

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n°29/2006

Contrôle de la réalisation des obligations de Canal C pour l'exercice 2005

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 2005, en fondant son examen sur le rapport transmis par l'éditeur et sur des compléments d'informations demandés par le CSA.

Le présent avis porte sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2005.

HISTORIQUE ET STATUTS

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.

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

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

L'éditeur indique qu' « un accord est intervenu avec Télésambre pour intégrer Sambreville à la zone de couverture de Canal C à la date du 1^{er} janvier 2006 ».

L'éditeur a modifié ses statuts le 7 décembre 2004, afin de les mettre en conformité tant avec la loi du 2 mai 2002 sur les asbl qu'avec le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion. Toutefois, le nombre des administrateurs publics est régi par une règle plus stricte que celle du décret : le conseil d'administration « ne peut être composé pour plus de 40% de ses membres de personnes visées à l'article 1^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels ».

L'article 70 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion énonce que « 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^{er} du décret du 5 avril 1993 relatif à la dépolitisation des structures des organismes culturels ». L'éditeur déclare que sur 23 membres, le conseil d'administration compte 10 mandataires du secteur public pour 12 représentants des secteurs associatif et culturel. Siège également un représentant d'un télédiffuseur avec mandat effectif.

CONTENU DES PROGRAMMES

(art. 64 et 67 §1^{er} 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. (...)

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.

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

L'éditeur produit et diffuse « L'info », un journal d'informations locales, six jours sur sept, ainsi que « Start », un magazine qui donne les résultats des rencontres sportives. « Campus », une émission centrée sur la vie universitaire à Namur et produite par Fac TV (FUNDP), est reprise au nombre des programmes d'information, tout comme deux émissions dites de « commande », « Place communale » et « Zone de police », la première produite par l'administration communale d'Andenne et consacrée à la présentation d'un service communal, de travaux en cours..., la seconde produite par la zone de police Les Arches, qui présente conseils de prudence, services et préoccupations du moment.

En matière de culture, l'éditeur produit « Cin'Echo », un magazine hebdomadaire qui présente les sorties cinéma à Namur, « Couleurs locales », l'actualité culturelle de la région, « TéléMémoire », une plongée mensuelle dans l'actualité d'il y a 10 ans, « Confidences », un magazine hebdomadaire de rencontre de personnalités namuroises et « Au-delà de l'info », le portrait hebdomadaire de personnes ou d'organisations namuroises. A cela s'ajoutent encore plusieurs captations et/ou présentations

ponctuelles de spectacles organisés dans la région (« Fêtes de Wallonie », « FIFF », « Namur en mai », « Concert des Ti Tchapias... »).

D'autres émissions coproduites ou produites par d'autres TVL sont également rangées à la rubrique développement culturel : « Longue vue et courte distance », un magazine d'informations transfrontalières (Canal C, Canal Zoom, Vidéoscope, France 3), « Prospectives », un magazine économique (Canal C, Canal Zoom, Vidéoscope, le Bureau économique de la province), « Le geste du mois », magazine horticole (Canal Zoom), « Vivre en Sambre », magazine d'investigation sur des sujets de société (Télésambre) et « Table et terroir », magazine culinaire (TV Lux).

En matière d'éducation permanente, l'éditeur coproduit « Profils », le magazine de l'emploi et de la formation. Il diffuse également « Images et Savoir », un magazine qui présente les progrès de la science au quotidien, produit par Fac TV (FUNDP).

A la rubrique animation, l'éditeur classe deux productions maison, « 109 », une émission « *par et pour les jeunes* » et « Envie de sport », un magazine consacré aux loisirs actifs. Le basket féminin produit également par Canal C, comme le basket masculin coproduit par plusieurs TVL et la RTBF, est également repris dans les programmes d'animation.

Sur base du classement et de la liste des programmes fournis par l'éditeur, les émissions régulières proposées au cours de l'année 2005 par Canal C se répartissent comme suit :

Répartition des émissions régulières proposées par l'éditeur en 2005

	Animation	Développement culturel	Education permanente	Information
Emissions régulières (toutes productions confondues)	3	11	2	5
Emissions régulières produites en propre (hors coproductions éventuelles) ¹	2	5	0	2

Parts de l'information, de l'animation, du développement culturel et de l'éducation permanente produites en propre (hors production assimilée) dans la 1^{ère} diffusion des quatre semaines d'échantillon

	Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Animation	0,00%	5,89%	0,00%	4,95%
Développement culturel	16,43%	5,87%	44,90%	0,00%
Education permanente	0,43%	0,39%	0,00%	0,30%
Information	65,53%	49,09%	55,10%	47,14%

¹ 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.

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 télévisé, mais également dans des émissions spécifiquement consacrées à des rencontres (« Confidences », « Start », « Envie de sport »), où il invite régulièrement des responsables d'association, des organisateurs de manifestations, des acteurs de projets positifs pour la population, ...

Il souligne 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* », comme lors de la journée des voisins, où l'éditeur a été sollicitée par des « voisins » actifs pour rendre compte des relations qui se créent entre les habitants d'un même quartier.

Enjeux démocratiques et renforcement des valeurs sociales

Selon l'éditeur, Canal C contribue à mettre en avant la diversité culturelle, 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 couverture. La chaîne donne également régulièrement la parole aux élus locaux et aux initiatives locales (associations de parents, d'habitants, collectifs locaux).

PRODUCTION PROPRE

(art. 66 §1^{er} 6° et art. 66 §1^{er} 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.

Selon l'éditeur, la durée moyenne des programmes en première diffusion s'élève à 1 heure 9 minutes 36 secondes, soit près de 15 minutes de plus qu'en 2004.

L'éditeur estime en outre que la production propre représente 75% de la durée annuelle des programmes (rediffusions comprises), pour 10% la coproduction, 10% les échanges et 5% les achats.

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 les proportions suivantes de production propre et assimilée² : 93,21% pour la première

² En principe, seuls les échanges de production propre au sens strict du terme (100%) peuvent être assimilés. La valorisation d'une coproduction en production propre ne peut se faire que si la télévision a valorisé de façon précise son intervention dans le coût total. Toutefois, faute d'une approche toujours

semaine, 93,87% pour la deuxième, 100% pour la troisième et 94,90% pour la quatrième.

La durée hebdomadaire des programmes proposés par l'éditeur tend à s'accroître, à l'occasion grâce à la transmission en direct de rencontres sportives. Cet accroissement se traduit par une baisse du taux de production propre réelle (hors production assimilée), qui reste alors néanmoins supérieure aux 50% : 82,40% pour la première semaine, 61,87% pour la deuxième, 100% pour la troisième et 52,39% pour la quatrième.

TRAITEMENT DE L'INFORMATION

(art. 66 §1^{er} 5°, 7°, 8°, 9°, 10° 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.*

Journalistes professionnels

L'éditeur compte 12 journalistes agréés parmi son personnel. Tous, à l'exception du directeur, sont membres de la rédaction.

Société interne de journalistes

L'éditeur déclare à propos de la SDJ que « le CSA possède déjà l'entière responsabilité du dossier » lié à l'instruction consécutive au contrôle pour l'exercice 2004. Il souligne qu' « il n'y a pas eu de changement en 2005, si ce n'est que les journalistes ont été consultés à plusieurs reprises »,

précise de la part de tous les éditeurs et afin de simplifier la présentation des données, les chiffres repris ici assimilent et les échanges et l'entière responsabilité des coproductions des télévisions locales.

dans le cadre de l'organisation de la rédaction après le licenciement de la rédactrice en chef.

Dans sa décision du 19 avril 2006 relative au contrôle pour l'exercice 2004, le Collège notait qu'« 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, quelle que soit leur fonction. En revanche, précisait-il, l'éditeur n'est pas tenu de reconnaître une société interne de journalistes qui se voudrait représentative d'autres catégories du personnel ». Pour l'exercice 2004, tel était le cas de la société interne de journalistes de Canal C. Le Collège d'autorisation et de contrôle a dès lors estimé que cet argument justifiait de ne pas prononcer de sanction en l'espèce.

En date du 3 août 2006, l'éditeur déclare qu'« à la suite de la décision prise le 19 avril 2006 par le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA, la SDJ de Canal C a procédé fin juin 2006 à sa dissolution. La nouvelle société n'est pas encore constituée à ce jour. Si nécessaire, nous rappellerons début septembre aux intéressés qu'il leur appartient d'agir dans ce sens ».

Règlement d'ordre intérieur

L'éditeur signale qu'une nouvelle charte rédactionnelle est en cours de rédaction. En attendant, 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.

Responsabilité éditoriale et maîtrise de l'information

L'éditeur met en avant les réunions quotidiennes de la rédaction ainsi que la réunion hebdomadaire de planification, de concertation et de discussion comme dispositifs visant à garantir la maîtrise éditoriale. Il souligne qu'une charte rédactionnelle est en élaboration.

Équilibre entre les diverses tendances idéologiques

Canal C déclare veiller à cet équilibre via l'établissement d'un règlement spécifique en période d'élection, ce qui ne fut pas nécessaire en 2005, année non électorale.

Les articles 5 et 6 de la charte en élaboration recommandent, comme l'ancien ROI, 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.

Indépendance, objectivité et respect des principes démocratiques

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 %.

Pour le reste, il indique qu'une charte rédactionnelle est en cours d'élaboration. Cette charte, à l'instar de l'ancien ROI, souligne que « *l'esprit de rigoureuse objectivité constitue une exigence fondamentale* ». Les articles 1 et 2 définissent ensuite les tenants et aboutissants de ce principe d'objectivité.

VALORISATION DU PATRIMOINE CULTUREL DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE ET SPECIFICITÉS LOCALES

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

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

Selon l'éditeur, la plupart des émissions dédiées à l'information ou au développement culturel mettent en avant le patrimoine de la Communauté française : « 109 », « Au-delà de l'info », « Cin'écho », « Couleurs locales », « Sur le bout des doigts », « Le tremplin du rire », « L'info », « Longue vue et courte distance »... De nombreux autres programmes plus ponctuels rencontrent également ce même objectif, qu'ils soient produits en propre (« FIFF », « Namur en mai », « Esperanzah », « Concert contre la dette », « Festival Film nature », « Hommage à Robert Delieu », « La marche Saint-Feuillen », « Messe en wallon », « Nam in Jazz », ...), coproduits (« Les mérites sportifs de la Communauté Française », « Staracomédie », « Le Festival du rire », la retransmission des débats sur la constitution européenne au Parlement wallon) ou échangés avec les autres TVL (« Les amuse-gueule », « Concert NRJ », « Festival de danses de Saint-Ghislain », « Le barbier de Frameries », « Bosch », ...).

La plupart des émissions produites en propre touchent aux spécificités locales : information (« L'info »), sport (« Envie de sport »), culture (« Au-delà de l'info », « Cin'écho », « Confidences »), divertissement (« 109 »), souvenir (« TéléMémoire »), ...

ECOUTE DES TÉLÉSPECTATEURS

(art. 66 §1 11° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

Pour être autorisée et pour conserver son autorisation, chaque télévision locale doit (...) assurer l'écoute des téléspectateurs et le suivi de leurs plaintes.

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 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 télédistributeur. Lui-même interpelle régulièrement les câblodistributeurs à cet égard.

DROITS D'AUTEUR

(art. 66 §1 12° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion)

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.

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

PUBLICITÉ ET VIDEOTEXTE

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

§1^{er} 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.

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

§ 1^{er} 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.

L'éditeur déclare avoir mis en œuvre un programme de vidéotexte avec images, textes déroulants, logos... au mois de juillet 2005. L'insertion de pages publicitaires (annonces immobilières et automobiles) n'a démarré qu'en décembre. L'estimation du nombre d'heures du vidéotexte s'élève à 3.000 heures depuis le 1^{er} juillet 2005.

L'éditeur estime la durée annuelle des publicités à 6 heures, soit 13,25% de la programmation.

L'analyse de la conduite d'antenne pour les quatre semaines d'échantillon indique que la publicité représente entre 5,02% et 7,85% (soit une moyenne pour les quatre périodes de 5,92%) de l'ensemble des programmes diffusés. Aucun dépassement n'a été observé. Toutefois, le mode de présentation de l'échantillon ne permet pas d'établir ces chiffres avec précision.

SYNERGIES AVEC LA RTBF

(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.

L'éditeur déclare qu'il a régulièrement échangé des images avec la RTBF dans le cadre de séquences d'information générale et sportive ou d'émissions culturelles (« Fort en tête », « Java », « Ca bouge »). Il a, à l'instar d'autres TVL, participé à la réalisation de quatre séquences pour « Les Niouzz » et de l'émission spéciale consacrée au tsunami, qu'il a diffusée également sur son antenne et préparé un travail commun sur les élections du 8 octobre 2006.

Canal C a également réalisé des interviews en commun avec VivaCité et collaboré régulièrement avec la chaîne publique sur des questions de marketing, de partenariats ou de fabrication de spots publicitaires.

AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Canal C a respecté ses obligations pour l'exercice 2005 en matière de contenu des programmes, de production propre, de valorisation du patrimoine culturel de la Communauté française et de ses spécificités locales, d'écoute des téléspectateurs, de droits d'auteur, de durée publicitaire et de synergies avec la RTBF.

Le Collège invite l'éditeur à adapter la présentation des échantillons aux exigences du contrôle, à savoir fournir la liste et la durée individuelle de tous les programmes diffusés dans la boucle et dans les éventuels débouclages, dans l'ordre chronologique de diffusion à l'antenne. Ceci concerne également les plages publicitaires encadrant les programmes acquis à l'extérieur.

Le Collège rappelle à l'éditeur qu'il est responsable de l'ensemble des programmes qu'il diffuse. Le recours à des programmes « clé sur porte » ne le dispense pas de cette responsabilité. 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 telle que définie à l'article 36 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion s'avère dans ce cas d'espèce indispensable.

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.

Dans sa décision du 19 avril 2006 relative au respect de cette obligation pour l'exercice 2004, le Collège d'autorisation et de contrôle a considéré qu'« *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* ». De même, il a indiqué que « *si la société interne de journalistes se donne des objectifs plus larges que ceux prévus par le décret, (...), l'éditeur est en droit de ne reconnaître celle-ci qu'exclusivement pour les compétences prévues à l'article 66 § 1^{er} 7^o du décret. L'éditeur ne pourra toutefois arguer de ces objectifs plus larges de la société interne pour ne pas la reconnaître de manière restrictive* ». Enfin, le Collège a souligné qu'il n'appartient pas à l'éditeur de constituer lui-même une société interne de journalistes.

Le Collège prend acte de la dissolution de la société interne de journalistes intervenue en mai 2006. Il rappelle néanmoins sa décision du 19 avril 2006 et invite l'éditeur à prendre sans délai les mesures destinées à garantir son application.

Le Collège procédera à un nouveau contrôle du respect de cette obligation avant la fin de l'exercice 2006.

Fait à Bruxelles, le 30 août 2006.