

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 28 novembre 2024

(Contrôle annuel 2023)

- 1 En cause l'ASBL Diffusion, dont le siège est établi Grand'Place, 46 à 7800 Ath ;
- 2 Vu le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, et en particulier les articles 9.1.2-3, § 1^{er}, 13° et 9.2.2-1 à 9.2.2-3 ;
- 3 Vu l'avis du Collège d'autorisation et de contrôle n° 37/2024 du 13 juin 2024 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Diffusion ASBL pour le service Max FM au cours de l'exercice 2023 ;
- 4 Vu le grief notifié à l'ASBL Diffusion par lettre recommandée à la poste du 20 juin 2024 :

« non-respect des engagements pris par l'éditeur dans le cadre de l'article 4.2.3-1, alinéa 1^{er}, 1° du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos relatif à l'obligation de veiller à la promotion culturelle » ;
- 5 Entendu MM. Emmanuel De Reys, administrateur, et Laurent Quenon, président, en la séance du 10 octobre 2024 ;
- 6 Vu les observations écrites déposées par l'éditeur le 10 octobre 2024.

1. Exposé des faits

- 7 Dans son avis n° 37/2024 du 13 juin 2024 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Diffusion ASBL pour le service Max FM au cours de l'exercice 2023, le Collège d'autorisation et de contrôle a notamment examiné si l'éditeur avait respecté, pour l'exercice concerné, son engagement à diffuser 619 minutes par semaine de programmes relevant de la promotion culturelle.
- 8 Sur ce point, il a constaté que, selon l'analyse des informations déclarées dans son rapport annuel, l'éditeur n'avait réalisé une moyenne que de 125 minutes de promotion culturelle hebdomadaire.
- 9 Il a dès lors décidé de notifier à l'éditeur le grief visé au point 4.

2. Arguments de l'éditeur de services

- 10 Au cours de la procédure de contrôle annuel, l'éditeur n'a pas répondu aux questions qui lui avaient été posées par les services du CSA concernant le grief.
- 11 En revanche, il a fourni les éléments suivants lors de son audition du 10 octobre 2024 et dans des observations écrites déposées le même jour.
- 12 L'éditeur s'étonne avant tout de l'engagement à diffuser 619 minutes hebdomadaires de programmes de promotion culturelle qui lui est attribué. Il ne comprend pas d'où vient ce chiffre et conteste avoir pris un tel engagement.

- 13 Selon lui, son engagement en matière de promotion culturelle s'élève à 484 minutes hebdomadaires. Il ressort de ses observations écrites que ces 484 minutes correspondraient aux six programmes suivants, déclarés dans son dossier de candidature en 2019 : « Opération cornet d'frites » (120 minutes par semaine), « On va s'marrer » (120 minutes), « Studio Live » (120 minutes), « Made in France » (120 minutes), « Agenda » (2 minutes) et « Sorties Ciné » (2 minutes).
- 14 Depuis la remise de son dossier de candidature en 2019, l'éditeur admet que sa programmation a changé mais il remet une grille de ses programmes diffusés en 2023 et qu'il estime relever de la promotion culturelle. Il s'agit des sept programmes suivants : « Made in Japan » (120 minutes par semaine), « Studio Live » (120 minutes), « Adrien vous fait du bien » (120 minutes), « Studio Live : on air » (30 minutes), « Made in... » (30 minutes), « Agenda culturel » (35 minutes) et « Agenda ciné » (35 minutes). Au total, ces programmes représentent 490 minutes hebdomadaires, de telle sorte que l'éditeur considère atteindre son engagement évalué à 484 minutes.
- 15 A la question du Collège de savoir pourquoi l'éditeur n'a pas fait part de ces arguments aux services du CSA lorsqu'ils l'ont interrogé par courrier dans le cadre du contrôle annuel sur un manquement potentiel, l'éditeur répond qu'il souhaitait d'abord comprendre d'où provenait le chiffre de 619 minutes invoqué dans ce courrier. A cet égard, il indique qu'il a cherché à joindre les services du CSA par téléphone mais que ceci n'a pas été possible avant le mois de juillet, et que les explications qui lui ont été données ne lui ont pas permis de comprendre le chiffre de 619 minutes précité.
- 16 De façon plus générale, l'éditeur estime diffuser énormément de contenus relevant de la promotion culturelle. Il se dit en effet très actif dans la couverture des événements culturels locaux, et notamment des événements folkloriques tels que les ducasses.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

- 17 Selon l'article 4.2.3-1, alinéa 1^{er}, 1^o du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos (ci-après, « le décret ») :

« Les éditeurs de services sonores doivent, pour chaque service sonore qu'ils éditent, respecter les obligations suivantes :

1^o 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 ; (...) »

- 18 Sur la base de cette disposition, l'éditeur a pris un engagement dans son dossier de candidature à l'appel d'offres ayant mené à son autorisation.
- 19 Le non-respect d'un tel engagement est soumis à sanction, conformément à l'article 9.2.2-1, § 1^{er} du décret précité qui dispose que :

« Lorsqu'il constate une violation aux lois, décrets et règlements en matière d'audiovisuel, notamment ceux visés à l'article 9.1.2-1, § 1^{er}, 2^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 chacun des médias de proximité 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 9.2.2-3, prononcer une des sanctions suivantes : (...) »

- 20 Dans son avis n° 37/2024 du 13 juin 2024 relatif au respect des engagements et obligations de l'éditeur Diffusion ASBL pour le service Max FM au cours de l'exercice 2023, le Collège a constaté que l'éditeur n'avait, au cours de l'exercice 2023, diffusé que 125 minutes par semaine de programmes de promotion culturelle alors que son engagement s'élevait à 619 minutes hebdomadaires.
- 21 L'éditeur, lui, conteste avoir pris un engagement aussi élevé que celui qui est invoqué dans l'avis et estime que l'engagement qu'il a pris dans son dossier de candidature à l'appel d'offres ayant mené à son autorisation ne s'élevait qu'à 484 minutes par semaine. Il critique en outre le fait que le CSA ne lui ait, selon lui, jamais indiqué qu'il évaluait son engagement à 619 minutes hebdomadaires.
- 22 Ceci appelle une réponse en deux temps : d'abord sur la manière dont le CSA détermine la hauteur des engagements pris par les éditeurs dans leur dossier de candidature, et ensuite sur la communication qui est faite à cet égard vis-à-vis des éditeurs.
- 23 S'agissant, tout d'abord, de la détermination de la hauteur des engagements pris par les éditeurs, il faut noter que tout dépend du type d'engagement. Au moment de remplir son dossier de candidature à un appel d'offre, un éditeur est appelé à prendre toute une série d'engagements. Certains sont chiffrés par lui-même, comme notamment les engagements en matière de diffusion musicale (quotas), et certains ne le sont pas, comme notamment les engagements en matière de promotion culturelle ou de programmes d'information. Pour la promotion culturelle, par exemple, le formulaire de candidature à remplir par les éditeurs leur demande de fournir la grille de leurs programmes rentrant dans cette catégorie, mais pas d'indiquer leur durée globale. Au moment de l'analyse du dossier de candidature d'un éditeur, les services du CSA vont examiner cette grille et déterminer si tous les programmes qui y sont indiqués correspondent bien à la notion de promotion culturelle. Si des programmes se trouvant dans la grille ne correspondent en réalité pas à la notion, ils ne seront pas comptabilisés dans l'engagement. Et *a contrario*, si des programmes mentionnés dans une autre rubrique du dossier de candidature (par exemple la rubrique relative à l'information) s'avèrent ne pas correspondre à cette rubrique mais bien à la notion de promotion culturelle, ils ne seront pas comptabilisés dans l'engagement lié à cette autre rubrique mais bien dans l'engagement de l'éditeur en matière de promotion culturelle.
- 24 Il ne s'agit là ni de favoriser ni de défavoriser les éditeurs mais de retenir, pour eux, un engagement correspondant au mieux à leur grille de programmes annoncée.
- 25 En l'occurrence, au terme de son analyse, le Collège a considéré que, globalement, le dossier de l'éditeur proposait des programmes relevant de la promotion culturelle à concurrence de 619 minutes par semaine.
- 26 S'agissant, ensuite, de la communication faite (ou pas) par le CSA sur le chiffre retenu, il faut noter qu'effectivement, il n'y a pas eu de communication *spécifique* adressée aux éditeurs sur ce point, en ce sens que le CSA ne leur a pas adressé de courrier les informant de la hauteur de l'engagement qu'il avait retenu pour eux en matière de promotion culturelle et dans d'autres domaines.
- 27 Le Collège a cependant été transparent sur les engagements qu'il avait retenus, et ce dès le contrôle annuel de l'exercice 2020. En effet, dans ses avis annuels pour cet exercice, il a systématiquement indiqué la hauteur de l'engagement par rapport à laquelle il avait effectué son contrôle. En ce qui concerne l'éditeur, il a donc mentionné le chiffre de 619 minutes hebdomadaires¹, et il l'a répété dans l'avis annuel pour l'exercice 2021². Il faut également noter que, sur la page du site Internet du CSA

¹ [Avis 2021 : Max FM: Exercice 2020 – CSA Belgique](#)

² [Avis 2022 : Max FM – exercice 2021 – CSA Belgique](#)

consacrée à l'éditeur, il est indiqué que son engagement en matière de promotion culturelle s'élevait à 10 heures 19 (soit 619 minutes)³.

- 28 Il est vrai que c'est la première fois que l'éditeur est mis en cause pour le non-respect de cet engagement. Un manquement était déjà pointé dans les avis annuels relatifs aux exercices 2020 et 2021, mais sans notification de grief subséquente compte tenu d'une tolérance appliquée par le Collège pendant la crise du COVID. L'éditeur n'a donc peut-être pas eu son attention attirée sur le chiffre de 619 minutes. Il figurait toutefois bien dans les avis qui lui ont été communiqués. Le Collège s'étonne donc que l'éditeur ait attendu l'année 2024 pour venir soudainement contester ce chiffre et en invoquer un autre sur lequel aucun échange n'a jamais eu lieu entre le CSA et lui.
- 29 Tout particulièrement, le Collège s'étonne que l'éditeur ait attendu une notification de grief, et même son audition, pour manifester sa contestation. En effet, au moment du contrôle annuel, constatant un manquement potentiel par rapport à l'engagement en matière de promotion culturelle, les services du CSA ont invité l'éditeur, dans un courrier du 23 avril 2024, à leur faire part de ses observations par rapport à cette situation.
- 30 L'éditeur relève qu'il n'y a pas répondu parce qu'il souhaitait d'abord comprendre d'où provenait le chiffre de 619 minutes invoqué dans le courrier. Mais répondre à ce courrier n'aurait-il pas été la meilleure manière de poser cette question ? Si l'éditeur avait, d'emblée, écrit au CSA en lui faisant part de sa mécompréhension par rapport à ce chiffre, un dialogue aurait pu être entamé à ce sujet, l'éditeur aurait pu éventuellement apporter des précisions complémentaires sur ses programmes de promotion culturelle, et cela lui aurait peut-être permis d'éviter une notification de grief, ou en tout cas de mieux préparer son audition devant le Collège.
- 31 Le manque de communication de l'éditeur est d'autant plus regrettable que, à l'occasion d'un autre dossier – concernant la non-remise d'échantillons de programmes – le Collège a déjà eu l'occasion d'épingler le manque de réactivité de l'éditeur et la nécessité pour celui-ci d'accomplir des efforts sur ce point⁴.
- 32 Le Collège peut parfaitement entendre que, depuis la remise de son dossier de candidature, la grille de programmes de l'éditeur a évolué. Il ne diffuse plus tous les mêmes programmes qu'initialement, certains programmes ont été supprimés de sa grille, et d'autres ajoutés. Mais cela ne permet pas à l'éditeur de déterminer la hauteur de son engagement sur la base de ses programmes actuels. Cet engagement a été fixé en 2019, et il lui appartient, s'il modifie sa grille, de veiller à continuer à assurer le même *volume* de programmes de promotion culturelle que celui auquel il s'est engagé, même s'il ne s'agit plus exactement des mêmes *programmes*.
- 33 En l'espèce, il apparaît, à la lecture des observations écrites déposées par l'éditeur que sa compréhension de ce que recouvre la notion de « promotion culturelle » n'est pas optimale. Cela ressortait déjà, en 2019, de son dossier de candidature, et cela ressort encore aujourd'hui de la liste qu'il fournit de programmes relevant selon lui de cette notion. Il n'est donc pas inutile de la réexpliquer ici.
- 34 La notion de « promotion culturelle » est (partiellement) définie dans le décret. En effet, l'article 4.2.3-1, alinéa 1^{er}, 1^o du décret impose à tous les éditeurs de services sonores 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* ». L'on peut donc en déduire que la promotion culturelle

³ [Max FM – CSA Belgique](#)

⁴ Collège d'autorisation et de contrôle, 10 novembre 2022, en cause l'ASBL Diffusion ([Copie de programmes : décision relative à Max FM – CSA Belgique](#))

visé, entre autres choses, « *la présentation à titre gratuit des principales activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio* ».

- 35 Pour savoir ce que recouvrent ces activités culturelles et socio-culturelles, l'on peut s'en référer à la recommandation du Collège du 22 décembre 2011 relative aux exigences minimales en matière de promotion culturelle et à la mise en œuvre de l'article 53, § 2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels⁵.
- 36 Dans cette recommandation, le Collège explique que, par activités culturelles et socioculturelles, il entend « *des spectacles, expositions, et autres activités régulières ou ponctuelles organisées dans le domaine artistique ou de l'expression en général (patrimoine, architecture, spectacles vivants, théâtre, cinéma, littérature, poésie, musique, danse, gastronomie, etc.) ainsi que les activités qui contribuent au développement du lien social (insertion, prévention, lutte contre les discriminations, etc.). L'actualité générale locale, les annonces de service, et les événements de nature sportive, commerciale ou politique ne sont en principe pas pris en compte en tant qu'éléments visant la promotion culturelle, sauf s'ils recouvrent une dimension de la nature précitée (par exemple, un match sportif assorti d'un concert, une braderie assortie d'une exposition, etc.)* ».
- 37 A côté de la présentation des activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio, la notion de promotion culturelle vise également d'autres contenus qui, eux, ne sont pas directement listés dans l'article 4.2.3-1, alinéa 1^{er}, 1° du décret. Ces contenus étaient, eux, décrits dans le guide d'aide au remplissage des dossiers de candidature que tous les candidats à l'appel d'offre radio auquel a participé l'éditeur ont pu consulter lors de la préparation de leur dossier. Il s'agit des contenus dits de « développement culturel », dont le guide de remplissage précisait qu'ils seraient également comptabilisés dans la promotion culturelle à côté de la présentation des activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio. Le guide de remplissage expose que « *par développement culturel, on entend les programmes visant l'élargissement des horizons en matière de pratiques culturelles. Cette définition englobe les programmes permettant une découverte de tous objets culturels, dont les disciplines moins médiatisées comme les arts plastiques et visuels, la photographie, le cinéma d'auteur, la danse contemporaine, etc. Les programmes thématiques musicaux peuvent être considérés comme des programmes de développement culturel à condition que la sélection musicale fasse l'objet d'une recherche et d'une éditorialisation et que la musique soit accompagnée par des séquences d'entretiens, de reportages ou de chroniques portant sur les œuvres musicales diffusées. Les programmes ayant une approche socio-culturelle transversale sont également pris en compte, par exemple les programmes consacrés à l'histoire, portant sur une analyse critique de l'actualité culturelle ou offrant une plateforme de diffusion à une démarche artistique innovante et émancipatrice* ».
- 38 Cette définition du programme de développement culturel a, par la suite, été étoffée dans une recommandation du 19 mai 2020 relative à l'évolution du traitement des demandes de qualité de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente⁶, qui définit le développement culturel dans les termes suivants :

« Programmes visant l'élargissement des horizons en matière de pratiques culturelles. Les programmes ciblés orientés sur la découverte de tous produits culturels peu promus dans les médias, comme certains arts de la scène, la littérature, les arts plastiques, mais aussi d'une manière transversale tous ceux qui participent d'une démarche artistique innovante et émancipatrice.

⁵ Voir note infrapaginale n° 1. Il faut noter que cette recommandation fait référence à l'article 53, § 2 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels qui a été abrogé par le décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos. Toutefois, l'article 4.2.3-1, alinéa 1^{er}, 1° du nouveau décret remplace à l'identique l'article 53, § 2, 1°, a) de l'ancien décret. Le contenu de la recommandation de 2011 reste donc pertinent sous l'empire du nouveau décret.

⁶ [Recommandation du 19 mai 2020 relative au statut de radios associatives – CSA Belgique](#)

Les programmes visant la découverte musicale sont éligibles s'ils font montre d'un travail de recherche ou de défrichage. En ce sens, la musique sera accompagnée de séquences d'information sur les œuvres diffusées et leurs créateurs, sous la forme de chroniques, de reportages ou d'interviews, ainsi que de la diffusion de raretés et de musique produite en direct ou à tout le moins spécifiquement pour l'occasion (sets acoustiques, captations de concerts, création radiophonique).

Les programmes visant la couverture de l'actualité culturelle sous un angle critique et personnel sont également pris en compte, tout comme les programmes ponctuels de couverture d'un festival, d'un événement culturel. Enfin, bien entendu, les programmes de fiction comme les feuilletons, les dramatiques et les documentaires de création entrent également dans cette catégorie. »

- 39 En résumé, l'on peut donc considérer que la promotion culturelle au sens large, qui est une exigence de l'article 4.2.3-1, alinéa 1^{er}, 1° du décret, recouvre, d'une part la promotion culturelle au sens strict, c'est-à-dire la présentation des activités culturelles et socio-culturelles de la zone de service de la radio et, d'autre part, le développement culturel. Comme l'indique le guide de remplissage, « *La promotion culturelle⁷ se distingue du développement culturel par le fait de promouvoir un événement actuel auquel les auditeurs ont été ou seront en mesure d'assister ou de participer* ».
- 40 Il faut noter que ces notions de promotion culturelle et de développement culturel sont également réexpliquées, dans les mêmes termes, dans le formulaire de rapport annuel qui est adressé chaque année aux éditeurs.
- 41 Pour revenir aux faits de la cause, c'est donc sur la base de ces considérations que le Collège a calculé l'engagement de l'éditeur en 2019 et qu'il l'a contrôlé pour l'exercice 2023, constatant *in fine* un manquement.
- 42 Les explications fournies par l'éditeur lors de son audition et dans ses observations écrites ne permettent pas au Collège de revenir sur ce constat.
- 43 En effet, même à admettre qu'une erreur aurait été commise, en 2019, en évaluant à 619 minutes hebdomadaires l'engagement de l'éditeur en matière de promotion culturelle, et même à admettre que cet engagement s'élève à 484 minutes, encore faudrait-il constater que ce volume-là n'est pas non plus atteint par l'éditeur. Car contrairement à ce qu'il défend dans ses observations écrites, les programmes « Studio Live » et « Studio Live : on air » ne constituent pas des programmes de promotion culturelle au sens large telle que cette notion est définie ci-avant.
- 44 Les seuls programmes diffusés par l'éditeur en 2023 et pouvant être comptabilisés comme de la promotion culturelle sont les suivants : « Made in Japan », « Made in... », « 6/7/8 Live and more », « Adrien vous fait du bien », « L'agenda culturel » et « L'agenda ciné ».
- 45 En outre, pour les trois premiers de ces programmes, il n'est pas possible de les comptabiliser *dans leur ensemble* dans le volume de promotion culturelle diffusé par l'éditeur. En effet, lorsqu'une émission comporte de la promotion culturelle ainsi que d'autres contenus (par exemple musicaux), il convient de déterminer si les contenus de promotion culturelle constituent une part significative de l'émission. Si tel est bien le cas, l'émission peut être comptabilisée entièrement dans le volume de promotion culturelle. Mais à défaut, comptabiliser l'ensemble de l'émission comme de la promotion culturelle ne serait pas conforme à la réalité. Face à une émission contenant des séquences de promotion culturelle mais également une part bien plus significative de musique, la pratique du CSA consiste à ne comptabiliser comme promotion culturelle que les interventions parlées. C'est ce qui a été fait pour les émissions « Made in Japan », « Made in... », et « 6/7/8 Live and more », ne comportant chacune que 6 % d'interventions parlées.

⁷ On parle ici de la promotion culturelle au sens strict.

- 46 Sur cette base, les services du CSA ont déterminé que le volume de promotion culturelle diffusé par l'éditeur pendant l'exercice 2023 s'élevait à 125 minutes par semaine. Le grief est, dès lors, établi.
- 47 Par conséquent, considérant le grief, considérant que c'est la première fois que l'éditeur s'est vu poursuivre sur ce point, mais considérant aussi son manque de diligence à s'informer sur ce que recouvre la notion de promotion culturelle et à réagir aux questions du CSA alors pourtant qu'il avait déjà été mis en garde à cet égard dans le cadre d'une autre décision, le Collège estime qu'il est fait une juste appréciation de l'article 9.2.2-1, § 1^{er} du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos en adressant à l'ASBL Diffusion un avertissement.
- 48 Dès lors, après en avoir délibéré et en application de l'article 9.2.2-1, § 1^{er}, 1^o du décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos, le Collège d'autorisation et de contrôle adresse à l'ASBL Diffusion un avertissement.
- 49 Le Collège espère que la présente décision sera l'occasion pour l'éditeur de prendre conscience de ses obligations et, ensuite, de prendre les mesures nécessaires pour les respecter à l'avenir. Ceci peut se faire de deux manières. Soit l'éditeur se sent capable de diffuser 619 minutes par semaine de programmes relevant de la notion de promotion culturelle telle que définie plus haut, et il prend les initiatives nécessaires pour augmenter son offre en la matière, soit il réalise que cet engagement est irréaliste et il sollicite alors une révision à la baisse de son engagement sur pied de l'article 3.1.3-7, § 2, alinéa 2 du décret. En tout état de cause, le Collège ne tolérera pas que la situation de manquement constatée en 2023 se pérennise dans le temps. Il y sera dès lors très attentif lors des prochains contrôles.
- 50 Par ailleurs, s'agissant de la négligence de l'éditeur, qui n'a pas répondu aux questions que lui avaient adressées les services du CSA dans le cadre du contrôle annuel et qui a attendu son audition par le Collège pour lui transmettre des données complémentaires, le Collège a décidé de ne plus tolérer le non-respect, par les éditeurs, des délais administratifs fixés dans le cadre du contrôle annuel, dès lors que ce non-respect porte atteinte à l'exercice de ses missions. Il attire donc l'attention de l'éditeur sur ce qui suit.
- 51 A compter du contrôle de l'exercice 2024, le Collège ne tiendra plus compte, pour aucun éditeur, des données transmises après le terme du contrôle, c'est-à-dire après l'adoption des avis. Hors cas de force majeure, un éditeur ne pourra plus rectifier un constat de manquement posé dans l'avis le concernant s'il a omis de répondre aux questions des services du CSA sur ce manquement et d'apporter des éléments rectificatifs *avant* l'adoption de l'avis. Par ailleurs, en cas de non-transmission d'éléments demandés dans le cadre du contrôle annuel, le Collège se réservera la possibilité, à l'avenir, de notifier aux éditeurs concernés un grief *spécifique* sur ce point, pour non-respect de leur obligation de transmettre au Collège les informations nécessaires à l'accomplissement de ses missions, prévue à l'article 9.1.2-3, § 6 du décret.
- 52 Le Collège sera donc extrêmement attentif, lors du contrôle du prochain exercice, à la réactivité de l'éditeur. Si ce dernier ne répond pas avec diligence aux demandes formulées par les services du CSA dans le cadre du contrôle, il se verra notifier un grief pour cette raison spécifique, en plus d'un éventuel grief lié au non-respect de ses engagements.

Fait à Bruxelles, le 28 novembre 2024.

DocuSigned by:
Mathilde Alet
8CA19B3ED537454...

DocuSigned by:
Karim Bourki
08013E62BA9E470...