditeurs ». D'autres se sentent aujourd'hui libres de développer une production sur internet « sans devoir systématiquement en évaluer l'impact éventuel sur leur financement ».

À cet égard, le CSA précise qu'il reste ouvert au lancement d'une réflexion sur la manière de comptabiliser en tant que productions propres certains programmes que les télévisions locales produisent spécifiquement à destination d'internet.



Par rapport à l'exercice précédent, le « classement » des éditeurs sur ce point est légèrement modifié. BX1 et Canal C gardent respectivement les deux premières places. Le recul de Matélé profite à RTC qui se classe troisième. Juste derrière, Télévesdre (en progrès significatif, notamment grâce à une augmentation sensible des captations sportives) et No Télé dépassent la barre des 400 heures produites.

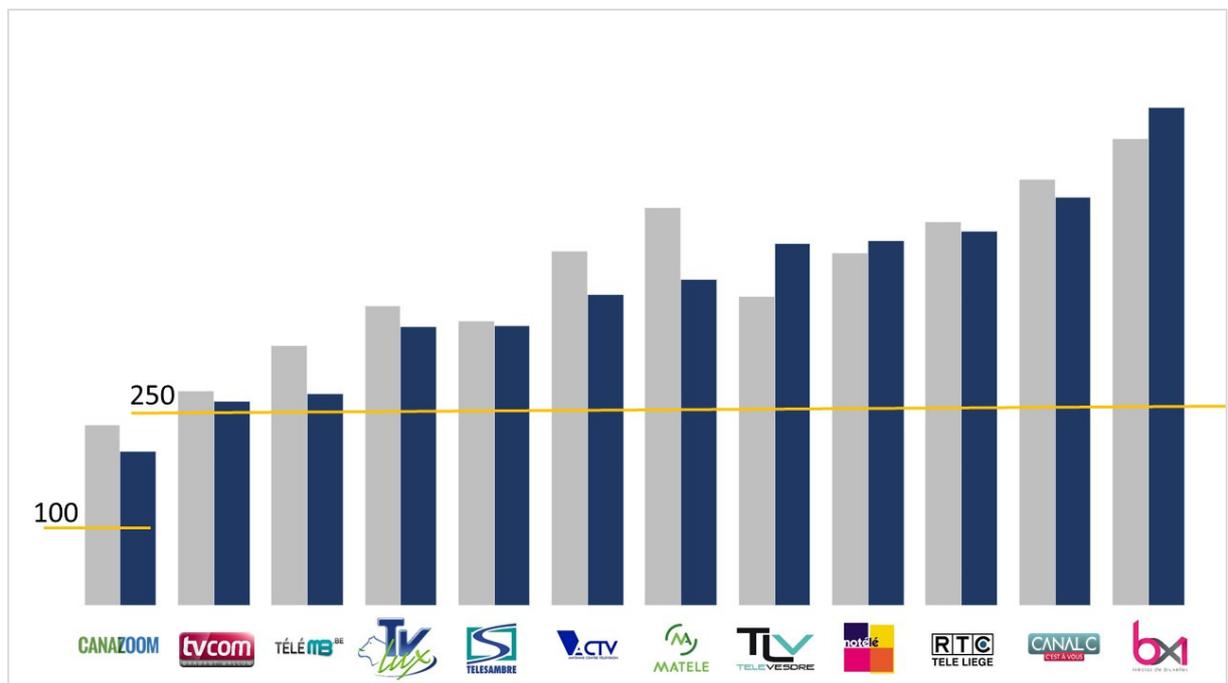
¹⁴ L'Echo, 22/09/2016, interview d'Alain Mager, Président de la Fédération des télévisions locales.



En durée annuelle sur 2016, la production propre des télévisions locales varie entre 174 heures (Canal Zoom) et 562 heures (BX1).

La durée totale de la production propre des 12 télévisions locales est passée de 3464 heures en 2011 à 4438 heures en 2015. Ceci constitue une progression de 28,1% en 5 ans. Après une période d'augmentation constante entre 2011 et 2013, suivie d'une accélération entre 2013 et 2014 (+13%), la variable était revenue à une certaine stabilité entre 2014 et 2015 (+1,2%).

Sur l'exercice 2016, la durée totale de la production propre des 12 télévisions locales diminue pour repasser sous son niveau de 2014 à 4259 heures (-4,02%). Il s'agit d'une situation inédite qui accrédite encore l'apaisement évoqué ci-dessus.



En moyennes hebdomadaires, la durée de la production propre varie entre 201 minutes pour Canal Zoom et 649 minutes pour BX1.

Les objectifs fixés par les conventions, à savoir 100 minutes pour Canal Zoom et 250 minutes pour le reste du secteur, sont rencontrés. Les données 2016 témoignent toutefois d'une diminution de la « marge de confort » par rapport à l'obligation pour TV Com et Télé MB.

2.2 Réflexions sur la production propre

En dépit de sa pondération moindre dans les critères de financement des télévisions locales (passée de 80% à 45% suite à la réforme intervenue en 2011), la durée de la production propre restait jusqu'il y a peu un enjeu primordial pour les éditeurs.

La concurrence sur ce point les amenait à produire toujours plus. Entre 2011 et 2015, à budgets quasi équivalents, la production propre globale du secteur des télévisions locales a augmenté de près de 30% (passant de 3464 à 4438 heures).

La prévalence du critère de la production propre dans l'attribution de subsides au sein d'une enveloppe fermée expliquait cette concurrence contre nature entre télévisions locales. Aujourd'hui, la réforme récente du modèle de financement des télévisions locales amoindrit l'impact des variations annuelles de la production propre sur le montant des subventions (via un système complexe de moyennes et de compensations). Ceci devrait permettre à chaque éditeur de se projeter dans des prévisions budgétaires plus solides.

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

Toutefois, dans son avis n°38/2008, portant sur l'évaluation du mode de subvention des télévisions locales, le Collège se basait sur le décret pour apporter des précisions quant à son acception du concept de production propre. Il identifiait ainsi 3 critères cumulatifs : la maîtrise éditoriale, la conception par le personnel de l'éditeur et la composition et réalisation par ce même personnel. Il précisait également que seuls les programmes en première diffusion pouvaient intégrer la comptabilisation.

La question s'est également posée en radio : interrogé quant à la qualification en tant que production propre de différents remontages du programme « Les grosses têtes », le Collège a considéré, dans sa décision du 24 mai 2012¹⁵, que parmi les deux versions analysées, seule une, comportant des « agencements suffisants », pouvait être considérée en tant que production propre. Cette jurisprudence du Collège affine la définition décrétales. Dans le cadre spécifique du remontage de séquences, le Collège considère qu'un contenu relève de la production propre à trois conditions :

- un réagencement et un choix des séquences ;
- la présence d'un animateur ;
- l'intégration de contenus nouveaux au programme.

Un simple remontage de séquences et leur réagencement, par contre, n'a pas été jugé suffisant afin de permettre la qualification du programme en tant que nouvelle production propre de l'éditeur.

La course à la production propre que se sont livrées les télévisions locales a progressivement mis en évidence une série de programmes « limites » au regard de la définition décrétales :

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

¹⁵ [Décision](#) du Collège d'autorisation et de contrôle du 24 mai 2012 (dossier d'instruction 36/11).

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

3. Coproductions

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

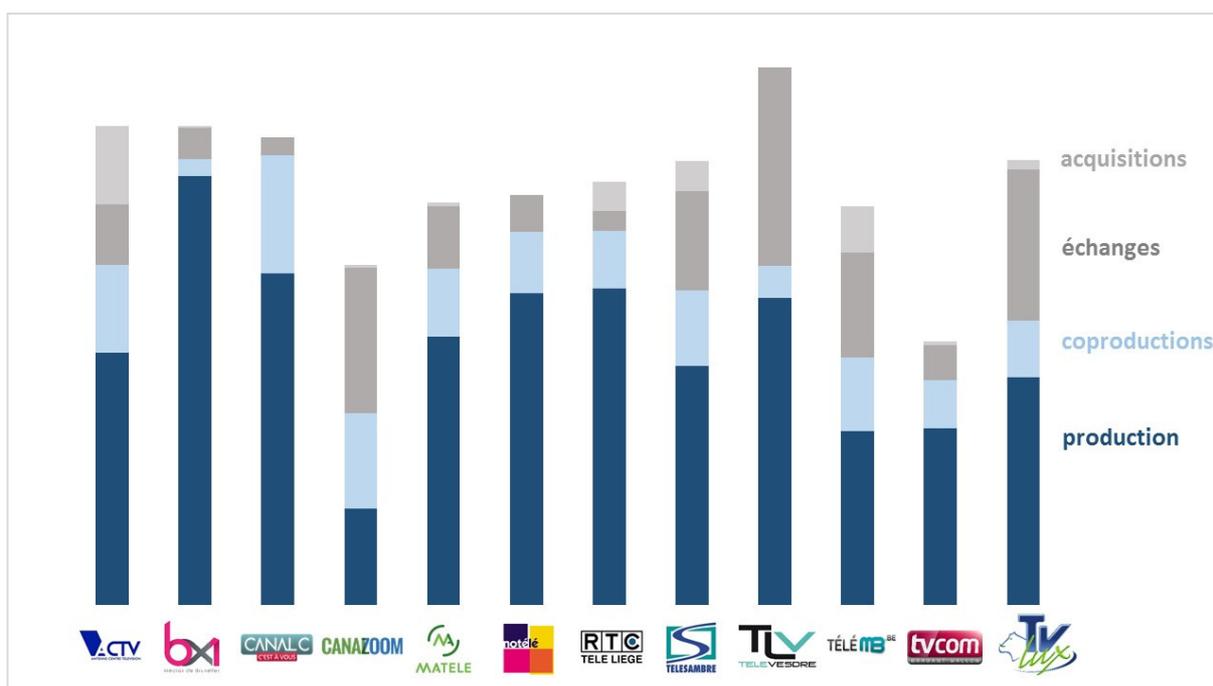
Les données sont compilées en tenant compte de tous types de partenaires : autre télévision locale, RTBF, association ou société privée. Elles témoignent d'une politique variable en matière de coproduction.

Lors du contrôle de l'exercice 2014, le CSA constatait un dynamisme sans précédent sur ce point : l'implication des télévisions locales dans des coproductions (surtout entres-elles) atteignait 272 heures sur l'année, soit une augmentation de 130% par rapport à 2013. Une explication à cette hausse résidait dans les nombreux partenariats mis en place dans le cadre de la couverture des élections de 2014.

En 2015, les coproductions pesaient 219 heures, ce qui, en dépit d'une diminution certaine, restait une durée bien supérieure à celles des années précédentes.

Les données pour 2016 témoignent d'une nouvelle baisse d'intensité. Le CSA relève 202 heures de coproductions dont environ 20% proviennent des captations réseaux des séances du Parlement wallon (ce qui ne constitue pas le modèle de coproduction le plus engageant).

Après analyse, il s'avère que la plupart des partenariats de coproduction entre télévisions locales sont maintenus mais que certains baissent en nombre d'éditions ou en durées. Ainsi, la diminution s'explique notamment par le passage de « Canal et compagnie », programme quotidien coproduit par Canal C et Canal Zoom, d'un format de 52 minutes à un format de 26 minutes.



Comme l'illustre le graphique ci-dessus, Canal C et Canal Zoom sont les télévisions qui coproduisent le plus, principalement entre elles. Le Collège constate que les coproductions composent une large part de la programmation de Canal Zoom. Il salue la créativité dont l'éditeur fait preuve afin de maintenir une programmation quotidienne attrayante en dépit d'effectifs réduits et d'une zone de couverture restreinte.

Autre constat : BX1 reste un éditeur à part sur ce point dans la mesure où il participe à certains projets de coproduction mis en place par la Fédération mais s'investit moins en bilatéral.

4. Échanges de programmes

L'échange de programmes entre télévisions locales constitue un pilier des programmations. L'article 18 al.2 2° des conventions impose aux éditeurs de diffuser au moins 4 programmes par mois en provenance du réseau. Cette obligation est largement rencontrée.

Sur l'exercice 2015, les télévisions locales ont échangé plus de 1500 heures de contenus entre-elles, soit une moyenne d'apport équivalente à 20% de chaque grille de programmes.

Sur 2016, les échanges constituent 1225 heures soit 18.5% de la programmation totale.

5. Acquisitions

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

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

COLLABORATIONS

1. Entre télévisions locales

1.1 Échange

Les télévisions locales, plus particulièrement celles qui couvrent une même Province, s'échangent régulièrement des reportages dans le but d'optimiser leur couverture de l'actualité. Certains éditeurs produisent d'ailleurs des résumés hebdomadaires d'actualité en remontant des séquences d'autres télévisions locales.

Pour rappel, les conventions quantifient dorénavant cette synergie puisque chaque télévision doit diffuser un minimum de 4 programmes par mois en provenance du réseau. Les éditeurs satisfont largement à cette nouvelle obligation.

Exemples :

- Des programmes comme « *DBranché* » (TV Com) et « *Table et Terroir* » (TV Lux) sont diffusés par l'ensemble ou presque des télévisions locales.
- En Province de Liège, les deux télévisions locales (RTC et Télévesdre) diffusent chacune quotidiennement le journal de l'autre.

1.2 Coproduction

Sur l'exercice 2016, que ce soit en bilatéral, à plusieurs ou via la Fédération (voir infra), les éditeurs ont poursuivi leur engagement dans cet aspect des synergies (cf. graphe p.17).

Exemples de programmes coproduits :

- « *L'info de l'été* » : TV Lux et Matélé ;
- « *Mobil'idées* » : Télévesdre et Canal C ;
- « *Canal et compagnie* » : Canal Zoom et Canal C ;
- « *La mémoire des rues* » : télévisions locales hennuyères.

1.3 Prestation et Participation

Les télévisions locales mutualisent leurs ressources pour réaliser des captations d'événements culturels, folkloriques et sportifs. Pour ce faire, certaines recourent au même matériel technique qui est dès lors utilisé par des équipes mixtes sur le terrain. Ce type de synergie implique la plupart du temps les éditeurs disposant d'un car de captation.

1.4 Prospection

Les télévisions locales wallonnes ont lancé un appel d'offres afin de recruter une nouvelle régie nationale. La régie « Transfer »¹⁶ a décroché le marché pour 4 ans. Depuis le 1^{er} novembre 2016, « Transfer » démarché les annonceurs pour de la publicité nationale de tous types (spots, parrainages, placement de produits) et sur tous les supports (display, preroll, etc).

Autre synergie sur ce point : la constitution d'une régie locale commune à Canal C et Canal Zoom.

1.5 Rôle de la Fédération

De son côté, la Fédération joue un rôle moteur dans la coordination de projets de coproductions en réseau : « Bienvenue chez vous », « Au chant du coq », captations de séances parlementaires.

Le programme « Bienvenue chez vous » exemplifie le modèle suivi par les éditeurs pour leurs coproductions à grande échelle : le tronc commun est produit par Matélé, il est combiné à 5 séquences locales différentes. Chaque télévision réalise son propre montage final.

Une analyse des développements intervenus sur ce point en 2017 révèle un autre projet d'envergure : le JT commun « Vivre ici », programme écho au portail en ligne du même nom, que les 12 éditeurs de télévisions locales alimentent quotidiennement en séquences et qui est diffusé deux fois par jour simultanément sur l'ensemble du réseau.

Précisons en outre que la Fédération des télévisions locales coordonne une partie de la programmation événementielle du secteur ainsi qu'une programmation commune à l'occasion des fêtes de fin d'année.

¹⁶ Régie implantée en Flandre et propriété du groupe Fox networks group.

1.6 Synergies hors antenne

- **Archivage** : la Fédération et 11 éditeurs ont conclu une convention pour la numérisation et le stockage des archives des télévisions locales. Intitulé Népal, ce projet implique également la SONUMA. Il prévoit la pérennisation de 50.000 heures de programmes sur 3 ans, ce qui représente environ la moitié de la production totale des télévisions locales depuis leur création.
Après avoir défini l'architecture du projet en 2015 (choix du prestataire de numérisation, tests de qualité, choix des supports prioritaires), la Fédération supervise depuis début 2016 la numérisation effective. Ce travail mobilise une partie importante de ses effectifs : suivi de l'avancement avec le prestataire, gestion des métadonnées, développement d'une interface de recherches.
Ce projet semble inspirer la programmation des éditeurs puisque des formats de valorisation des archives sont déjà diffusés ou en phase d'élaboration.
- **Technique** : le projet « Cinergie » coordonné par la Fédération prévoit l'interconnexion des 12 éditeurs et l'installation d'un logiciel de gestion d'antenne commun. Ce projet est toujours en cours d'implémentation.
- **Formation** : des formations sont organisées par la Fédération avec pour objectif principal d'entretenir et de développer la polyvalence des équipes. Depuis 2016, ces formations ont pris un nouvel élan avec notamment l'organisation d'une journée de conférences sur le « virage numérique dans les médias » et la mise en place de formations accélérées auxquelles le CSA prend une part active (mai 2016 : la régulation des pratiques publicitaires / janvier 2017 : méthodologie du calcul de la production propre).

2. Avec la RTBF

2.1 Échanges

Une majorité de télévisions locales fait état d'échanges gratuits de séquences rédactionnelles. Ces échanges restent très ponctuels.

Dans la perspective de quantifier cet aspect « élémentaire » des synergies, le CSA s'est adressé à l'ensemble du secteur afin d'obtenir plus de détails. La durée des échanges déclarés dans les deux sens pour l'exercice 2016 fluctue entre 0 minute et 40 minutes. Le total sectoriel atteint 138 minutes. Précisons enfin que 4 éditeurs n'ont pas quantifié leurs échanges avec la RTBF.

Ce type de synergie pourrait toutefois se concrétiser à l'avenir plus systématiquement dans le domaine sportif puisqu'un partenariat est en phase de test entre les télévisions locales et le programme « La Tribune » de la RTBF (football). Concrètement, chaque télévision locale fournit à la rédaction des sports les images du « geste du week end » dans les divisions inférieures de football. Les meilleures séquences sont diffusées par la RTBF en contrepartie de la mention de leurs sources. Le Collège considère que ce partenariat de visibilité mutuelle et de renforcement éditorial concrétise pleinement l'obligation de synergies et qu'il pourrait dès lors servir de modèle.

2.2 Coproductions

7 télévisions locales sont engagées à des degrés divers avec la RTBF dans la coproduction du mensuel « *Alors on change* » (une dizaine d'éditions annuelles). Il s'agit d'un magazine d'éducation permanente destiné à mettre en valeur les « *acteurs du changements* », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis sociétaux.

Le Collège constate la fin d'un partenariat emblématique entre TV Com et la RTBF. Pour rappel, constatant que les enregistrements du programme musical de la RTBF « *D6bels on stage* » étaient tournés en Brabant wallon (ferme du Biéreau), la télévision locale avait développé un partenariat selon lequel elle produisait certaines séquences : interviews des artistes, remarques du public. En contrepartie, TV Com diffusait « *D6bels on stage* » en prime time le samedi. Le Collège s'interroge quant aux raisons qui expliquent qu'un partenariat aussi bien conçu se soit interrompu.

2.3 Prospection

Quelques télévisions locales font état d'échanges promotionnels avec les décrochages de Vivacité ou de partenariats de visibilité réciproque lors d'événement locaux.

D'autres évoquent des rapprochements géographiques (effectifs comme TV Lux à Libramont ou Télésambre à Charleroi, en pourparlers comme BX1 à Reyers).

Toutes se satisfont de la mise en ligne du portail d'information « Vivre ici » auquel collaborent les télévisions locales et la RTBF. Celui-ci propose en « replay » les reportages régionaux de la RTBF et les derniers JT de chaque télévision locale. Selon le secteur, la fréquentation du portail serait en progression constante.

Sur ce point, le Collège constate que la RTBF ne participe pas à la déclinaison du portail « Vivre ici » en JT quotidien. Une coproduction et une diffusion commune pourrait pourtant potentiellement déboucher sur des échanges de visibilité intéressants.

Le décret, les conventions, ainsi que le contrat de gestion de la RTBF incitent les éditeurs télévisuels de service public à établir entre eux plusieurs formes de synergies. L'analyse des rapports 2016 confirme les constats de l'exercice précédent : si des collaborations régulières et efficaces existent entre les télévisions locales, les rapports bilatéraux entre une majorité d'entre-elles et la RTBF paraissent moins dynamiques.

Le Collège poursuivra dès lors ses encouragements au secteur à dégager des synergies. En parallèle, il encourage une réflexion politique sur ce thème afin que l'obligation devienne plus lisible et qu'elle puisse être mieux intégrée par les éditeurs dans le respect des réalités de tous les partenaires.

ORGANISATION

1. Les principes

Les articles 71 et 73 du décret, relatifs à « l'organisation » des télévisions locales déterminent les règles concernant la composition des conseils d'administration.

Ces règles ont évolué à plusieurs reprises et ont notamment été modifiées en 2010, dans la perspective du renouvellement des conseils d'administration (CA) consécutif aux élections communales et régionales de 2012 et 2014.

1.1 Les incompatibilités

Les possibilités pour les mandataires publics¹⁷ de siéger au conseil d'administration d'une télévision locale ont été restreintes. L'objectif du législateur est de garantir l'indépendance des télévisions locales, principalement par rapport aux pouvoirs publics, et d'éviter tout type de conflit d'intérêt.

Certains mandats sont désormais frappés d'incompatibilité :

- membre du Parlement européen, du Sénat, de la Chambre, d'un Parlement régional (bruxellois et wallon) et du Parlement de la Communauté française ;
- commissaire européen ;
- membre d'un gouvernement (fédéral, régional et communautaire) ;

¹⁷ Les mandataires publics sont les personnes visées à l'article 1^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.

- membre d'un collège provincial et communal ;
- président de CPAS.

D'autres mandats restent compatibles avec celui d'administrateur d'une télévision locale (dans le respect de la proportion maximale de 50% de mandataires publics mentionnée ci-dessous) :

- membre de conseil provincial, communal ou de CPAS (sauf présidence ou vice-présidence du CA) ;
- gouverneur de Province ;
- membre d'un cabinet ministériel ou d'un cabinet d'élu local.

1.2 L'équilibre 50/50

Le législateur impose une répartition des sièges entre deux types d'administrateurs, pour que le CA puisse refléter au mieux les forces vives des zones de couverture de chaque télévision locale :

- maximum 50% des sièges peuvent être attribués à des mandataires publics, tels que définis ci-dessus. Ce maxima vise à éviter une trop grande politisation du conseil d'administration.
- minimum 50% des sièges doivent être attribués à des représentants des secteurs associatif et culturel de la zone de couverture. Ce quota vise à soutenir la mission socio-culturelle des télévisions locales.

1.3 La proportionnalité de la représentation politique

En vertu de l'article 71§5 du décret SMA, les administrateurs publics sont désignés à la proportionnelle de la composition de l'ensemble des conseils communaux de la zone de couverture de la télévision locale concernée.

2. Le contrôle

2.1 Renouvellement des CA

Pour rappel, les élections d'octobre 2012 ont déclenché la procédure de renouvellement des conseils d'administrations des 11 télévisions locales wallonnes. Ce renouvellement a marqué l'entrée en vigueur des nouvelles incompatibilités politiques.

Les télévisions locales se sont conformées aux prescrits du décret. En 2013, les conseils d'administration des télévisions locales wallonnes ont enregistré les démissions de 70 titulaires de mandats publics devenus incompatibles. Suite aux élections régionales de 2014 et à une modification de ses statuts, le nombre de mandataires publics dans le conseil d'administration de BX1 est passé de 9 à 7.

Ces mandataires démissionnaires ont dans de nombreux cas été remplacés par de nouveaux membres désignés par les partis politiques pour les représenter, mais qui ne sont pas titulaires d'un mandat public au sens du décret dépolitisation. Des nouveaux profils de représentants politiques, tels que des anciens mandataires, des candidats locaux non élus ou des membres de partis¹⁸ sont donc apparus au sein des conseils d'administration.

2.2 Evolution de la méthodologie

Lors des premiers contrôles consécutifs au dernier renouvellement, le CSA avait comptabilisé le nombre d'administrateurs de la catégorie « mandataire politique » sur base déclarative.

¹⁸ Par exemple, des représentants des jeunes politiques, ou des membres occupant des fonctions au sein du bureau politique, du conseil fédéral, d'une régionale ou locale d'un parti.

Le travail de contrôle s'était en conséquence concentré sur la qualité de « représentants des secteurs associatif / culturel » et sur le caractère effectif des liens entre les administrateurs déclarés comme relevant de cette catégorie et les associations qu'ils étaient supposés représenter.

Le CSA avait vérifié le respect des proportions portées par le décret ainsi que la compatibilité des mandats publics éventuellement exercés par les administrateurs renseignés par les télévisions locales en tant que mandataires politiques.

Cette méthode a permis d'identifier un décalage entre la situation de terrain et la législation. En particulier, le CSA a constaté qu'une part significative des représentants des secteurs associatifs et culturels qui siègent dans les conseils d'administration sont soit d'anciens mandataires publics, soit des membres de partis politiques ou d'associations directement liées aux partis politiques¹⁹.

À l'occasion du contrôle 2015, le CSA a donc affiné son analyse du versant politique des conseils d'administration. Il a constaté qu'une majorité des télévisions locales ne renseignaient, dans le quota politique, que les mandataires publics au sens du décret dépolitisation, plutôt que l'ensemble des représentants politiques. Le CSA a également observé que, dans certains cas, le principe de la proportionnalité de la représentation politique était appliqué à une proportion plus large qu'au quota de maximum 50% prescrit à l'article 71§5. En d'autres termes, la représentation politique était donc supérieure à la moitié du CA, au détriment de la représentation associative et culturelle.

Le contrôle 2016 s'est exercé sur base de la méthodologie finalisée dans le cadre du contrôle 2015. Dans un souci de transparence et de clarification, le CSA a demandé aux télévisions locales de renseigner l'ensemble des représentants politiques, que ceux-ci soient titulaires ou non d'un mandat public.

3. Contrôle 2016

3.1 Rapport annuel

En vertu de l'arrêté ministériel du 27 février 2014 établissant le modèle de rapport d'activité, les télévisions locales doivent détailler la composition de leur CA selon le modèle suivant :

Administrateur	Sect. associatif	Nom de l'association	Mandataire politique	Parti représenté	Voix Délibérative
Monsieur X	oui	Compagnie X	non		non
Madame Y	non		oui	Parti X	oui
Madame Z	non		non	Parti Y	oui

En 2016, à l'exception de deux télévisions et de RTC Liège (qui est en train de réaliser une analyse suite au changement de direction) tous les éditeurs ont transmis des informations relatives à la fois aux mandataires publics et aux représentants politiques qui ne sont pas titulaires d'un mandat. Cet effort de transparence a permis au CSA de mieux évaluer la représentation politique et le respect du principe de proportionnalité.

¹⁹ Par membre de parti, le CSA entend un membre qui exerce une fonction dans le parti (membre du bureau du parti, trésorier ou secrétaire de locale de parti, candidat ...) ou au niveau professionnel et encore les représentants de partis (personne mandatée officiellement par le parti pour le représenter au CA). Par association directement liée, nous entendons les centres d'études ou d'éducation permanente des partis et les jeunesses politiques.

3.2 Représentation politique

En dépit de cet effort de transparence et de certaines modifications dans la composition de plusieurs CA, les constats posés en 2015 concernant la proportion de membres de partis politiques dans les CA se confirment en 2016. Seules deux télévisions locales comptent moins de 50% de politiques dans leur CA, tandis que pour la moitié des télévisions locales, le quota « politique » dépasse 65%.

3.3 Représentation des secteurs associatifs et culturels

Sur l'exercice 2016, plusieurs conseils d'administration de télévisions locales atteignent le minimum de 50% de représentants associatifs et culturels de justesse. Aussi, certains profils, comme les membres académiques, les artistes, ou les professionnels des industries culturelles et créatives, restent très absents des conseils d'administration.

La situation est particulièrement problématique pour deux télévisions locales : TV Com et Télévesdre, pour lesquels tout changement d'administrateur devra s'envisager dans un effort d'ouverture vers des représentants associatifs et culturels. Le Collège y sera particulièrement attentif dans la perspective du prochain contrôle.

En outre, comme en 2015, 30% environ des administrateurs qualifiés de « représentant des secteurs associatifs et culturels » sont également membres de partis politiques ou d'associations directement liées. Dans certains de ces cas, les liens entre les administrateurs et les associations qu'ils sont supposés représenter sont particulièrement ténus.

Rappelons à cet égard que la jurisprudence du Conseil d'Etat ²⁰ vide de son sens l'équilibre paritaire porté par l'article 71 en ce qu'elle réduit à sa plus simple acception la notion de « représentant » tout en autorisant le principe de la « double casquette », à savoir la possibilité pour un mandataire public de se prévaloir en parallèle d'un ancrage associatif afin d'être comptabilisé dans les deux catégories. Dans l'état actuel de la législation, un simple membre d'association est donc éligible au statut de représentant.

4. Conclusions et suivis

Pour rappel, le CSA considère qu'un meilleur équilibre devrait être rétabli au sein des conseils d'administration des télévisions locales, afin de les revaloriser dans leur expertise et leur pouvoir de suggestion. En effet, le mélange d'expertises (politique, culturelle, académique, médiatique, créative et économique) pourrait constituer un atout pour le secteur face aux nombreux défis qui se posent aujourd'hui aux médias de proximité. Un CA moins pléthorique, plus efficace, composé de profils plus représentatifs de la diversité des talents de la zone de couverture représenterait un « plus » indéniable dans la gestion des télévisions locales.

4.1 Un effort à poursuivre vers la transparence et l'ouverture

Les conseils d'administration des télévisions locales sont régulièrement modifiés dans leur composition. Des administrateurs sont amenés à démissionner, par exemple pour des raisons professionnelles ou personnelles, ou parce qu'ils vont désormais occuper des mandats incompatibles tels qu'échevin ou député. Le CSA invite les télévisions locales à saisir l'opportunité de ces modifications pour attirer de nouveaux profils associatifs, culturels ou économiques afin de rétablir progressivement l'équilibre et de pouvoir s'appuyer sur de nouvelles compétences.

²⁰ Conseil d'Etat. Arrêt RTC du 23 mai 2011.

Au cours de l'exercice 2016, presque toutes les télévisions locales ont fait un effort de clarification et de transparence dans le rapport annuel transmis au CSA. Cet effort dans la précision des données transmises devra être maintenu, voire intensifié dans la perspective du prochain contrôle.

4.2 Un cadre législatif clarifié

Le CSA réitère les constats de 2015 concernant la nécessité de clarifier les règles législatives. En effet, force est de constater que les objectifs du législateur en ce qui concerne l'équilibre et la représentation de l'ensemble des forces vives, y compris associatives et culturelles, ne sont pas atteints. En outre, la confusion entre mandataires « publics » et « politiques » rend l'application du cadre juridique complexe pour le secteur.

Comme susmentionné, suite à l'introduction des nouvelles incompatibilités, le « quota politique » est désormais à la fois composé de mandataires publics au sens du décret politisation, mais également d'autres profils de représentants qui ne sont pas titulaires d'un mandat public, tels que des candidats locaux, des anciens mandataires ou des secrétaires de locale ou de régionale de parti. De ce fait, l'application du quota maximum de 50% et d'obligation de proportionnalité de la représentation uniquement aux « mandataires publics » semble moins pertinent. Il serait dès lors être préférable d'appliquer le maxima de 50% non pas aux « mandataires publics », mais bien aux « représentants politiques ».

En parallèle, le CSA considère qu'une réflexion politique doit être menée sur la revalorisation de la notion de « représentant des secteurs associatif et culturel » et sur la pertinence des incompatibilités sectorielles portées par l'article 73²¹ du décret.

4.3 La recommandation du CSA

Suite aux élections communales du 14 octobre 2018 et à la mise en place des nouveaux conseils communaux, les conseils d'administrations des télévisions locales seront renouvelés en 2019²².

Consultés par le CSA sur les effets de l'arrêt du Conseil d'Etat n°236.676 du 6 décembre 2016, sur les télévisions locales, François Jongen et Elise Franco rappellent dans un avis *« qu'en ce qui concerne la partie du conseil d'administration qui est composée de mandataires politiques au sens de l'article 1er du décret du 5 avril 1993, il y a lieu de trouver, avec les communes de la zone de couverture, des modalités transparentes et objectives de proposition des administrateurs qui permettent de respecter tout à la fois les règles d'équilibre du pacte culturel telles que traduites aux §§ 5 et 6 de l'article 71 du décret SMA, l'autonomie communale et l'égalité de traitement entre les candidats »*.

Le CSA veillera à accompagner au mieux les télévisions locales dans cet exercice très complexe et actualisera sa recommandation « relative à la composition des conseils d'administration des télévisions locales ».

Fait à Bruxelles, le 9 novembre 2017

Bernardo Herman, Directeur général
Noël Theben, Responsable de l'Unité télévisions
Manon Letouche, Conseillère services télévisuels

²¹ Selon l'article 73, nul ne peut être désigné en qualité d'administrateur ou d'observateur du Gouvernement s'il exerce un mandat ou une fonction dans les organes de gestion ou de contrôle d'un éditeur de services, d'un distributeur de services, d'un opérateur de réseau, d'un organe de presse écrite ou d'une société de droit privé ou de droit public qui a pour objet une activité similaire ou s'il exerce un emploi ou une fonction dirigeante dans ces mêmes sociétés et organismes pour autant que cet emploi ou cette fonction soit susceptible de provoquer un conflit d'intérêt avec ceux de la télévision locale.

²² Dans les huit mois qui suivent l'installation du dernier conseil communal de la zone de couverture (article 71 §2)