

# Collège d'autorisation et de contrôle

## Avis n°32/2009

### Contrôle de la réalisation des obligations de TV Com pour l'exercice 2008

En exécution de l'article 136 du décret coordonné sur les services de medias audiovisuels, le Conseil supérieur de l'audiovisuel rend un avis sur la réalisation des obligations de TV Com au cours de l'exercice 2008, 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 2008.

#### IDENTIFICATION

(art. 63 du décret)

*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)

*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 23 décembre 1996, le gouvernement a autorisé l'éditeur local de service public télévisuel TV Com dont le siège social est situé Chaussée de La Croix 7 à 1340 Ottignies. Le siège d'exploitation se partage entre le 7 Chaussée de La Croix et le 10 rue de la Station à Ottignies.

L'autorisation de TV Com est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 1997. L'article 64 du décret coordonné sur les services de medias audiovisuels souligne que l'autorisation donnée par le gouvernement aux

éditeurs locaux de service public télévisuel l'est pour une durée de 9 ans. Cette autorisation est donc échue depuis le 31 décembre 2005. Toutefois, l'article 171 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 TV Com n'ont pas connu de modification en 2008.

La zone de couverture est composée des communes suivantes : Beauvechain, Braine-l'Alleud, Braine-le-Château, Chaumont-Gistoux, Court-Saint-Etienne, Genappe, Grez-Doiceau, Héléchine, 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, à Walhain, l'ancienne commune de Nil-Saint-Vincent.

Cette zone correspond à la zone de réception.

Voo distribue la télévision locale sur les communes de Nivelles, Genappe, Court-Saint-Etienne, Mont-Saint-Guibert, Ramillies, Orp-Jauche, Héléchine, Jodoigne, Chaumont-Gistoux, Grez-Doiceau, Rixensart, Lasne, Waterloo, Ottignies-Louvain-la-Neuve, La Hulpe, Braine-l'Alleud, Braine-le-Château, Tubize, Rebecq, Ittre et Walhain.

Brutélé opère sur les communes de Wavre, Beauvechain, Incourt et Villers-la-Ville. Le signal est injecté sur les réseaux de distribution par fibre optique.

L'éditeur n'est pas encore diffusé sur Belgacom TV en 2008.

## **MISSION**

(art. 64 du décret)

*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<sup>er</sup> et 2 du décret)

*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 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 déclare que ses objectifs éditoriaux sont, depuis toujours, de « *faire participer l'ensemble de la population du Brabant wallon à travers ses programmes. La télévision locale a aussi toujours veillé à collaborer avec le plus grand nombre d'institutions et associations installées ou œuvrant dans sa zone de couverture. Ainsi, par exemple en 2008, les collaborations, initiées en 2006, avec le Centre Culturel du Brabant wallon (CCBW) ont été poursuivies au regard de leur succès.*

*Comme lors des exercices précédents, la rédaction de TV Com tente de couvrir un maximum d'informations locales en fonction des sollicitations dont elle fait l'objet et des priorités éditoriales. (...)*

*La rédaction se doit donc de faire des choix, même si elle tentera de faire toujours « l'impossible » pour offrir la plus large couverture. (...) Quelle que soit l'importance de l'événement, la rédaction tente toujours de présenter un maximum de manifestations culturelles. (...). La rédaction et l'équipe de TV Com répondent régulièrement aux sollicitations scolaires ».*

En information, l'éditeur produit et diffuse un journal télévisé quotidien intitulé « Espace Région », sa déclinaison hebdomadaire « L'hebdo BW », ainsi que deux de ses versions estivales, « L'info, l'été », quotidien, et « L'info, l'été – L'hebdo », la compilation hebdomadaire de ce dernier. S'y ajoutent encore un magazine hebdomadaire d'information sportive, « Gradins » ; un talk show hebdomadaire d'information, « 7 en BW » ; ainsi qu'un bulletin météo, « Météo BW ». L'éditeur cite également dans sa production propre « Le journal des régions », compilation hebdomadaire de séquences d'information en provenance des différentes TVL.

L'éditeur propose également « Le mérite sportif de la Communauté française », coproduit par l'ensemble des télévisions locales ; ainsi que des programmes mis à sa disposition par l'extérieur, tels que « Télévox », produit par le SPF Défense et « Mobil'idées » de Télévesdre.

Au registre « éducation permanente », l'éditeur classe « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit par l'ensemble des télévisions locales, pour lequel il a produit plusieurs séquences d'ancrage local ; « Les petits ruisseaux », bimensuel des associations faisant appel au volontariat et « Jeunesse et patrimoine », où un jeune présente un monument de sa commune. A mi-chemin entre éducation permanente et culture, il range « L'art du geste », une série de petits clips qui présentent chacun un artisan d'art et son travail.

L'éditeur a coproduit avec les autres TVL une émission sur le Traité de Lisbonne.

TVCom a également diffusé « Anneessens – Vie associative d'un quartier populaire bruxellois », de TV Bruxelles ; « Babebibobu », de Télé MB ; « Y'a pas d'âge », de Canal C et des émissions ponctuelles.

En culture, l'éditeur diffuse un agenda culturel régional, « L'agenda » ; une émission de courts métrages documentaires réalisée en collaboration avec Vidéowall ; « Pour faire court », une émission sur la « Nuit de la musique africaine » ; ainsi qu'une série d'émissions ponctuelles mises à dispositions par les autres TVL.

« Dbranché », une émission d'information culturelle pour jeunes, figure au nombre des productions culturelles, mais est également reprise en catégorie animation. Dans ce registre se retrouve aussi « Les apprentoques », « *un reality-documentaire* » qui relate une année scolaire de jeunes élèves en hôtellerie. « Le Festival du rire de Rochefort » et « C'est la fête – Concert Michel Fugain », coproduits par le réseau des télévisions locales, entrent également dans la catégorie animation, de même que « Le

geste du mois » de Canal Zoom ; « Mamemo » d'Olivier Battesti ; « Table et Terroir » de TVLux ; « Comic Hotel » de Matélé ; « Jack Million Band plays Glenn Miller » de Canal C et le « Concert Abbey Road » de RTC.

Enfin, l'éditeur a diffusé deux longs métrages de Charlie Chaplin.

L'éditeur déclare également une série de documentaires : « Explorer le monde », coproduit par Télé Bruxelles et exploration du monde ; « play fast forward », de Christophe Zenko ; « Bangladesh : action de la Fondation Damien » ; « Les creuseurs n'ont pas bonne mine » de Notélé et « Sarayaku indiens d'Amazonie », de Télévesdre.

L'éditeur établit le temps annuel consacré aux différentes missions comme suit :

	Information		Animation		Développement culturel		Education permanente	
	Durée	%	Durée	%	Durée	%	Durée	%
1 <sup>ère</sup> diffusion	12.122	55	2.208	10	3.962	18	3.748	17
Rediffusion	192.175	59	29.320	9	61.886	19	42.339	15
Total des diffusions	204.297	58	31.528	9	65.848	18	46.087	15

L'éditeur déclare que : « pour justifier de cette clé de répartition, il faut se référer aux différents sommaires d'édition fournis en addenda avec les playlists quotidiennes des quatre semaines-échantillon et également, à titre informatif, à la liste des différents invités de l'émission « 7 en BW » en 2008. Dans tous les cas, il appert qu'à tvcom les différentes missions – Information, animation, développement culturel et éducation permanente – ne font pas l'objet d'émissions spécifiques, mais sont abordées de manière transversale dans les principaux programmes récurrents : JT « Espace Région », agenda culturel et associatif « L'Agenda », rencontres avec personnalités régionales « 7 en BW » ou encore magazines de divertissement jeunes avec fort ancrage local et/ou associatif « Débranché » ».

Le volume de première diffusion qui avait considérablement augmenté en 2007 s'est stabilisé cette année. L'éducation permanente et l'information ont légèrement augmenté au détriment des deux autres catégories.

Sur base du classement et de la liste des programmes proposés par l'éditeur, les émissions régulières diffusées au cours de l'année 2008 se répartissent comme suit :

#### Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2008

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	5	1	6	9
Emissions régulières produites en propre	2	1	4	8

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 avec les échanges compris

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	9.04%	10.23%	0.00%	7.77%
Développement culturel	3.16%	0.00%	6.64%	0.00%
Education permanente	1.75%	4.42%	0.00%	2.09%
Information	43.00%	75.68%	65.23%	38.23%

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

L'éditeur déclare que « *TV Com a toujours désiré faire participer l'ensemble de la population du Brabant wallon à travers ses programmes. La télévision locale a aussi toujours veillé à collaborer avec le plus grand nombre d'institutions et associations installées ou œuvrant dans sa zone de couverture* ». A titre d'exemple, il indique que les actions initiées avec le Centre culturel du Brabant wallon (CCBW) ont été poursuivies en 2008 « *au regard de leur succès* ».

Comme lors des exercices précédents, l'éditeur souligne que la rédaction tente de répondre au maximum de sollicitations dont elle fait l'objet, mais précise néanmoins que « *eu égard aux moyens humains et techniques dont elle dispose, la télévision n'est plus en mesure de répondre à toutes les demandes formulées* » et « *se doit donc de faire des choix* ». Néanmoins, la volonté « *de faire toujours l'impossible* » demeure, comme en témoigne la place que laisse « L'Agenda » aux manifestations culturelles et associatives de la Province : « *Quelle que soit l'importance de l'événement, la rédaction tente toujours de présenter un maximum de manifestations culturelles* ». « *Cela va, souligne-t-il, de la production de grands spectacles théâtraux aux parcours d'artistes locaux organisés dans les communes* ».

A contrario, l'éditeur rappelle que « *TV Com ne désire aucunement promouvoir une participation active de la population via des appels téléphoniques ou via la diffusion de SMS sur les antennes* ».

Il ajoute par ailleurs que le nouveau studio devrait, dans le futur, permettre l'accueil et la participation en direct du public, ce qui a été impossible dans l'ancien studio, toujours utilisé en 2008.

L'éditeur déclare enfin répondre « *régulièrement aux sollicitations scolaires pour faire visiter ses locaux, même vétustes, et participer ainsi à une éducation au media* ».

### **Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales**

Sur le plan des valeurs sociales, l'éditeur souligne que « *TV Com a toujours veillé, dans sa programmation, à promouvoir et à sensibiliser les téléspectateurs du Brabant wallon au patrimoine culturel, aux différents modes d'expression et de création* ». Il cite à l'appui les émissions « Dbranché » ou « L'agenda » qui « *font la part belle à toutes des disciplines artistiques émergentes ou confirmées de sa zone de couverture* », l'émission « Dbranché » accordant « *énormément d'importance aux jeunes talents* ». De nombreuses séquences du JT mettent également en valeur la diversité du patrimoine et des pratiques culturelles du Brabant wallon tandis que l'hebdomadaire d'information « 7 en BW » accueille très régulièrement des acteurs de terrain du champ culturel, programmeurs, organisateurs de spectacles, auteurs, comédiens, artistes de nombreuses disciplines. La télévision collabore

également via des partenariats avec les institutions ou associations culturelles de sa zone de couverture.

L'éditeur note que si l'année 2008 n'était pas une année électorale, « *débats et interviews ne se limitent évidemment pas exclusivement au phénomène électoral* ». Il précise ainsi que « *tout au long de l'année, nombre de dossiers concernant directement la participation active de la population à la gestion publique sont relayés* » par TV Com : « *Qu'il s'agisse d'environnement, d'implantation de zoning, de mobilité ou encore de logement, TV Com se fait l'écho dans son journal des différents rapports de force en action dans sa zone de couverture. Ainsi que des projets et initiatives qui parfois – pour importants qu'ils soient – ne resteraient que confidentiels sans une médiatisation responsable* ».

TV Com relève également que l'émission « Les apprentis », qui relate la progression une année durant de jeunes apprentis de l'Horeca, démontre l'importance de l'enseignement et des valeurs qu'il véhicule.

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

L'éditeur déclare que la nouveauté remarquable de l'exercice aura été « *la production dans le cadre d'un partenariat avec la Province d'une série de 27 capsules basées sur le croisement des thèmes Jeunesse et Patrimoine local* » et dans lesquelles un ou plusieurs jeunes présentent « *un monument patrimonial de la commune où il réside* ».

Pour le reste, l'essentiel de la valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française se décline, selon l'éditeur, dans le journal télévisé quotidien de TV Com : « *restauration de sites ou monuments historiques, découvertes archéologiques, spectacles en plein air à Villers-la-Ville ou encore au Château Solvay à La Hulpe, expositions diverses, découverte de collections muséales, journées du Patrimoine, etc.* ».

L'hebdomadaire « 7 en BW » contribue également à cette mission : « *il arrive régulièrement que les personnalités invitées (...) soient des acteurs reconnus du monde culturel et à ce titre directement intéressés ou impliqués dans nombre d'actions ou créations relatives au patrimoine de la Communauté française* ». L'éditeur cite, à titre d'exemple pour 2008, le romancier Philippe Bradfer, le nouveau directeur du centre culturel d'Ottignies Vincent Geens, le scénariste de BD Jean Dufaux ou encore le créateur de mode Bernard Depoorter.

Tout comme il le fait pour le patrimoine de la Communauté française, le JT quotidien met régulièrement en exergue le patrimoine local qui intègre aspect identitaire et folklorique local : « *fêtes de la Saint-Martin à Tourinnes, Tour Sainte-Gertrude à Nivelles, Biennale d'art contemporain à Louvain-la-Neuve, journées Louis XI à Genappe, reconstitutions historiques napoléoniennes à Waterloo, etc.* ». L'éditeur estime ainsi que 25 à 30% des contenus de programmes sont directement liés à la mise en valeur des spécificités locales ou régionales.

Outre le JT et « 7 en BW », le patrimoine bénéficie des couvertures de « L'agenda », proposant régulièrement visites et balades touristiques et/ou patrimoniales en Brabant wallon, de la série « L'art du geste », des capsules qui présentent le travail d'artisans d'art de la province, et de « Pour faire court », qui compile des films de vidéastes non professionnels régionaux.

Selon l'éditeur, la répartition du temps de diffusion accordé à la valorisation du patrimoine s'entend comme suit :

	Patrimoine CF			Spécificités locales		
	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*	Durée quotidienne moyenne	Durée annuelle	%*
1 <sup>ère</sup> diffusion	3'	1180'		8'	2640'	
Rediffusion	43'	15164'		101'	39080'	
Total des diffusions	46'	16344'	4,7%	109'	41720'	12%

\* % exprimé par rapport à la durée annuelle de diffusion des programmes

### **PROGRAMMATION**

(art. 66 §1<sup>er</sup> 6° et art. 66 §1<sup>er</sup> in fine du décret)

*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>1</sup>, la durée des programmes en première diffusion s'élève à 422 heures 30 minutes, soit à 1 heure 10 minutes en moyenne quotidienne, c'est-à-dire presque 20 minutes de plus qu'au cours du précédent exercice.

#### Durée des programmes 2007

	Durée annuelle	Durée quotidienne moyenne
1 <sup>ère</sup> diffusion	22.050'	60,2'
Rediffusion	347.760'	950,1'
Total des diffusions	369.810'	1.010,4'

<sup>1</sup> La déclaration de l'éditeur se base sur la durée théorique des émissions.

Après vérification, le CSA constate que la première diffusion se monte à 313 heures 15 minutes (pour 389 heures 30 minutes en 2007), pour une durée quotidienne de 51 minutes 38 secondes (pour 1 heure 4 minutes 2 secondes en 2007).

La première diffusion, après la hausse de l'exercice 2007, se tasse légèrement, tout en restant supérieure à celle de l'exercice 2006.

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 48 minutes 46 secondes (pour 1 heure 1 minute 48 secondes en 2007).

La production propre des échantillons s'élève, hors échanges, aux pourcentages suivants :

	Semaine 1		Semaine 2		Semaine 3		Semaine 4	
Production propre dont parts en coproduction	4:07:20	91.60%	6:01:30	95.15%	2:10:59	91.54%	2:47:43	100%
Parts en coproduction	0:05:40	2.10%	0:16:43	4.40%	0:12:06	8.46%	0:00:00	0.00%
Programmes extérieurs aux TVL	0:00:00	0.00%	0:00:00	0.00%	0:00:00	0.00%	0:00:00	0.00%
Programmes des autres TVL	2:44:19		0:20:17		0:39:10		3:00:59	

### **Production propre**

En 2008, l'éditeur a produit, en propre<sup>2</sup> :

En information :

- 210 éditions de « Espace région », le JT d'information quotidien, du lundi au vendredi ;
- 43 numéros de « L'info, l'été », la déclinaison estivale du JT ;
- 13 versions de « L'info, l'été – L'hebdo », une compilation hebdomadaire des séquences marquantes diffusées dans « L'info, l'été » ;
- 20 émissions « 7 en BW », l'interview hebdomadaire d'une personnalité du Brabant wallon ;
- 10 émissions « 7 en BW – Nouvelle formule », qui passe de 60 à 40 minutes ;
- 253 bulletins « Météo BW » ;
- 50 éditions du « Journal des régions » ;
- 13 éditions de « L'hebdo BW ».

En sport :

- 40 magazines sportifs « Gradins ».

En animation :

- 43 numéros de « Dbranché », un hebdomadaire culturel à destination des jeunes ;
- 30 capsules quotidiennes des « Apprentoques », un « docu-reality » qui suit des apprentis en hôtellerie ;
- 10 versions élargies hebdomadaires des « Apprentoques ».

En éducation permanente :

- 22 « profils » avec un ancrage régional propre à la version TVCom ;
- 14 « Les petits ruisseaux », avec des séquences spécifiques à TVCom ;
- 32 éditions de « L'art du geste » ;

<sup>2</sup> Seules les émissions régulières sont reprises.

- 15 éditions de « Jeunesse et patrimoine.
- En culture :
- 29 éditions de « L'agenda », hebdomadaire culturel de la région.

Selon l'éditeur, le temps de production propre en 2008 s'élève à 188 heures 20 minutes (pour 173 heures 19 minutes en 2007). Il représente 51.25% (pour 41,99% en 2007) de l'ensemble des programmes de sa première diffusion.

Après contrôle, le CSA estime la durée de diffusion de production propre (avec participation aux coproductions – cf. infra) à 176 heures 39 minutes 54 secondes (pour 177 heures 23 minutes 38 secondes en 2007), soit 79,98% de la première diffusion, hors échanges, et 56,40% avec les échanges avec ces derniers (pour 45,54% en 2007).

### **Coproduction**

En 2008, l'éditeur a coproduit<sup>3</sup> :

En éducation permanente :

- 22 éditions de « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation coproduit avec les autres télévisions locales, pour lequel l'éditeur a contribué à hauteur de 9% pour la réalisation du tronc commun.

En développement culturel :

- 9 éditions de « Pour faire court », une compilation de courts métrages primés lors d'un festival annuel organisé par Vidéowall, auxquels l'éditeur contribue à hauteur de 50%.

L'éditeur déclare une participation aux coproductions de 3 heures 28 minutes (pour 3 heures 45 minutes en 2007), soit 0.94% (pour 0,89% en 2007) de sa première diffusion.

Le CSA, après contrôle, estime la part de TV Com dans la coproduction à 4 heures 59 minutes 54 secondes (pour 3 heures 44 minutes 38 secondes en 2007), soit 1.60% (pour 0,96% en 2007) de la première diffusion vérifiée par le CSA avec les échanges de programmes, et à 2.26% sans ces derniers.

### **Echanges de programmes**

Au nombre des échanges de programmes, l'éditeur cite entre autres « Anneessens – Vie associative d'un quartier populaire bruxellois », de TV Bruxelles ; « Babebibobu », de Télé MB ; « Le geste du mois », de Canal Zoom ; « Table et terroir », de TVLux ; ainsi que de nombreuses émissions ponctuelles ou non régulières comme « Mobil'idées », de Télévesdre ; « Direct Doudou Mons », de Télé MB ; « American Music Festival Cerexhe », de RTC ; « Y'a pas d'âge », de Canal C ; les matches de basket de Télésambre, RTC et Notélé, etc.

### **Programmes mis à disposition, achats et commandes de programmes**

L'éditeur déclare que « la diffusion de deux longs métrages muets de Charlie Chaplin (*A Dog's Life – The Kid*) a fait l'objet d'un échange en espace publicitaire avec la société distributrice sous proposition de Télésambre Charleroi (...).

La diffusion de la série de dessins animés pour la jeunesse « Mamemo » a fait l'objet d'un accord d'échange avec le producteur Olivier Battesti (...). Le même accord a été renouvelé en 2007 et 2008 ».

<sup>3</sup> Seules les émissions régulières sont reprises.

Par ailleurs, l'éditeur cite dans les programmes mis à disposition par d'autres télévisions locales : les 10 émissions « Télévox » de la Défense ; « Play fast forward – expédition alpiniste » de Christophe Zenko ; les deux longs métrages de Charlie Chaplin ; le match de « Basket Anvers – Spirou » de la VRT ; « Rencontre avec Jacques Rogge » de Jean-Louis Mahoux ; « Mamemo » de Olivier Bettesti et « D'un mur à l'autre » dont le producteur n'est pas nommé.

Ces programmes semblent pourtant ne pas avoir été produits par des TVL et devraient probablement entrer dans la catégorie des achats et commandes de programmes.

### **Publicité**

L'éditeur estime la durée annuelle totale réelle des publicités à 863 heures (805 heures 50 minutes en 2007), ce qui représente selon lui 14% des programmes en première diffusion.

	Espaces publicitaires	Habillage antenne et autopromotion	Programmes hors publicité	Total antenne	Pourcentage publicité
Total des diffusions	51.780'	2.780'	315.250'	369.810'	14.0%

Il souligne que « les espaces publicitaires comprennent aussi bien des spots purement commerciaux, des spots institutionnels, culturels ou même humanitaires. On y trouve donc aussi bien de la publicité pour marques nationales (réseaux de concessionnaires automobiles, grande distribution), pour commerces locaux et PME, des partenariats culturels ou échanges de visibilité (Théâtre Jean Vilar, Abbaye de Villers-la-Ville, Inc'Rock Festival), des campagnes d'information ou de sensibilisation émanant du Gouvernement wallon (libéralisation de l'énergie, primes à la rénovation), de la communication institutionnelle émanant de la Province du Brabant wallon (enseignement provincial, BW en Fête, artisans d'art) ».

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon révèle que la publicité représente entre 5.51% et 16.05% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 9.83%) de l'ensemble des programmes diffusés. A trois reprises, le temps de transmission quotidien consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion a été dépassé.

L'éditeur n'a formulé aucune remarque sur ces dépassements, malgré la demande du CSA.

	Lundi	mardi	mercredi	Jeudi	vendredi	samedi	dimanche	Moyenne de la semaine
Semaine 1	8.87%	7.89%	8.57%	8.33%	8.36%	6.52%	4.64%	7.59%
Semaine 2	8.61%	9.92%	11.88%	8.86%	6.98%	7.80%	7.70%	8.82%
Semaine 3	10.07%	13.37%	11.85%	6.19%	8.54%	8.43%	9.44%	9.69%
Semaine 4	11.39%	<u>16.05%</u>	<u>15.80%</u>	<u>15.24%</u>	12.95%	11.16%	9.99%	13.22%
								9.83%

L'éditeur ne précise pas la durée des publicités insérées dans les directs de basket-ball dont il n'a pas la maîtrise.

Celle-ci est néanmoins communiquée à la demande du CSA 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)

*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 ;*
- *assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes ;*
- *avoir mis en œuvre les procédures destinées à respecter la législation sur les droits d'auteur et les droits voisins.*

### **Journalistes professionnels**

L'éditeur compte parmi son personnel 13 journalistes agréés, dont le directeur « de la planification et de la continuité » qui est aussi rédacteur en chef, 1 réalisateur et 3 cameramen. De plus, 5 journalistes, dont 2 cameramen, remplissent les conditions pour prétendre au titre de journaliste professionnel.

La rédaction se compose du rédacteur en chef, d'un secrétaire de rédaction, d'un éditeur sport, de 9 journalistes, dont 6 agréés, ainsi que de 2 présentateurs pigistes.

L'éditeur déclare recourir à la pige en cas de remplacement des cameramen malades ou en congé, de renfort sur des prestations extérieures et de prestations spécialisées ou ponctuelles telles le maquillage, l'infographie...

### **Société interne de journalistes**

La société des journalistes de TV Com a été créée le 11 octobre 2004 et reconnue le 31 janvier 2006. Elle se compose de l'ensemble des journalistes de TV Com – y compris le rédacteur en chef – ainsi que des techniciens en possession d'une carte professionnelle de journaliste.

L'éditeur indique que « *comme lors du dernier exercice, la société interne des journalistes a été peu active* ». Il souligne toutefois que « *les principales discussions concernant la ligne éditoriale de la chaîne sont régulièrement débattues en réunion de rédaction* », où la majorité des membres de la SDJ est représentée. Ceux-ci y « *expriment directement leurs avis et opinions* ». L'éditeur estime que « *le message transmis, à l'initiative du rédacteur en chef, peut être assimilé à une communication à la société des journalistes en ce qui concerne les grandes orientations rédactionnelles* ».

L'éditeur ajoute que « *depuis l'arrivée de la nouvelle direction, des rencontres formelles et officielles ont été organisées afin de communiquer l'ensemble des décisions importantes concernant l'évolution de TV Com (conseil d'administration, nouveau studio...)* ».

L'éditeur signale l'existence d'un conflit entre la société des rédacteurs et le responsable de production et réalisation sur la forme – utilisation de l'antenne dans le cadre d'un conflit interne- et le fond d'une rubrique commentée par ce dernier. Ces deux aspects ont été traités respectivement par le Bureau et le comité de programmation.

### **Règlement d'ordre intérieur**

Le règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information, élaboré par Videotrame, a été adopté par TV Com le 20 février 1997.

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

En matière de responsabilité et de maîtrise éditoriales, l'éditeur souligne que le rédacteur en chef, secondé par le secrétaire de rédaction, est seul maître à bord : « *Il choisit les sujets à traiter sur base des propositions des journalistes, il détermine la ligne de traitement du contenu, il intervient en cas de litige ou d'interpellation, il coordonne également le planning quotidien des journalistes, cadres et éventuellement pigistes (...)* ».

Le choix final des sujets diffusés chaque jour, l'ordre de passage des séquences, le minutage des sujets alloués (travail d'édition) est une prérogative du rédacteur en chef, ou, par délégation, du secrétaire de rédaction.

L'éditeur souligne qu'en son sein, « *les responsabilités éditoriales sont clairement structurées : au rédacteur en chef tout ce qui ressort du rédactionnel et du traitement journalistique. A la direction tout ce qui ressort du financement, du commercial, de l'institutionnel et de la représentation extérieure* ».

Le Comité de programmation est composé d'administrateurs ainsi que du directeur, du rédacteur en chef et du responsable d'antenne. Il supervise la programmation de TV Com : « *ce comité avalise – ou modifie – des propositions d'émissions émanant de l'équipe. Il autorise également la diffusion sur TV Com de programmes produits par d'autres télévisions locales ou régionales de la Communauté française. Enfin, il procède à une évaluation régulière des émissions diffusées, et propose éventuellement des modifications à celles-ci* ».

L'éditeur signale que « *le rédacteur en chef n'a pas matériellement et temporellement la possibilité de visionner tous les sujets avant leur diffusion. Il prévaut dès lors une véritable confiance entre celui-ci et l'équipe de TV Com* ». Néanmoins, tous les programmes extérieurs « *sont visionnés préalablement à leur mise à l'antenne* ».

### **Equilibre entre les diverses tendances idéologiques**

Les articles 5 et 6 du règlement d'ordre intérieur lient l'objectivité à la recherche d'une représentation équilibrée entre les diverses tendances idéologiques.

L'éditeur déclare que tout au long de l'année, dans tous les reportages (thématiques sociales, économiques, culturelles et de politique locale), TV Com donne la parole aux différents protagonistes : « *Cette approche permet de confronter les points de vue* ».

L'éditeur précise que si la zone de couverture de TV Com ne lui permet pas de couvrir tous les conseils communaux de la région, les gros dossiers relatifs au développement communal ou les polémiques entre majorité et minorité « *sont systématiquement traités en comprenant les interventions « pour » et « contre* ».

Aucun problème ne s'est posé en la matière en 2008.

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

Les deux premiers articles du règlement d'ordre intérieur soulignent que « *l'esprit de rigoureuse objectivité constitue une exigence fondamentale. L'objectivité requiert une information largement multilatérale en vue de servir la connaissance du réel et la recherche de la vérité. (...) L'objectivité implique que le journaliste fasse preuve de compétence, d'exactitude, de sens critique, d'honnêteté et d'impartialité* ».

L'éditeur indique qu'« *en matière d'indépendance, TV Com s'appuie sur le respect strict de la déontologie professionnelle telle que définie tant par le CSA que par les associations reconnues de journalistes (AJP)* ». Si les journalistes sont confrontés à un problème d'interférence ou d'injonction émanant d'un quelconque niveau de pouvoir, voire d'un individu particulier, ils en réfèrent automatiquement et instantanément au rédacteur en chef, « *qui défendra systématiquement leur liberté de parole et d'expression, pour autant qu'aucune erreur déontologique n'ait été commise* ». Le rédacteur en chef assure d'ailleurs un débat permanent avec les journalistes sur les différentes façons de garantir l'objectivité et l'indépendance dans toutes les situations particulières rencontrées au jour le jour dans le cadre de leur travail. « *En cas de différend non élucidé entre rédacteur en chef et journalistes, ceux-ci peuvent en appeler au conseil d'administration pour arbitrage, ainsi qu'à leurs associations professionnelles le cas échéant* ».

L'éditeur conclut qu'en pratique, il n'a pas été nécessaire de recourir à ces procédures dans le courant de l'exercice 2008.

### **Ecoute des téléspectateurs**

L'éditeur note que les réactions des téléspectateurs ont été « *encore moins nombreuses* ». La majorité de celles-ci s'expriment par courriel, quelques-unes par courrier.

Il s'agit essentiellement de demandes de précisions sur la programmation ou la qualité de la diffusion. L'éditeur souligne qu'« *il est fait en sorte de répondre à toutes les demandes ou plaintes. La majorité du temps, les réponses se font par courrier électronique ou par téléphone* ».

L'éditeur intègre à son rapport d'activités « un des rares exemples de plainte relative au contenu » : un commerçant se plaint de ne pas avoir été interviewé, contrairement à une autre enseigne, lors de l'implantation d'un nouveau concurrent dans le secteur de la librairie à Louvain-La-Neuve. L'éditeur fournit également la réponse apportée.

En outre, l'éditeur a reçu de nombreuses plaintes portant sur le même objet : suite à d'importants problèmes techniques (*une panne de « scopus »*), la diffusion des programmes en direct, y compris la captation de compétitions de basket, n'a pu être effectuée durant 6 à 8 semaines. L'éditeur joint au rapport la réponse apportée aux plaignants.

### **Droits d'auteur**

L'éditeur fournit plusieurs pièces qui attestent du respect de l'obligation.

### **SERVICES**

(art. 68 du décret)

*§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**

Le vidéotexte de TV Com diffuse en continu, hors période d'émissions, une série de pages fixes avec fond sonore musical. Ce vidéotexte se compose des rubriques « culture et associatif », « sport », « services publics », « immobilier », « publicité commerciale », « emploi », « infos diverses de TV Com ».

L'éditeur estime la durée totale annuelle du vidéotexte à 2.600 heures, soit à environ 7 heures 7 minutes en moyenne quotidienne. La part publicitaire est de 30% (780 heures par an), celle relative à TV Com de 10% et celles concernant les autres rubriques de 60%. L'éditeur précise que la rubrique immobilière est réalisée en collaboration avec TV One.

### **Télétexte**

L'éditeur déclare qu'« aucune solution n'a été apportée » aux nombreux problèmes rencontrés durant l'année 2007. L'éditeur estime qu'il faut envisager « une mutualisation des moyens techniques et humains avec d'autres télévisions locales pour remplacer l'existant par un programme plus performant ». Le télétexte de TV Com mettait à disposition la grille des programmes de la chaîne, une rubrique de la

Ligue des Familles reprenant différents événements culturels en Brabant wallon, et, en principe, les annonces emploi du FOREM. Aucune publicité n'est diffusée.

### **Internet**

Le site de TV Com ([www.tvcom.be](http://www.tvcom.be)) a été renouvelé le 1<sup>er</sup> avril 2008, il s'agit maintenant « *d'un réel outil dynamique de gestion de contenu, qui peut être alimenté et mis à jour quotidiennement. La grande nouveauté est (...) la mise en ligne du JT quotidien et de chaque séquence individuellement* ».

L'éditeur annonce que les autres émissions feront partie de la diffusion internet au fur et à mesure du développement du site, ce qui a été le cas du magazine sportif dès le mois de septembre. Les résultats sportifs sont diffusés dès le dimanche soir, classés par sport et division.

Le site propose également diverses informations administratives et « *les documents officiels* » (conseil d'administration, bureau, bilan 2007, ...) de la télévision. Aucune publicité n'y est diffusée. L'éditeur précise qu'« *il n'y a pas de recette commerciale liée à ce service* ».

### **COLLABORATIONS**

(art. 69 du décret)

*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 déclare avoir particulièrement souhaité s'inscrire dans la logique d'échanges de programmes en direct avec les autres télévisions locales en 2008, par la diffusion des directs proposés par les autres chaînes et par la captation de la nuit de la musique africaine à Ottignies proposée en direct sur les autres chaînes locales.

TV Com échange régulièrement des séquences avec Canal Zoom. En 2008 comme en 2007 et 2006, celles-ci ont surtout porté sur des sujets politiques. D'autres échanges de reportages ont également cours avec les autres télévisions locales dans le cadre d'émissions hebdomadaires comme « Le journal des régions ». De façon plus ponctuelle, TV Com fournit des séquences de présentation de spectacles théâtraux sollicitées par les chaînes dans la zone desquelles se produisent en déplacement les compagnies du Brabant wallon.

L'éditeur indique que l'essentiel des échanges TV Com porte sur les programmes : ont ainsi été « exportés » l'hebdomadaire sportif « Gradins » (Canal Zoom) et l'émission hebdomadaire pour jeunes « Dbranché » (notélé, MATélé, Télèvesdre, Télé Bruxelles, Télésambre et RTC Télé Liège).

L'éditeur évoque en outre une réflexion menée en 2008 avec Télébruxelles pour un échange de JT respectifs - pour lequel les télévisions ont à ce stade trouvé un accord de principe, faute de moyens techniques dans l'ancien studio de TV Com – ainsi que quelques échanges de programme avec TV Brussel et « Ring TV », consoeurs néerlandophones.

Au nombre des programmes « importés » figurent « Table et terroir » (TV Lux), « Le geste du mois » (Canal Zoom) et « Comiqu'hôtel » (Ma télé).

## **RTBF**

Comme les années précédentes, l'éditeur constate d'emblée que les échanges d'images ou les coproductions avec la RTBF télévision demeurent peu nombreux. Si l'année 2006 avait permis des coproductions électorales, « *l'année 2007 aura été nettement moins fertile en collaborations* » et « *en 2008, malgré la bonne volonté, la tendance est restée la même* ».

En 2008, TV Com a, déclare l'éditeur, continué à participer à la coproduction des « Niouzz », pour laquelle il a proposé 12 séquences (contre 4 en 2007), ce qui vient rencontrer son souhait de l'exercice précédent d'assurer de manière « *plus intense* » les synergies relatives à cette émission.

Concernant les échanges d'images avec la RTBF, l'éditeur est plus optimiste que les années précédentes, car l'année 2008 a fait l'objet de transferts réguliers de rush de TV Com vers la rédaction sportive de la RTBF, essentiellement au sujet de l'AFC Tubize qui jouait à l'époque sa montée en division 1.

L'éditeur estime que « *la collaboration a donc été intéressante dans cette matière et est à souligner* ». En effet, selon l'éditeur, « *la situation géographique de TV Com est souvent responsable du manque d'échanges d'images entre les deux télévisions. Bruxelles n'étant pas loin du Brabant wallon, les équipes du JT de la RTBF se déplacent plus régulièrement* ».

L'éditeur reprend l'extrait de l'avis du Collège d'autorisation et contrôle du CSA relatif à son exercice 2007 en déclarant que « *les conclusions de ce contrôle sont parvenues à TV Com à la moitié du second semestre. Malgré la réaction de TV Com et la bonne volonté des deux parties, des résultats concrets d'échanges n'ont pu avoir lieu fin 2008* ». L'éditeur annonce néanmoins que « *des négociations sont en cours dans l'espoir d'aboutir à de nouvelles collaborations en 2009* ».

Pour finir, l'éditeur « *tient à souligner le rôle de la fédération dans ce type de dossier* ». Les télévisions locales étant toutes plus ou moins concernées par cette problématique, l'éditeur estime qu'il « *serait opportun de développer des synergies ensemble, via justement la fédération* ».

## **Autres médias**

L'éditeur indique que « *comme souligné aux membres du CSA, suite à leur conclusion sur la composition du Conseil d'administration de TV Com, les relations avec la radio locale Antipode ont été limitées afin d'éviter tout conflit d'intérêt* ».

## **Associations**

L'éditeur évoque sa captation de la Nuit de la musique africaine, qui est présentée comme une véritable collaboration avec ses organisateurs : « *ceci s'est avéré un réel succès au final et une évidence quant à la reconduction, si les moyens budgétaires le permettent, de cette coopération* ».

## **ORGANISATION**

(art. 70 §1<sup>er</sup> du décret)

*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.*

Le conseil d'administration de la télévision locale renouvelé une première fois suite aux élections communales de 2006 le 29 mai 2007 et remanié le 15 octobre 2007 a été modifié lors de l'assemblée générale de 2008.

Pour rappel, dans son avis relatif à l'exercice 2007, le Collège d'autorisation et de contrôle invitait l'éditeur à revoir sans délai la composition de son conseil d'administration de manière à éviter toute incompatibilité, au regard de l'article 72 du décret sur la radiodiffusion. « *Considérant qu'il est de bonne administration de permettre au président de clôturer la mission qui lui a été confiée de manière temporaire par l'assemblée générale de l'éditeur, que celui-là s'engage en outre à quitter sa fonction au sein de TV Com dès lors qu'il en aura rendu compte à cette même assemblée générale, soit au mois de juin 2009* », le Collège a décidé, dans son avis du 15 janvier 2009, « *de reporter la vérification de cette obligation au mois de juillet 2009. D'ici là, il invite l'éditeur à veiller de manière particulière à garantir sa stricte indépendance et à éviter tout conflit d'intérêt entre les médias concernés* ».

L'éditeur confirme la présence du président de son C.A. au 31 décembre 2008 et rappelle son engagement à se mettre en conformité « *au plus tard lors de la prochaine Assemblée générale de l'abl, (...) le 24 juin 2009*. A la date du présent avis, le Président a remis son mandat.

Par ailleurs, l'éditeur signale que le conseil communal de Wavre a souhaité remplacer sa représentante par un autre conseiller communal, de la même couleur politique (MR). Le CSA constate également un changement de représentant d'une même association, ainsi qu'un autre changement de représentant d'un même conseil communal (Mont-Saint-Guibert) de la même couleur politique (MR).

Le CSA constate également le départ en 2008 de l'un des deux représentants du télédistributeur SEDITEL.

Lors du précédent exercice Le Collège estimait que l'exercice combiné de fonctions de décision au sein d'une télévision locale et d'un télédistributeur pourrait être de nature à compromettre l'indépendance de la télévision. Il notait cependant que l'incompatibilité relevée n'avait pas lieu d'être dès lors que, suite à la restructuration des câblodistributeurs, les administrateurs concernés n'exercent plus de fonction dirigeante auprès du distributeur.

Ces changements n'entraient pas l'équilibre constaté à l'issue de l'exercice 2007 et le respect de l'article 70 est maintenu au cours de l'exercice 2008.

Les principales décisions du comité de programmation en 2008 ont porté sur des avis sur la grille des programmes, sur les nouveaux projets d'émission et sur les programmes échangés. L'éditeur souligne que « *des avis ont également été donnés quant à la convention passée avec la Province du Brabant wallon. Celle-ci concerne notamment le contenu des coproductions, l'indépendance éditoriale et la notion d'espaces concédés* ».

Une réflexion a par ailleurs été menée par cet organe en septembre 2008 en vue de définir les lignes directrices pour les futures productions, notamment liées au nouveau studio en finition. Le comité s'est penché sur une réflexion générale sur le contenu des programmes d'une télévision locale, leurs nouveaux projets, ainsi que sur un état des lieux de leurs programmes actuels et les priorités pour les mois à venir (janvier 2009 et septembre 2009).

## AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

TV Com a respecté ses obligations pour l'exercice 2008 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 droits d'auteur, de synergies avec les TVL.

Concernant les synergies avec la RTBF, le Collège d'autorisation et de contrôle constate une amélioration du nombre de synergies et une volonté de poursuivre cette amélioration pour le prochain exercice. Le Collège encourage l'éditeur à poursuivre dans cette voie.

Le Collège constate la mise en conformité de l'éditeur au regard de l'article 72 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, conformément à son avis relatif au contrôle de la réalisation de l'obligation de TV Com en matière de composition de son conseil d'administration du 15 janvier 2009.

Le Collège convient de procéder avec les parties intéressées, au regard des dispositions décrétales notamment relatives à l'indépendance de la programmation, à une évaluation des programmes faisant l'objet de collaborations avec des autorités et organismes publics, transversalement pour l'ensemble des télévisions locales dans le courant de l'actuel exercice 2009.

Le Collège relève qu'à trois reprises au moins, TV Com a dépassé le temps de transmission quotidien consacré à la publicité tel que fixé à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, bien que des mesures structurelles aient été annoncées par l'éditeur pour prévenir de tels dépassements. Il rappelle par ailleurs que la publicité non commerciale reste de la communication publicitaire au sens du décret.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle décide de notifier à TV Com le grief d'avoir, à plusieurs reprises durant l'exercice 2008, dépassé le temps de transmission consacré à la publicité, en contravention à l'article 20 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

Fait à Bruxelles, le 24 septembre 2009.