



## Collège d'autorisation et de contrôle Avis n°21/2007

### Contrôle de la réalisation des obligations de Canal C pour l'exercice 2006

En exécution de l'article 133 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations de Canal C au cours de l'exercice 2006, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur selon les modalités définies dans l'arrêté du gouvernement du 15 septembre 2006 et sur des compléments d'informations demandés par le CSA.

Le présent avis porte sur la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2006.

#### **IDENTIFICATION**

(art. 63 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Le Gouvernement peut autoriser des éditeurs locaux de service public de radiodiffusion télévisuelle, ci-après dénommés télévisions locales.*

*L'autorisation est donnée pour une durée de neuf ans. Elle est renouvelable.*

(art. 65 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Par zone de couverture, on entend l'espace géographique dans lequel la télévision locale réalise sa mission.*

*Sur avis du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA, le Gouvernement fixe la zone de couverture de chaque télévision locale en déterminant les communes qui en font partie. Cette zone est notamment fixée en fonction des caractéristiques socioculturelles communes à certaines entités communales et des contraintes techniques liées à l'organisation des réseaux de télédistribution.*

*Une commune ne peut faire partie que d'une seule zone de couverture.*

*La zone de réception d'une télévision locale n'est pas limitée à sa zone de couverture.*

*L'extension de cette zone de réception au-delà de la zone de couverture ne peut être effective que de commun accord entre la télévision qui entend étendre sa zone de réception au-delà de sa zone de couverture et la télévision dont la zone de couverture est, en tout ou en partie, visée par cette extension de zone de réception. L'accord conclu entre les télévisions locales concernées prévoit la durée pour laquelle l'accord est conclu, qui ne peut être plus longue que celle des autorisations des télévisions locales, et les modalités selon lesquelles il peut être mis fin par anticipation à l'accord. L'accord est notifié au ministre qui a l'audiovisuel dans ses attributions et au Conseil supérieur de l'audiovisuel.*

*Les télévisions locales concernées par l'extension d'une zone de réception déterminent entre-elles les conditions de cette extension afin de prévenir toute entrave au développement de l'une ou de l'autre de ces télévisions locales.*

Par arrêté du 6 avril 2000, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public de radiodiffusion télévisuelle Canal C dont le siège social est établi rue Eugène Thibaut 1c à 5000 Namur.



L'autorisation est entrée en vigueur le 16 février 2000. L'article 63 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion souligne que l'autorisation donnée par le gouvernement aux éditeurs locaux de service public de radiodiffusion télévisuelle l'est pour une durée de 9 ans. Toutefois, l'article 167 §4 du décret mentionne, dans ses dispositions transitoires, que les autorisations délivrées aux télévisions locales sur la base du décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel viennent à échéance à la date fixée par le gouvernement, date que celui-ci, à ce jour, n'a pas déterminée.

Les statuts de Canal C n'ont pas connu de modifications en 2006.

La zone de couverture est composée des communes des arrondissements de Namur et de Philippeville, hormis Gembloux, soit : Andenne, Assesse, Cerfontaine, Couvin, Doische, Eghezée, Fernelmont, Floreffe, Florennes, Fosses-la-Ville, Gesves, Jemeppe-sur-Sambre, La Bruyère, Mettet, Namur, Ohey, Philippeville, Profondeville, Sambreville, Sombreffe, Viroinval, Walcourt.

Sambreville a été intégrée à la couverture de Canal C suite à un accord passé avec Télésambre et entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2006<sup>1</sup>.

Cette zone correspond à la zone de réception, laquelle comprend en outre la commune d'Anhée.

Inatel, Brutélé et Ale-Télédis distribuent Canal C sur la zone de couverture : Inatel pour Assesse, Cerfontaine, Couvin, Doische, Eghezée, Fernelmont, Floreffe, Florennes, Fosses-la-Ville, Gesves, Jemeppe-sur-Sambre, la Bruyère, Mettet, Namur, Ohey, Philippeville, Profondeville, Sombreffe, Viroinval, Walcourt, Brutélé pour Sambreville et Ale-Télédis pour Andenne. Le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique. L'éditeur déclare être en conflit avec l'AIESH qui ne distribue pas Canal C sur une partie de la commune de Couvin.

En 2006, aucun autre réseau de radiodiffusion ne distribuait la télévision locale.

## **MISSION**

(art. 64 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Les télévisions locales ont pour mission de service public la production et la réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente. Elles s'engagent à promouvoir la participation active de la population de la zone de couverture. Cette mission s'exerce dans leur zone de couverture. (...)*

(art. 67 §§1 et 2 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*En arrêtant son offre de programmes, la télévision locale veille à ce que la qualité et la diversité des programmes offerts permettent de rassembler des publics les plus larges possibles, d'être un*

---

<sup>1</sup> Voir le contrôle de la réalisation des obligations de Canal C et de Télésambre pour l'exercice 2005.



*facteur de cohésion sociale, tout en répondant aux attentes des minorités socioculturelles, et permettent de refléter les différents courants d'idées de la société, en excluant les courants d'idées non démocratiques, sans discrimination, notamment culturelle, ethnique, sexuelle, idéologique ou religieuse et sans ségrégation sociale.*

*Ces programmes tendent à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques de la société, à contribuer au renforcement des valeurs sociales, notamment par une éthique basée sur le respect de l'être humain et du citoyen, et à favoriser l'intégration et l'accueil des populations étrangères ou d'origine étrangère vivant dans la région de langue française et dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.*

*La télévision locale veille à la valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et des spécificités locales.*

### **Production et réalisation de programmes d'information, d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente**

L'éditeur communique le projet de chaîne de la télévision locale, qui « a pour but de préciser le cadre dans lequel Canal C entend développer ses activités ». Il y énonce d'emblée que « Canal C est une télévision locale de service public. Elle défend des valeurs humanistes et de progrès, dans un esprit de rigueur et d'indépendance au service de la région namuroise et de ses habitants ». Valeurs, critères de choix et méthodes de travail y sont explicités.

Le projet de chaîne rappelle ainsi que le travail éditorial de Canal C veut « permettre au téléspectateur de se forger une opinion, de comprendre comment évolue son environnement immédiat et lointain, de mesurer les véritables enjeux de société ». Il souligne : « Nous voulons lui donner [au spectateur] quelques-unes des clés qui lui permettront, s'il le souhaite, de devenir un citoyen plus actif. En cherchant à être un lieu où les Namurois ont le réflexe de se retrouver pour s'informer, en étant un média intelligent, Canal C parviendra de facto à atteindre ses autres buts que sont la production et la réalisation de programmes d'animation, de développement culturel et d'éducation permanente ».

Au rayon information, Canal C produit et diffuse « L'info », le journal d'informations locales quotidien (six jours sur sept), « L'actualité de la semaine », hebdomadaire, « Start » et « Envie de sport », deux magazines sportifs, « Vendredi et compagnie », une émission d'information et de divertissement, différents débats pré- et post- électoraux ainsi que d'autres consacrés à des problématiques diverses (jeunes et violence, centre commercial de Rhisnes, ...), des rétrospectives 2005 et 2006, une émission d'archives « Télémémoires », les rencontres débats « Point barres », ainsi que différents reportages et documents maison : « Le souffle des traditions », « Gesves-Toki gare, trois ans après », « Ikéa, un modèle à démonter », « Namur capitale », ...

Plusieurs coproductions et mises à disposition renforcent le pôle information : « Le journal des régions Namur-Luxembourg » (Canal C, Canal Zoom, MATélé et TV Lux), « Prospectives », un magazine économique (Canal Zoom, Canal C et MATélé), « Lets'goal », la présentation avant saison des équipes de football namuroises (Canal C et Canal Zoom), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « Longue vue et courte distance » (France 3 et MATélé), « Campus » et « Images et savoir » (FUNDP).



Les émissions « Place communale Andenne » et « Place communale Fernelmont », qualifiées de « commande » mais produites par Canal C, sont reprises au nombre des programmes d'information.

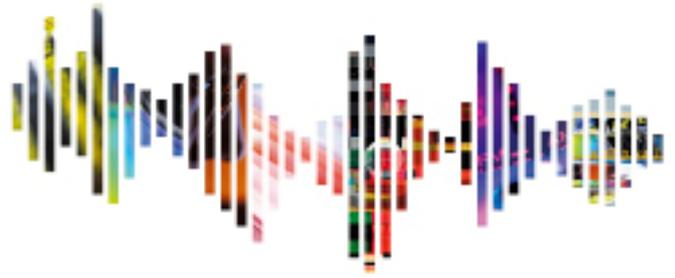
En matière de culture, l'éditeur déclare plusieurs captations et/ou présentations ponctuelles de concerts et spectacles organisés dans la région (« FIFF », « Namur en mai », « Soledad »...), la coproduction des émissions consacrées au Festival du film nature et « Courts métrages » mis à disposition par Videowall. De nombreuses émissions et plusieurs reportages maison catalogués « divertissement » ou « information » relèvent à la fois, selon l'éditeur, de la culture et de l'animation ou de la culture et de l'information : « 109 », « Portraits de l'été », « Vendredi et compagnie », « Longue vue et courte distance »...

Plusieurs programmes ponctuels mis à disposition par les TVL complètent l'offre culture : « La cathédrale de Tournai » (No Télé), « Beethoven à Liège » (RTC Télé Liège), « Jazz : Phil Abraham » (Antenne Centre)...

En matière d'éducation permanente, l'éditeur produit les séquences locales de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation. Il diffuse également « Le geste du mois » mis à disposition par Canal Zoom. Toutes les émissions reprises en information, à l'exception de celles consacrées au sport, ont, selon l'éditeur, une mission d'éducation permanente.

A la rubrique animation, l'éditeur classe plusieurs productions maison : « 109 », une émission « *par et pour les jeunes* », « Portrait de l'été », un magazine estival qui se penche sur des événements ou des personnalités du moment, « Vendredi et compagnie », une émission d'information et de divertissement, les directs relatifs au Festival international du film francophone de Namur, les spectacles forains enregistrés dans le cadre de « Namur en mai ». Les événements couverts avec le soutien de la Fédération des télévisions locales entrent également dans cette catégorie (« Le mérite sportif », « Le trophée de la robotique », « Le Festival du rire de Rochefort ») de même que les émissions mises à disposition par d'autres producteurs : « Le choc des géants » (RTC Télé Liège, Télésambre, No Télé et RTBF), « La minute citoyenne », également reprise en éducation permanente (Gsara), « Ricto verso » (MATélé), « Table et terroir » (TV Lux)...

Sur base du classement et de la liste des programmes fournis par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2006 par Canal C se répartissent comme suit :



Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2006

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	8	2	2	19
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) <sup>2</sup>	4	0	0	12

Parts de l'information, de l'animation, du développement culturel et de l'éducation permanente produites en propre ou coproduites dans la 1<sup>ère</sup> diffusion des quatre semaines d'échantillon

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	0,00%	0,00%	0,00%	22,00%
Développement culturel	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Education permanente	1,13%	1,58%	0,00%	0,00%
Information	58,08%	81,94%	87,95%	50,21%

La mission d'information domine tandis que l'éducation permanente et le développement culturel passent à l'arrière-plan. Toutefois, la qualification variable des programmes la réalisation transversale des missions et le caractère ponctuel des couvertures culturelles nuancent cette observation.

**Participation active de la population de la zone de couverture**

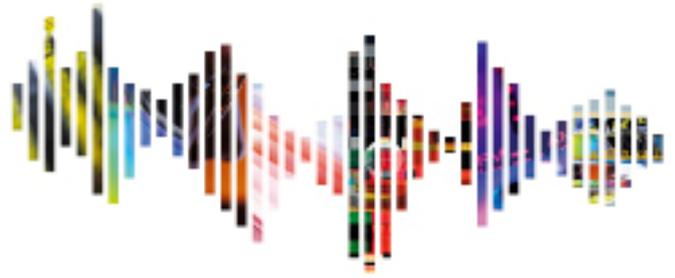
L'éditeur déclare veiller à donner la parole au secteur associatif essentiellement dans le cadre de son journal d'information, mais également dans des émissions spécifiquement consacrées à des rencontres (« Point barres », « Start », « Envie de sport », « 109 »), où il invite régulièrement des responsables d'association, des organisateurs de manifestations, des acteurs de projets positifs pour la population.

Il souligne qu'aucun autre média ne peut offrir une telle tribune et relève, dans le cadre de ses reportages, que sa « *volonté est d'aider les gens à trouver des solutions plutôt que simplement rendre compte d'un problème* ». Ainsi ses reportages « *valorisent les initiatives locales et renforcent la cohésion sociale* ».

**Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales**

Selon l'éditeur, Canal C contribue à provoquer le débat et à clarifier les enjeux démocratiques par la couverture constante, au long de l'année, de la majorité des conseils provinciaux et des conseils communaux qui se déroulent sur sa zone de

<sup>2</sup> Ces émissions sont celles qui ont été prioritairement attachées à la catégorie par l'éditeur. On notera qu'elles relèvent parfois subsidiairement d'une autre catégorie.



couverture. La chaîne donne également régulièrement la parole aux élus locaux et aux initiatives locales (associations de parents, d'habitants, collectifs locaux).

Les élections communales et provinciales de 2006 ont donné lieu à 26 débats électoraux, à un direct le soir des élections, ainsi qu'à plusieurs émissions post-électorales qui ont éclairé les différentes alliances mises en place. « *A chaque fois, les représentants politiques des partis démocratiques ont été invités sur plateau* ».

### **Valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et spécificités locales**

Selon l'éditeur, mettent en avant le patrimoine de la Communauté française « 109 », l'émission réalisée par et pour les jeunes, les directs émis depuis le Festival du film francophone de Namur et le magazine consacré à « Namur Capitale ». Il ajoute à cette liste la coproduction du magazine de l'emploi et de la formation « Profils » ainsi que l'émission de divertissement et d'humour « Ricto verso » mise à disposition par MAtélé.

Selon l'éditeur, toutes les émissions produites en propre mettent en avant les spécificités locales quel que soit leur objet.

Les échantillons révèlent, sur base des classements proposés par l'éditeur, que les émissions liées au patrimoine culturel de la Communauté française représentent 0,41% de la première diffusion, et les émissions consacrées aux spécificités locales 74,75%.

### **PROGRAMMATION**

(art. 66 §1<sup>er</sup> 6° et art. 66 §1<sup>er</sup> in fine du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer dans sa programmation, par année civile, une production propre d'au moins la moitié du temps de diffusion de l'ensemble des programmes à l'exclusion des rediffusions. (...)*

*Pour l'application du point 6°, une coproduction assurée par une télévision locale est assimilée à de la production propre au prorata du budget réellement engagé par celle-ci. Les échanges de productions propres entre télévisions locales sont assimilés à des productions propres.*

(art. 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

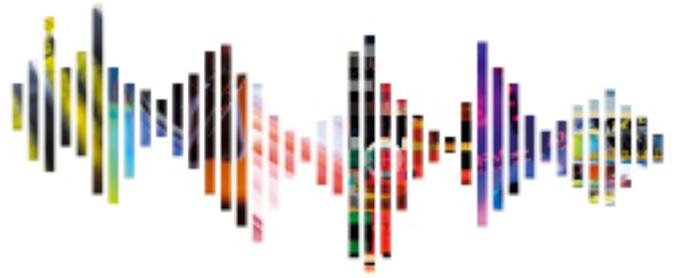
§ 1<sup>er</sup>. *Le temps de transmission consacré à la publicité et au télé-achat est fixé par le Gouvernement.*

*Pour la publicité, ce temps de transmission ne peut dépasser 15 p.c. du temps de transmission quotidien.*

*Toutefois, ce temps de transmission peut être porté à 20 p.c. s'il comprend le télé-achat, à condition que le volume des spots publicitaires ne dépasse pas 15 p.c.*

§ 2. *Le temps de transmission maximum des écrans de publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge est fixé par le Gouvernement.*

*Il ne peut dépasser 20 p.c. de cette période.*



### Grille de programmes

Selon l'éditeur<sup>3</sup>, la durée des programmes s'entend, en 2006, comme suit :

	Durée annuelle	Durée quotidienne moyenne
1 <sup>ère</sup> diffusion	454 heures 36 minutes	1 heure 14 minutes 44 sec.
rediffusion	2368 heures	6 heures 29 minutes 16 sec.
Total des diffusions	2.822 heures 36 minutes	7 heures 43 minutes 59 sec.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion s'élève à 402 heures 11 minutes 21 secondes. En prenant en compte la publicité, cette première diffusion s'élève à 419 heures 9 minutes 51 secondes.

L'analyse de la liste de programmes des quatre semaines d'échantillon, réalisée sur base des indications de production et de diffusion fournies par l'éditeur, donne une première diffusion quotidienne moyenne de 1 heure 11 minutes 16 secondes.

La production propre et assimilée de ces échantillons<sup>4</sup> s'élève à 59,21% la première semaine, 83,52% la deuxième, 87,95% la troisième et 72,21% la quatrième.

### Production propre

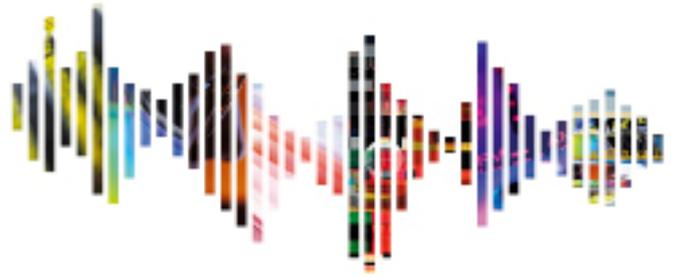
En 2006, l'éditeur a produit, en propre<sup>5</sup> :

- 289 numéros de « L'info », le JT maison ;
- 44 « Actualité de la semaine », le résumé hebdomadaire des informations ;
- 32 émissions « Start », le magazine hebdomadaire des sports ;
- 24 « Envie de sport », une émission plateau hebdomadaire consacrée à l'actualité sportive namuroise ;
- 31 débats politiques et 1 direct liés aux élections communales et provinciales ;
- 21 « Portrait de l'été », un magazine quotidien estival qui dresse le portrait d'une manifestation ou d'une personnalité locale ;
- 11 éditions de « 109 », une émission réalisée par et pour les jeunes ;
- 6 matches du club de basket-ball de Namur ;
- 9 numéros de « Télémoires », la rediffusion de séquences d'il y a 10 ans accompagnées d'un commentaire et d'une séquence d'actualisation ;
- 4 éditions de « Namur capitale », un magazine hebdomadaire qui évalue les incidences du choix de Namur comme capitale de la Région wallonne ;
- 8 émissions « Namur en mai », qui font le tour de spectacles présentés dans le cadre des arts forains de Namur ;

<sup>3</sup> La déclaration de l'éditeur se base sur la durée théorique des émissions.

<sup>4</sup> Seuls les échanges de production propre au sens strict du terme (100% et contrat d'échange) sont assimilés. La valorisation d'une coproduction en production propre ne peut se faire que si la TV a valorisé de façon précise son intervention dans le coût total.

<sup>5</sup> Seules les émissions régulières sont reprises.



- 6 « Point barres », une émission de débat qui confronte deux personnalités namuroises ;
- 9 « Rétrospectives », dont 5 pour l'année 2005 et 4 pour l'année 2006 ;
- 5 numéros de « Vendredi et compagnie », un talk-show qui mêle actualité et chroniques diverses (passions, sport...) ;
- 6 éditions de « Place communale », dont 4 concernent Andenne et 2 Fernelmont, un magazine réalisé avec les administrations communales concernées ;
- 5 directs en lien avec le Festival international du film francophone de Namur.

Selon l'éditeur, en 2006, le temps de production propre s'élève à 298 heures 15 minutes. Il représente selon lui 65,61% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre égale à 267 heures 7 minutes 40 secondes, ce qui équivaut à 66,42% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

Les émissions de « commande » comme « Place communale » ne peuvent être considérées comme de la production propre. L'éditeur n'en a, en effet, pas la maîtrise.

### **Coproduction**

L'éditeur retient en coproduction les émissions régulières suivantes :

- 32 numéros du « Journal des régions Namur-Luxembourg », une collaboration de Canal C, Canal Zoom, MAtélé et TV Lux ;
- 10 éditions de « Prospectives », un mensuel économique auquel contribuent également Canal Zoom et MAtélé ;
- 7 quotidiennes estivales de « Let's goal », coproduites avec Canal Zoom, où sont présentées les équipes de football régionales ;
- 2 éditions du documentaire « Le Festival du film nature », en collaboration avec l'association qui promeut le Festival ;
- 30 ancrages locaux dans « Profils », le magazine de la formation et de l'emploi des TVL auquel Canal C contribue également pour le tronc commun à hauteur de 9,09% ;

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 34 heures 15 secondes, soit 7,53% des premières diffusions.

Après vérification, le CSA estime cette production égale à 5 heures 12 minutes 45 secondes, soit 1,29% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

### **Echanges de programmes**

L'éditeur ne déclare aucun échange de programmes.



La production propre et assimilée s'élève donc, selon l'éditeur, à 332 heures 15 minutes 15 secondes. Elle représente, selon les données qu'il fournit, 73,09% des émissions en première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime cette production propre et assimilée à 272 heures 20 minutes 25 secondes, soit 67,71% de la première diffusion vérifiée par le CSA.

### **Programmes mis à disposition**

L'éditeur détaille la liste des programmes qu'il a reçus des autres TVL sans autre forme de contrepartie au cours de l'exercice, soit, entre autres, « Le geste du mois » (Canal Zoom), « Le choc des géants » (les matches de basket fruit de la coproduction entre RTC Télé Liège, Télésambre, No Télé et la RTBF), « Longue vue et courtes distances » (France 3 et MA-télé), « Ricto verso » (MA-télé), « Politiques communales de santé » (Télésambre), « Au jour le jour » (TV Com), « Table et terroir » (TV Lux), « Vivre en Sambre » (Télésambre), « L'illettrisme » (Télévesdre), « La cathédrale de Tournai » (No Télé), « L'avenir de la batellerie » (Antenne Centre)...

S'ajoutent à cette liste les émissions mises à disposition par d'autres producteurs que les TVL : « Campus » et « Images et savoir » produites par les FUNDP et les « Minutes citoyennes » réalisées par le Gsara.

L'éditeur déclare avoir diffusé 116 heures 36 minutes de programmes mis à disposition, qui représentent 25,65% de la première diffusion.

### **Achat et commandes de programmes**

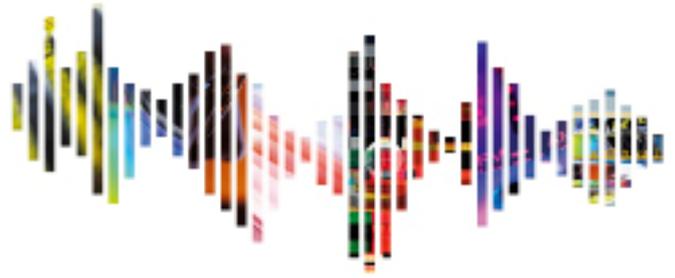
Les achats et commandes de programmes 2006 se montent à 5 heures 30 de première diffusion, soit 1,21% de l'ensemble des programmes. Ils se composent, selon l'éditeur, de l'émission « Télévoix », le magazine proposé par les Forces armées belges.

### **Publicité**

Selon l'éditeur, la durée annuelle des publicités est de 16 heures 58 minutes 30 secondes, ce qui représente 3,7% de l'ensemble des programmes en première diffusion.

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 5,94% et 8,27% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 6,78%) de l'ensemble des programmes diffusés. Aucun dépassement n'a été constaté.

L'éditeur n'est pas en mesure de préciser la durée des publicités insérées dans les directs de basket-ball. Celle-ci est néanmoins communiquée par la Fédération des télévisions locales.



### **CONDITIONS DE MAINTIEN DE L'AUTORISATION**

(art. 66 §1<sup>er</sup> 5°, 7°, 8°, 9°, 10°, 11°, 12° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) :*

- *compter, parmi les membres du personnel un ou des journalistes professionnels ou une ou des personnes travaillant dans des conditions qui permettent de le devenir conformément à la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel ; (...)*
- *reconnaître une société interne de journalistes en qualité d'interlocutrice et la consulter sur les questions qui sont de nature à modifier fondamentalement la ligne rédactionnelle, sur l'organisation des rédactions pour ce qui concerne les programmes d'information et sur la désignation du rédacteur en chef et établir un règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information. Cette société interne est composée de journalistes représentant la rédaction de la télévision locale ;*
- *être responsable de sa programmation et assurer la maîtrise éditoriale de l'information dans un esprit d'objectivité, sans censure préalable ou quelconque ingérence d'une autorité publique ou privée ;*
- *assurer dans le traitement de l'information un équilibre entre les diverses tendances idéologiques respectant les principes démocratiques, présentes dans la zone de couverture ;*
- *assurer, dans sa programmation, son indépendance par rapport aux gouvernements, aux autorités communales et provinciales, aux organismes publics et intercommunaux, aux distributeurs de services de radiodiffusion, aux partis politiques, aux organisations représentatives des employeurs ou de travailleurs et aux mouvements philosophiques ou religieux ;*
- *Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes ;*
- *Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) avoir mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins.*

### **Journalistes professionnels**

En 2006, l'éditeur comptait 13 journalistes agréés parmi son personnel – dont deux techniciens audiovisuels et un réalisateur – et 2 journalistes stagiaires. 2 autres journalistes agréés, 1 professionnel et un stagiaire, ont été engagés début 2007, dont le rédacteur en chef.

L'équipe d'information compte tous les journalistes agréés –à l'exception du directeur, des techniciens et du réalisateur–, ainsi que deux autres journalistes temps plein.

L'éditeur déclare recourir aux pigistes pour « *faire face à des pointes d'actualité et à la couverture de certains événements le week-end* ».

### **Société interne de journalistes**

Aucune société de journalistes n'a été reconnue par l'éditeur en 2006. Lors de la procédure d'instruction menée à la suite du contrôle 2005 et portant sur le respect de



cette obligation en 2006, le CSA a constaté que le manquement à l'obligation de reconnaître une société interne de journalistes n'était pas imputable à l'éditeur.

Concernant 2007, l'éditeur précise qu'« à deux reprises, les journalistes ont été avertis chacun personnellement qu'il était impératif de créer une nouvelle société de journalistes. Il n'y a pas eu de réaction de leur part ». Il souligne que lors de l'engagement du rédacteur en chef, les journalistes membres de la rédaction ainsi que les trois membres du personnel qui possèdent une carte de presse ont été consultés.

### **Règlement d'ordre intérieur**

Le règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information approuvé le 30 mars 1989 par Canal C reste d'application. La charte rédactionnelle évoquée lors du contrôle précédent n'a pas encore été adoptée.

### **Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information**

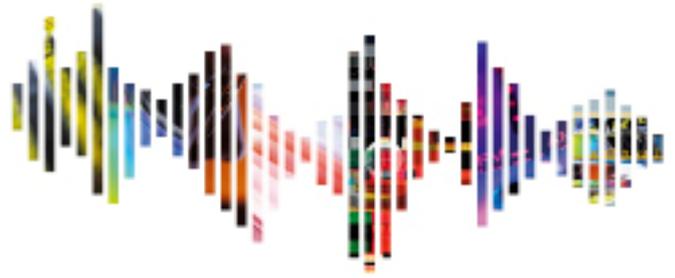
L'éditeur fournit en annexe de son rapport le « Projet de chaîne » qui définit le cadre dans lequel Canal C développe ses activités. Ce projet souligne, entre autres, que le métier de Canal C n'est pas de reproduire l'information rapportée par d'autres médias, mais de développer sa propre politique rédactionnelle. « *Nous veillons, précise ce projet, en particulier à anticiper les enjeux futurs et à faire prendre conscience des infos parfois cachées, en reliant des éléments pas nécessairement liés* ».

L'éditeur évoque comme autres dispositifs visant à garantir la maîtrise éditoriale les réunions quotidiennes de la rédaction ainsi que la réunion hebdomadaire de planification, de concertation et de discussion.

Il indique que la télévision n'a connu aucune difficulté en la matière dans le courant 2006.

### **Équilibre entre les diverses tendances idéologiques**

Canal C déclare veiller à l'équilibre entre les diverses tendances idéologiques via l'établissement d'un règlement spécifique en période d'élection, qu'il annexe à son rapport annuel. Ce dispositif précise, entre autres : « *Il va de soi que les émissions relatives à la campagne électorale et aux élections sont des émissions d'information et qu'elles sont particulièrement soumises à cette obligation d'objectivité. Elles présenteront un caractère équilibré et représentatif des différentes tendances idéologiques, philosophiques et politiques, à l'exclusion des partis, des individus, des mouvements ou des tendances prônant des doctrines ou des messages contraires aux lois réprimant les actes de racisme et de xénophobie ou visant à nier ou minimiser toute forme de génocide (...)* ».



Les articles 5 et 6 du ROI garantissent une représentation équilibrée à l'antenne des différentes tendances et des mouvements d'opinion. Un équilibre qui « ne doit pas nécessairement s'établir à l'intérieur de chaque émission, mais (...) doit ressortir soit d'une série d'émissions, soit de l'ensemble de l'information au cours d'un certain laps de temps ». Le ROI garantit le choix représentatif et équilibré des représentants des divers courants d'opinion dans les émissions qui mettent en présence plusieurs tendances.

L'éditeur déclare n'avoir connu aucune difficulté sur ce point dans le courant de l'exercice 2006.

### **Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques**

Au nombre des valeurs qu'il défend, le projet de chaîne affirme l'indépendance de la télévision : « Notre télé n'est l'instrument de personne et surtout d'aucune stratégie. Nous ne tombons pas dans le panneau des effets d'annonce, conférences de presse prétextes et autres sollicitations qui restent par la suite sans effet. Notre sens critique nous permet de faire la part des choses et de remettre les événements dans leur contexte. Canal C est une télé faite par des gens de notre région pour et avec des gens de notre région. Il n'y a pas d'autres intérêts en jeu, il n'y a pas de place pour quelque lobby que ce soit, il n'y a pas d'actionnaires mus par des objectifs de profit. Toute l'énergie peut être mise au service exclusif des téléspectateurs et de leur région ».

Sur la question de l'indépendance, l'éditeur précise que les statuts de Canal C sont plus exigeants que le décret puisqu'ils demandent 40 % d'administrateurs ayant un mandat public au lieu de 50 %.

Quant au ROI, il souligne que l'esprit de rigoureuse objectivité défini aux articles 1 et 2 « constitue une exigence fondamentale ».

L'éditeur déclare n'avoir connu aucun problème en la matière en 2006.

### **Ecoute des téléspectateurs**

Comme l'an dernier, l'éditeur indique que les plaintes sont rares et arrivent généralement par téléphone. Les questions, par mail, téléphone ou courrier, sont plus nombreuses. Elles sont relatives à des services que rend la télévision locale : couverture ou annonce d'événements, copie de séquences, partenariats, soutien à diverses causes... Comme pour les plaintes, la chaîne y répond généralement dans les huit jours.

L'éditeur souligne encore qu'il reçoit aussi des appels concernant des défauts dans la réception de ses programmes. Il conseille alors aux téléspectateurs de contacter leur télédiffuseur. Lui-même interpelle régulièrement les câblodiffuseurs à cet égard.



L'éditeur n'évoque aucun problème en la matière pour 2006.

### **Droits d'auteur**

L'éditeur fournit des pièces attestant du respect de l'obligation.

### **SERVICES**

(art. 68 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*§1<sup>er</sup> Pour autant qu'elles limitent la réception de leurs programmes au territoire belge, les télévisions locales peuvent mettre en œuvre un programme de vidéotexte dont le temps de diffusion est exclu du calcul du temps de transmission quotidien consacré à la publicité, tel que visé à l'article 20.*

*A la seule fin du présent article, il faut entendre par programme de vidéotexte, un programme d'images fixes inséré dans le service de la télévision locale. Le vidéotexte se distingue du télétexte en ce qu'il est accessible immédiatement au public sans intervention de sa part.*

*§ 2. Le Gouvernement arrête le temps de transmission quotidien consacré à la publicité dans tout programme de vidéotexte mis en œuvre par une télévision locale.*

(arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004, art. 1)

*Le temps de transmission consacré à la publicité dans les programmes de vidéotexte mis en œuvre par une télévision locale ne peut être supérieur à 13 heures par jour.*

### **Vidéotexte**

L'éditeur déclare avoir mis en œuvre un programme de vidéotexte qui alterne rubriques commerciales payantes (annonces immobilières et annonces de vente de voitures d'occasion) et annonces culturelles gratuites. Les annonces commerciales sont gérées en collaboration avec la régie publicitaire locale de la télévision.

La durée estimée du vidéotexte s'élève à un peu moins de 17 heures par jour, soit à environ 6.000 heures par an. La publicité couvre « *environ la moitié du temps total* ».

### **Télétexte**

Le télétexte de Canal C diffuse uniquement des annonces services : programmes de la télévision, agenda culturel, stages de vacances, annonces de la Ligue des familles, gardes médicales, pages emploi du Forem. Il n'est développé avec aucun partenaire.

### **Internet**

Le site internet de Canal C ([www.canalc.be](http://www.canalc.be)) est, selon l'éditeur, « *très basique* ». Il ne comporte que des informations élémentaires : présentation de la télévision, descriptif des émissions, grille de programmes, service documentaire à destination des professionnels, contacts et liens. Il n'est développé avec aucun partenaire.



## **COLLABORATIONS**

(art. 69 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Les télévisions locales veillent à développer entre elles, avec la RTBF et ses centres régionaux des synergies notamment en matière :*

- 1° *d'échanges d'images, de reportages et de programmes, dans le respect des règles professionnelles et déontologiques des professions concernées ;*
- 2° *de coproduction de magazines ;*
- 3° *de diffusion de programmes ;*
- 4° *de prestations techniques et de services ;*
- 5° *de participation à des manifestations régionales ;*
- 6° *de prospection et diffusion publicitaires.*

*Dans son rapport d'activités annuel, la télévision locale est tenue d'indiquer de façon exhaustive, le résultat des collaborations nouées avec la RTBF et ses centres régionaux.*

## **TVL**

L'éditeur renvoie à la liste des programmes qu'il a reçus des autres télévisions locales (voir plus haut). Lui-même a proposé à ses consœurs trois concerts enregistrés durant le festival Esperanzah, 4 reportages réalisés suite à des voyages à l'étranger (« Une lutte sans faim », « Le souffle des traditions », « Les îles de paix », « Ikéa : un modèle à démonter »), deux émissions consacrées au groupe namurois Flexa Lyndo ainsi que 4 émissions portant sur Namur-capitale.

En matière de prestations techniques et de services, l'éditeur déclare également avoir collaboré avec Canal Zoom, contre facture, pour l'émission « 109 ».

## **RTBF**

L'éditeur déclare avoir procédé à des échanges d'images gratuits avec la RTBF. Lors de la soirée électorale du 8 octobre, l'entreprise publique a mis un journaliste chargé de l'animation du plateau à disposition de Canal C. Vivacité a diffusé cette soirée sur ses ondes ; le marketing de l'événement a été réalisé de concert.

De façon régulière, Canal C participe à l'interview de l'invité du vendredi sur Vivacité. La télévision locale a en outre assuré une présence commune avec la RTBF lors de deux festivals.

## **Autres médias**

L'éditeur déclare avoir collaboré avec *Le Soir* pour la collecte des résultats en vue de la soirée électorale et, sur le plan marketing, avoir été associé, dans le cadre de manifestations locales, à *Vers l'Avenir*, *Publi-Namur* (toutes-boîtes local) et *Radio Nostalgie*.



### Associations

Canal C a accueilli et encadré techniquement le débat « Expressions de femmes, femmes d'expressions » organisé par la province de Namur. La télévision a également développé des synergies avec Infor Jeunes et des groupes de jeunes de la ville de Namur dans le cadre de l'émission « 109 ».

### **ORGANISATION**

(art. 70 §1<sup>er</sup> du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

*Le conseil d'administration de la télévision locale doit être composé pour moitié au moins de représentants du secteur associatif et du secteur culturel.*

*Il ne peut être composé, pour plus de la moitié de ses membres, de personnes visées à l'article 1<sup>er</sup> du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels.*

L'éditeur déclare que le conseil d'administration n'a pas connu de modification en 2006.



## AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Canal C a respecté ses obligations pour l'exercice 2006 en matière de contenu des programmes, de production propre, de participation active de la population de la zone de couverture, d'enjeux démocratiques et de renforcement des valeurs sociales, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et des spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de traitement de l'information, de durée publicitaire, de droits d'auteur, de synergies avec les TVL et la RTBF.

En matière de traitement de l'information, Canal C n'a pas respecté ses obligations en matière de reconnaissance d'une société interne de journalistes. Toutefois, s'il appartient à l'éditeur de reconnaître une société interne de journalistes dont doivent avoir la possibilité d'être membre tous les journalistes qui sont membres de sa rédaction, toutes les personnes agréées au titre de journaliste professionnel conformément à la loi du 30 décembre 1963 et travaillant à titre principal pour la télévision locale, quelles que soient leur fonction, il n'appartient pas à l'éditeur de constituer lui-même une société interne de journalistes. L'absence de reconnaissance de société de journaliste ne lui étant pas imputable, le manquement ne peut être constaté pour l'exercice 2006.

Comme l'an dernier, le Collège rappelle à l'éditeur qu'il est responsable de l'ensemble des programmes qu'il diffuse, en ce compris les programmes mis à sa disposition par le réseau des télévisions locales. Il ne peut en conséquence prétendre ignorer la teneur et la durée de ces programmes. La conservation intégrale du flux des programmes et des conduites quotidiennes durant trois mois à dater de leur diffusion, conformément à l'article 36 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, s'avère dans ce cas d'espèce indispensable.

Nonobstant ces observations, le Collège d'autorisation et de contrôle est d'avis que Canal C a globalement respecté ses obligations pour l'exercice 2006.

Fait à Bruxelles, le 12 septembre 2007.