

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 25 février 2016

(Contrôle annuel 2014)

- 1 En cause l'ASBL Radio Charlemagn'rie Herstal, dont le siège est établi avenue Louis De Brouckère, 19/1 à 4040 Herstal ;
- 2 Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136, § 1^{er}, 12^o et 159 à 161 ;
- 3 Vu l'avis du Collège d'autorisation et de contrôle n° 90/2015 du 26 novembre 2015 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Radio Charlemagn'rie Herstal ASBL pour le service Meuse Radio au cours de l'exercice 2014 ;
- 4 Vu le grief notifié à l'ASBL Radio Charlemagn'rie Herstal par lettre recommandée à la poste du 9 décembre 2015 :

« non-respect de son engagement pris dans le cadre de l'article 53, § 2, 1^o, a) du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels relatif à l'obligation de veiller à la promotion culturelle, notamment par la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socioculturelles de la zone de service de la radio » ;
- 5 Entendu M. Bernard Martin, mandataire, en la séance du 14 janvier 2016 ;
- 6 Vu le courriel de l'éditeur du 2 février 2016 ;

1. Exposé des faits

- 7 Le 26 novembre 2015, le Collège d'autorisation et de contrôle a rendu un avis n° 90/2015 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Radio Charlemagn'rie Herstal ASBL pour le service Meuse Radio au cours de l'exercice 2014.
- 8 Dans cet avis, le Collège examine notamment la manière dont l'éditeur a rempli son obligation de veiller à la promotion culturelle, telle qu'imposée par l'article 53, § 2, 1^o, a) du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et modalisée par les engagements pris à ce titre par l'éditeur au moment de l'appel d'offre et rendus contraignants par l'article 159 du même décret.
- 9 En matière de promotion culturelle, l'engagement pris par l'éditeur dans son dossier de candidature à l'appel d'offres consistait en la diffusion d'une émission de promotion culturelle pour une durée s'élevant à environ 10 heures par semaine.
- 10 Dans son rapport annuel, l'éditeur a cité, comme programmes tombant dans le cadre de cet engagement « Les bons plans » et « Place des artistes », pour une durée hebdomadaire s'élevant à 13 heures. L'éditeur a en outre fourni de sa propre initiative des échantillons du programme « Les bons plans ».
- 11 S'agissant des « Bons plans », le Collège a constaté dans son avis que, sur la base des analyses d'échantillons effectuées par les services du CSA, seules 5 minutes de chaque édition relevaient effectivement de la promotion culturelle. Ceci ne

représentait donc qu'environ 50 minutes par semaine de promotion culturelle au lieu des 10 heures annoncées dans le dossier de candidature.

- 12 S'agissant de « Place des artistes », des échantillons ont été demandés à l'éditeur mais ils n'ont pas été fournis.
- 13 Aussi, étant donné le caractère récurrent chez l'éditeur de manquements en matière de promotion culturelle, le Collège a estimé justifié de notifier un grief.

2. Arguments de l'éditeur de services

- 14 L'éditeur a exprimé ses arguments lors de son audition ainsi que dans un courriel du 2 février 2016.
- 15 Il répète, comme lors du contrôle annuel, que son obligation de promotion culturelle est remplie par les émissions « Les bons plans » et « Places des artistes ».
- 16 En ce qui concerne « Les bons plans », il s'agit d'une ancienne émission qui existait déjà avant le plan de fréquences de 2008, à l'époque sous le nom d' « Agenda d'Albert Georges ». En raison de difficultés rencontrées par la radio, elle n'a pas pu être diffusée en 2012. En 2013, il y avait une volonté de la diffuser à nouveau, mais son animateur est tombé malade. En 2014, l'émission est enfin pleinement revenue à l'antenne, à raison d'une fois 2 heures, cinq jours par semaine.
- 17 L'éditeur estime que cette émission doit être comptabilisée entièrement comme relevant de la promotion culturelle, soit à raison de 10 heures par semaine, et non pas en comptant uniquement les séquences de promotion culturelle à proprement parler. Certes, il admet que les 2 heures quotidiennes d'émission ne contiennent pas uniquement de la promotion culturelle : le rythme est d'une annonce de promotion culturelle, puis d'une intervention de l'animateur, d'une seconde annonce, puis de deux morceaux musicaux, et ainsi de suite. Toutefois, il précise que, même dans son dossier de candidature à l'appel d'offres, il ne s'est jamais engagé à diffuser 2 heures par jour de parole sur la culture ; seulement une émission de 2 heures contenant des capsules culturelles. Il a dès lors l'impression qu'en ne comptabilisant que ces capsules, le CSA change les « règles du jeu » en cours de route.
- 18 Par ailleurs, en ce qui concerne l'émission « Place des artistes », il s'agit d'une émission de 3 heures, diffusée une fois par semaine, tous les samedis. L'éditeur admet qu'elle a été diffusée de manière moins régulière en 2014 mais estime qu'elle devrait néanmoins être également comptabilisée pleinement, ce que les services du CSA ont refusé de faire dans le cadre du contrôle annuel.
- 19 Enfin, à côté de ces deux émissions régulières, l'éditeur indique qu'il faudrait également tenir compte de capsules diffusées en dehors de toute émission, à concurrence d'environ 25 minutes par mois dans la cadre d'un partenariat avec un événement culturel.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

- 20 Selon l'article 53, § 2, 1°, a) du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (ci-après « le décret ») :

Sans préjudice des dispositions énoncées à l'article 105, le cahier des charges des éditeurs de services sonores prévoit, outre les obligations visées à l'article 36 :

1° en ce qui concerne le contenu du service sonore :

a) *l'obligation de veiller à la promotion culturelle, notamment par la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio ; »*

21 En outre, selon l'article 159, § 1^{er} du même décret :

« Lorsqu'il constate une violation aux lois, décrets et règlements en matière d'audiovisuel, notamment ceux visés à l'article 135, § 1^{er}, 5^o approuvés par le Gouvernement, ou un manquement aux obligations découlant d'une convention conclue entre la Communauté française et un éditeur de services ou un distributeur de services, du contrat de gestion de la RTBF, de la convention conclue entre le Gouvernement et chacune des télévisions locales ainsi que d'engagements pris dans le cadre de la réponse à un appel d'offres visé par le présent décret, ou la non-exécution d'une sanction visée ci-dessous, le Collège d'autorisation et de contrôle peut, dans le respect de la procédure visée à l'article 161, prononcer une des sanctions suivantes : (...) »

22 Cet article rend donc sujet à sanction non seulement le non-respect, par un éditeur, de ses obligations découlant du décret mais également le non-respect d'engagements pris sur pied du décret dans le cadre d'un appel d'offres.

23 En l'espèce, l'éditeur s'était engagé, dans sa réponse à l'appel d'offres ayant donné lieu à son autorisation, à diffuser une émission de promotion culturelle à concurrence d'environ 10 heures par semaine. La question qui se pose ici est de savoir si cet engagement est respecté.

24 S'agissant de l'émission « Les bons plans », le Collège ne peut suivre l'argumentation de l'éditeur selon laquelle il faudrait comptabiliser l'ensemble de l'émission comme relevant de la promotion culturelle. Lorsqu'une émission comporte de la promotion culturelle ainsi que d'autres contenus (par exemple musicaux), il est vrai que le Collège a déjà accepté, dans certains cas, de comptabiliser l'ensemble de l'émission comme relevant de la promotion culturelle, mais à condition toutefois que cette promotion représente une partie importante de l'émission. Tel n'est pas le cas dans « Les bons plans », où la promotion culturelle à proprement parler ne représente que 5 minutes par heure en moyenne. Dans de telles circonstances, le Collège ne peut pas déceimment étendre la qualification de promotion culturelle à l'ensemble de l'émission.

25 Il faut d'ailleurs remarquer que, contrairement à ce que soutient l'éditeur, le Collège ne change pas son mode de calcul en cours de route. Depuis que l'équipe dirigeante de la radio a été renouvelée et que sa manière de réaliser de la promotion culturelle a changé, l'éditeur a, à deux reprises, fait l'objet d'un avertissement pour non-respect de son engagement en matière de promotion culturelle. S'agissant de l'exercice 2012, l'éditeur avait reconnu ne pas en avoir diffusé¹ et, s'agissant de l'exercice 2013, la problématique était similaire à celle identifiée pour l'exercice 2014 : l'émission « Les bons plans » ne contenait que 4 à 6 minutes de promotion culturelle par heure². Le Collège estime donc faire preuve de constance dans son appréciation.

26 S'agissant, en revanche, de l'émission « Place des artistes », la situation est différente. En effet, il ressort d'un monitoring de cette émission effectué par les services du CSA que, contrairement aux « Bons plans », elle comporte bien une part importante de promotion culturelle. Il s'agit d'une émission qui met en lumière les artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Des artistes sont invités dans le studio de

1 Collège d'autorisation et de contrôle, 27 mars 2014, <http://www.csa.be/documents/2273>

2 Collège d'autorisation et de contrôle, 8 avril 2015, <http://www.csa.be/documents/2480>

la radio et interviewés en direct. La programmation musicale de l'émission alterne, quant à elle, entre des titres des artistes invités, ce qui leur permet de les faire découvrir au public, et des titres autres, plus connus du grand public et plus commerciaux. Ainsi, par exemple, sur les deux émissions monitorées, l'une comportait 19 titres diffusés dont 6 titres de l'artiste invité (soit 31,47% de la programmation musicale) et l'autre comportait 31 titres diffusés, dont 11 de l'artiste invité (soit 35,48% de la programmation musicale). Dans ces conditions, le Collège estime que l'ensemble de l'émission peut être pris en compte en tant que promotion culturelle.

- 27 Enfin, l'éditeur faisait également référence à des capsules culturelles plus isolées, diffusées dans le cadre de partenariats avec des événements locaux. A l'écoute des échantillons fournis, il apparaît que toutes ces capsules ne relèvent pas précisément de la promotion culturelle, mais que c'est bien le cas pour une partie d'entre elles.
- 28 Le Collège salue les efforts effectués par l'éditeur, via l'émission « Place aux artistes » et via ses partenariats, pour augmenter le volume de promotion culturelle diffusée à l'antenne. Il note effectivement une évolution par rapport aux exercices antérieurs. Malheureusement, même en additionnant les 3 heures de « Places aux artistes », les 50 minutes de capsules culturelles diffusées dans les « Bons plans » et les quelques capsules diffusées dans le cadre de partenariats avec des événements culturels locaux, l'on se trouve encore bien en deçà de l'objectif de 10 heures par semaine qui découle du dossier de candidature de l'éditeur.
- 29 Le grief est dès lors établi.
- 30 Aussi, considérant que, pour la troisième année consécutive, l'éditeur ne respecte pas ses engagements en termes de promotion culturelle mais considérant néanmoins l'amélioration constatée pour l'exercice 2014, le Collège estime qu'il est fait une juste appréciation de l'article 159 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels en adressant à l'ASBL Radio Charlemagne Herstal un avertissement.
- 31 En conséquence, après en avoir délibéré et en application de l'article 159, §1^{er}, 1^o du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le Collège d'autorisation et de contrôle adresse à l'ASBL Radio Charlemagne Herstal un avertissement.
- 32 Par ailleurs, afin de mettre définitivement fin à la situation de manquement qui perdure depuis maintenant trois exercices, le Collège invite l'éditeur à régulariser sa situation d'ici au 1^{er} octobre 2016. Pour ce faire, il pourra soit poursuivre les efforts déjà entamés jusqu'à atteindre un volume de 10 heures de promotion culturelle par semaine, soit solliciter auprès du Collège une révision de son engagement dans ce domaine, dans le respect des modalités fixées par la recommandation du Collège du 20 novembre 2014 relative à la modification des caractéristiques des radios FM.

Fait à Bruxelles, le 25 février 2016.