

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis 90/2024

Contrôle annuel : exercice 2023

ASBL TV Com

En exécution de l'article 9.1.2-3 du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos (ci-après « le décret »), le Collège d'autorisation et de contrôle rend un avis sur la réalisation des obligations de l'ASBL TV Com pour l'édition de son service de média de proximité au cours de l'exercice 2023.

1 IDENTIFICATION

(Décret : articles 3.2.1-1 et 3.2.1-2)

<i>Année de création</i>	1976
<i>Autorisation</i>	22 décembre 2021
<i>Convention</i>	https://www.csa.be/document/convention-tvcom/
<i>Siège social</i>	Rue de la Station 10 à 1341 Céroux-Mousty
<i>Zone de couverture</i>	Beauvechain, Braine-l'Alleud, Braine-le-Château, Chaumont-Gistoux, Court-Saint-Etienne, Genappe, Grez-Doiceau, Hélécinne, Incourt, Ittre, Jodoigne, La Hulpe, Lasne, Mont-Saint-Guibert, Nivelles, Orp-Jauche, Ottignies-Louvain-la-Neuve, Ramillies, Rebecq, Rixensart, Tubize, Villers-la-Ville, Waterloo, Wavre et Walhain (uniquement Nil-Saint-Vincent)
<i>Distribution</i>	VOO, Proximus, Orange et internet
<i>Mentions légales</i>	https://www.tvcom.be/informations-legales_c_310.html

2 PRODUCTION PROPRE

(Décret : article 3.2.1-4.- §1^{er} 6° - Convention : article 8)

L'éditeur assure dans sa programmation au minimum 260 minutes de production propre par semaine.

Durée de la production propre	+	Durées des parts en coproduction	=	Durée totale annuelle	Durée moyenne hebdomadaire
275:07:36		16:12:52		291:20:27	336 minutes

Les durées prises en compte intègrent la production propre destinée à une diffusion exclusive ou primo-diffusée sur internet : 32 heures et 28 minutes sur l'exercice (Facebook).

L'objectif est atteint.

3 MISSIONS

(Décret : articles 3.2.1-2 et 3.2.2-1 - Convention : articles 9 à 19)

Les conventions déterminent un cadre précis pour la concrétisation par les médias de proximité de leurs missions d'actualité, de développement culturel, d'éducation permanente et d'animation : programmes dédiés avec fréquences, durées et conditions de production imposées. Le CSA qualifie chaque programme en fonction de la mission principale qu'il concrétise.

3.1 Mission d'actualité : convention – articles 9 et 10

1° L'éditeur produit 250 journaux d'actualité pour une durée minimale de 3750 minutes par an.

	Nombre d'éditions	Durées
JT inédits	305	7121
JT complémentaires	40	1007
Total	345	8128

L'objectif est atteint.

2° L'éditeur produit 2 programmes hebdomadaires d'actualité pour une durée minimale de 1000 minutes par an.

Titre	Nombre d'éditions	Durées
Gradins	37	1094
Le monde d'après	12	324
Votre commune et vous	17	429
Enfant des étoiles	1	43
Le BW et vous	2	51
Docteur Honoris Causa	1	132
ACFF tirage en direct	1	26
Euroscope	6	121
Total	77	2223

L'objectif est atteint.

Missions de développement culturel, éducation permanente et animation

L'article 11 de la convention prévoit des obligations de durées des programmes de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation, ainsi qu'une durée de programmes supplémentaire que le média de proximité peut librement répartir entre les trois missions selon sa ligne éditoriale.

Le présent avis détaille chaque mission puis propose un récapitulatif des durées de ces trois grandes missions.

3.2 Mission de développement culturel : convention – article 14

L'éditeur produit des programmes de développement culturel pour une durée minimale de 1100 minutes par an.

Titre	Nombre d'éditions	Durées
MusicaMundi School	9	1321
JT Musiq3+ Captations	9	465
Pause Culture	43	1204
Coin lecture	16	265
Total		3255

L'objectif est atteint.

3.3 Mission d'éducation permanente : convention – articles 15 et 16

L'éditeur produit des programmes d'éducation permanente pour une durée minimale de 300 minutes par an.

Titre	Nombre d'éditions	Durée
C'est noté !	11	287

Cet aspect de l'offre est renforcé par le programme coproduit à part égale avec Canal Zoom « Vie De Famille » (21 éditions de 7 (14) minutes).

L'objectif est atteint.

Le Collège relève toutefois que l'éditeur est à nouveau le seul à ne pas atteindre l'objectif avec ses programmes produits en propre uniquement.

Education aux médias

Article 16 : [...] « Le média de proximité démontre un minimum de 5 initiatives par an, soit sous la forme de séquences dédiées ou d'édition d'un programme, de formats, de couverture d'évènements ou de collaboration hors antenne, [...] », « il développe des formats digitaux à destination des jeunes publics ou des publics les plus fragiles » et « associe, dans la mesure du possible, des experts en éducation aux médias ».

Initiatives

Pour l'exercice 2023, TV Com renseigne les initiatives en éducation aux médias suivantes :

- Visite des studios

TV Com signale les visites "régulières" de ses studios par des publics variés. Les différents métiers de la télévision sont présentés ainsi que la ligne éditoriale et les étapes de la construction d'un programme, jusqu'à sa réalisation et la production destinée aux réseaux sociaux. Actuellement, la

possibilité de réaliser de telles visites n'est pas clairement exposée au public, par exemple via le site web. Néanmoins, l'éditeur mentionne d'autres canaux de publicité comme l'invitation via les échevin.es des communes ou la publication de bannières sur son site internet pour les visites organisées dans le cadre de la Semaine de l'éducation aux médias. Afin d'en renforcer encore la visibilité, l'éditeur prévoit d'insérer un encart supplémentaire sur son site.

➤ Diffusion de programmes

Dans le cadre de la Semaine de l'éducation aux médias, TV Com a diffusé 8 capsules de sensibilisation (l'identité numérique, le cyberharcèlement, l'influence des algorithmes sur les usages, ...), produites par le CSEM¹ pour une durée totale de 18 minutes.

➤ Autres initiatives

1/ TV Com reçoit des étudiants du niveau secondaire (6 en 2023) en stages d'observation de deux jours à une semaine, visant à développer leur esprit critique dans la consommation des médias.

2/ Durant "les jours blancs", dans le cadre de l'opération "Délibère-toi", TV Com accueille des jeunes (5 en 2023) qui accompagnent les équipes en tournage et au montage.

3/ Enfin, dans le cadre de la Semaine de l'éducation aux médias également, TV Com a reçu de nombreux groupes en visite.

Développement de formats digitaux à destination des jeunes publics ou des publics fragilisés

TV Com n'a pas produit de tels formats en 2023 sur des thématiques d'éducation aux médias.

Association d'un expert en éducation aux médias à l'élaboration des initiatives de la télévision

TV Com n'a pas recouru à des experts en éducation aux médias pour l'aider à déterminer ses objectifs en la matière.

L'objectif de réaliser 5 initiatives en éducation aux médias n'est pas atteint.

Le Collège constate que l'éditeur n'a pas proposé de formats digitaux d'éducation aux médias à destination de jeunes publics ou des publics les plus fragiles.

Cependant, compte tenu de l'adoption fin 2023 de l'avis sur le contrôle des obligations pour l'exercice précédent et de la tenue de la séance d'information et d'échanges proposée par le CSA et le CSEM à destination du Réseau des médias de proximité en janvier 2024, le Collège décide de ne pas notifier de grief pour le présent exercice mais rappelle que l'éditeur doit mettre entièrement ses obligations en œuvre pour le prochain contrôle, portant sur 2024.

Par ailleurs, le Collège constate qu'une proportion importante d'initiatives comptabilisables concerne des activités de visites des studios (stages d'observation, jours blancs, ...). Afin de rencontrer l'objectif d'atteindre des publics variés, il invite l'éditeur à diversifier ses initiatives.

¹<https://www.csem.be/eduquer-aux-medias/productions/capsules-video-de-sensibilisation-aux-enjeux-de-learn>

3.4 Mission d'animation : décret - article 3.2.1-2 ; convention - article 17

L'éditeur produit des programmes d'animation pour une durée minimale de 300 minutes par an.

Titre	Nombre d'éditions	Durées
BeWomen	10	249
Colibri	10	219
Total		468

L'objectif est atteint.

L'article 17 de la convention comprend néanmoins la nécessité, dans le cadre de la mission d'animation, d'apporter « *une attention particulière aux jeunes et aux enfants* », notamment en les « *associant, si possible, à la création de contenus audiovisuels* ».

Interrogé à ce sujet, l'éditeur signale qu'une réflexion a été menée, matérialisée par la séquence « *Regards d'enfants* », permettant à des enfants de fin de primaires de partager leur vision de leur commune. Néanmoins, cette séquence est diffusée les mercredis dans le JT de l'éditeur, et ne fait donc pas partie de la concrétisation de la mission d'animation, tel que stipulé dans l'article 17 de la convention. Le Collège invite donc à poursuivre une forme d'implication des jeunes et des enfants, et dans le cadre de la mission d'animation.

3.5 Missions : récapitulatif

Quotas	Objectifs	Durées
Développement culturel	1100	3255
Education permanente	300	434 ²
Animation	300	468
Total art. 11	2000	4157

La durée de production prévue pour concrétiser l'article 11 de la convention intègre les durées des programmes de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation, ainsi qu'une durée de programmes supplémentaire que le média de proximité peut librement répartir entre les trois missions selon sa ligne éditoriale.

² La mission d'éducation permanente est partiellement concrétisée par un programme coproduit, à hauteur de 147 minutes.

4 ACCESSIBILITE

(Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle – Charte relative à la qualité des mesures d'accessibilité)

Pour l'exercice 2023, les médias de proximité doivent atteindre 100% des obligations finales prévues par le Règlement, ce qui implique que :

- 35% de la programmation soit rendue accessible via le sous-titrage ou l'interprétation en langue des signes ;
- 15% des fictions et documentaires diffusés aux heures de grande écoute³ soient rendus accessibles via la mise à disposition d'une version audiodécrite.

4.1 Sous-titrage adapté et interprétation en langue des signes

L'éditeur fournit les données relatives à un échantillon de 4 semaines de programmes. Les durées ci-dessous intègrent le temps d'antenne total (coproductions et rediffusions comprises).

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles	428	
Programmes accessibles en STA et interprétés en LSF	201	47%

L'objectif est atteint.

4.2 Audiodescription

L'éditeur fournit la liste exhaustive des (re)diffusions des programmes audiodécrits sur l'exercice.

	Durée (h)	Proportion
Programmes éligibles ⁴	66	
Programmes audiodécrits	50	77%

L'objectif est atteint.

4.3 Accessibilité sur internet

L'éditeur déclare qu'aucun programme n'est actuellement mis à disposition sur son site avec les mesures d'accessibilité mais que des réflexions techniques sont en cours pour mettre en place une section dédiée. Il est toutefois possible de regarder les programmes de l'éditeur en streaming en direct sur son site, avec les mesures d'accessibilité. L'éditeur déclare également que 90% des contenus mis à disposition sur ses réseaux sociaux disposent d'une retranscription.

³ Les « heures de grande écoute » sont définies par le Règlement (article 1.11) comme couvrant la tranche horaire de 13 heures à minuit.

⁴ Total des fictions et documentaires diffusés sur l'exercice entre 13 heures et minuit (rediffusions comprises).

4.4 Aspects qualitatifs

Le CSA veille à l'application des critères de qualité prévus par la Charte du Collège d'avis du 26 novembre 2019. Ces critères portent à la fois sur le sous-titrage adapté, sur l'interprétation en langue des signes et sur l'audiodescription.

Au terme du monitoring réalisé sur des échantillons de janvier et juillet 2023, le Collège constate que l'éditeur respecte les critères de qualité prescrits.

5 EGALITE ET DIVERSITE

L'article 21 des conventions prévoit l'adoption d'une charte sectorielle, la mise en place d'un plan d'action par l'éditeur, la récolte de statistiques genrées au sein de son personnel, la désignation d'un.e référent.e en matière d'égalité et de diversité ainsi qu'une attention particulière aux sports pratiqués par des femmes ainsi que par des personnes en situation de handicap.

Le Collège constate que l'éditeur remplit ses obligations d'adoption d'une charte sectorielle, de désignation d'un.e référent.e en matière d'égalité et de diversité, d'attention particulière portée aux sports pratiqués par des femmes ainsi que par des personnes en situation de handicap et d'établissement de statistiques genrées de son personnel.

En ce qui concerne l'obligation de mise en place d'un plan d'action accompagné d'indicateurs d'évaluation, le Collège constate que l'éditeur ne dispose pas encore d'un plan d'action tel que prescrit par sa convention.

Interrogé sur l'absence de plan, l'éditeur explique que des démarches ont été entamées.

L'objectif n'est pas atteint.

Malgré des éléments encourageants, le Collège rappelle l'obligation d'un plan, accompagné de la présence d'indicateurs d'évaluation pour chacune des mesures.

Compte tenu de l'adoption seulement en fin de l'année 2023 de l'avis sur le contrôle des obligations des médias de proximité pour l'exercice précédent et de la tenue de la séance d'information et d'échanges proposée par le CSA et Actiris à destination du Réseau des médias de proximité en mars 2024, le Collège décide de ne pas notifier de grief aux médias de proximité pour le présent exercice, mais sera particulièrement attentif à la concrétisation de cet objectif lors du prochain contrôle.

Afin de poursuivre et d'intensifier la prise en charge de cet enjeu, le Collège encourage les échanges sur cette thématique entre les MDP, avec l'appui du Réseau. Cela devrait permettre de partager les expériences, mettre en commun les initiatives et les bonnes pratiques de chaque MDP et de pointer les obstacles à dépasser.

6 SYNERGIES

(Décret : article 3.2.2-3 – Convention : articles 22, 23 et 24)

6.1 Médias de proximité

Programmes diffusés en provenance des autres MDP	Notamment : Curieux de nature (TV Lux), Pêche d'enfer (Matélé), Pense bête (Vedia) et Chanson souvenir (Télé MB).
Programmes coproduits avec le Réseau des médias de proximité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le journal commun « Le 22h30 » (204 éditions de 15 minutes) (201 éditions, sous-titrées) ; ▪ La couverture de certaines séances du Parlement wallon (21 éditions de 75 minutes) et du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (20 éditions de 92 minutes).
Programmes coproduits avec d'autres MDP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le magazine sportif de présentation des équipes namuroises de football « Coup d'envoi » (coproduction avec Canal Zoom et Matélé - 8 éditions de 27 minutes) ; ▪ Le programme itinérant de découvertes dans le Namurois « Au gré du van » (coproduction avec Canal Zoom - 11 éditions de 27 minutes) ; ▪ Le magazine de jardinage « Entrez, c'est tout vert » (coproduction avec TV Com et Canal Zoom - 11 éditions de 14 minutes) ; ▪ Le programme de rencontres et d'histoires autour de l'agriculture « Agri'stories » (coproduction avec TV Com et Canal Zoom - 12 éditions de 14 minutes) ; ▪ Le programme de focus parental « Vie de famille » (coproduction avec Canal Zoom - 21 éditions de 13 minutes) ; ▪ « Opinion FWA » (coproduction avec TV Com et Canal Zoom - 3 éditions de 27 minutes) ; ▪ « Les traceurs d'avenir » (coproduction avec TV Com et Canal Zoom - 4 éditions de 33 minutes) ; ▪ Rencontres sportives (coproduction Matélé et Canal Zoom).

Autres synergies notables (cf. article 23 de la convention) :

- Échanges réguliers d'images et de reportages dans le cadre de la couverture de l'actualité (plus spécifiquement avec Canal Zoom) ;
- Coproductions d'événements sportifs (avec BX1 d'une part et Notélé de l'autre) ;
- Intégration au groupement d'employeurs « Callisto » avec Boukè et TV Com ;
- Synergies d'accessibilité avec Boukè et Canal Zoom (projet « Axisso ») ;
- Mutualisation de la fonction de direction technique avec Télésambre et Boukè.

6.2 RTBF

Durée des séquences fournies à la RTBF	27 minutes (JT de 13h)
Durée des programmes coproduits avec la RTBF	/

Autres synergies notables :

- Interconnexion des rédactions permettant d'optimiser les échanges dans le cadre de la couverture de l'actualité ;
- Coproduction du magazine mensuel d'éducation permanente « Alors on change ». La RTBF produit le tronc commun du programme, les médias de proximité produisent les décrochages locaux (avec Télésambre, Vedia, Canal Zoom, Télé MB, TV Lux, Boukè et Notélé) ;
- Diffusion en radio filmée de la matinale du décrochage de Vivacité en Brabant Wallon (VivaBW);
- Collaborations dans la couverture du « Festival Musiq3 » en Brabant wallon.

7 ORGANISATION

(Décret : articles 3.2.3-1 à 3.2.3-5)

Le conseil d'administration actuel se compose de 24 membres :

- 12 mandataires publics au sens de l'article 3.2.3-1, § 1er, al. 3. Leur répartition entre les différentes tendances politiques s'établit comme suit : 7 MR, 2 PS, 1 Engagé, 2 ECOLO ;
- Le Collège relève également 3 représentants politiques qui ne sont pas titulaires d'un mandat public ;
- Au moins 50% des membres du conseil d'administration démontrent un lien avec les secteurs associatif et culturel tout en n'étant ni mandataires publics, ni représentants des services publics ou des pouvoirs publics. Le Collège constate que ce quota est atteint de justesse.

Tous les membres du conseil d'administration disposent d'une voix délibérative.

L'éditeur déclare qu'aucun de ses administrateurs n'est en situation d'incompatibilité au regard des articles 3.2.3-1, § 1er, al. 2 (incompatibilités politiques) et 3.2.3-3 (incompatibilités sectorielles) du décret.

AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Pour l'édition de son service de média de proximité au cours de l'exercice 2023, l'éditeur a respecté ses obligations en matière de remise d'un rapport annuel, de transparence, de production propre, d'actualité, de développement culturel, d'éducation permanente, d'animation, d'accessibilité, de collaboration avec les autres médias de proximité, de synergies avec la RTBF et de composition de son conseil d'administration.

En matière d'éducation aux médias, le Collège constate que l'objectif de réaliser 5 initiatives en éducation aux médias n'est pas atteint et que l'éditeur n'a pas proposé de formats digitaux pour tenter de toucher les jeunes publics. Le Collège rappelle l'éditeur doit mettre entièrement ses obligations en œuvre pour le prochain contrôle, portant sur 2024. Par ailleurs, le Collège constate qu'une proportion importante d'initiatives comptabilisables concerne des activités de visites des studios. Afin de rencontrer l'objectif d'atteindre des publics variés, il invite l'éditeur à diversifier ses initiatives.

En matière d'égalité et de diversité, le Collège rappelle l'obligation d'un plan, accompagné de la présence d'indicateurs d'évaluation pour chacune des mesures et sera particulièrement attentif à la concrétisation de cet objectif lors du prochain contrôle.

Enfin, en application de l'article 25 de la convention, le Collège relève une perte d'exploitation sur 2023. L'éditeur déclare qu'elle s'explique principalement par l'inflation et l'évolution des salaires. Le Collège note que cette perte peut être compensée par le bénéfice reporté. Il restera attentif à la situation lors des contrôles prochains.

Nonobstant ces observations, le Collège d'autorisation et de contrôle constate que l'éditeur a respecté ses obligations pour l'exercice 2023.

Fait à Bruxelles, le 26 septembre 2024