



## **Commission de la Digitalisation, des Médias et des Communications**

### **Procès-verbal de la réunion du 10 mars 2020**

#### Ordre du jour :

1. En prévision de l'organisation à la Chambre des Députés d'un débat de consultation au sujet du service public dans les médias, réunion préparatoire avec Mme Véronique Faber, Présidente du conseil d'administration de l'Établissement public de radiodiffusion socioculturelle (ERSL) et M. Marc Gerges, Directeur de la radio socioculturelle 100,7
2. Divers

\*

Présents : Mme Diane Adehm, M. Guy Arendt, M. Carlo Back, Mme Djuna Bernard, M. Marc Hansen, Mme Carole Hartmann, M. Pim Knaff, M. Marc Lies, Mme Octavie Modert, Mme Viviane Reding, M. Serge Wilmes

M. David Wagner, observateur délégué

Mme Simone Asselborn-Bintz, remplaçant Mme Francine Closener  
M. Georges Engel, remplaçant Mme Lydia Mutsch  
M. Marc Goergen, remplaçant M. Sven Clement  
M. Claude Wiseler, observateur

Mme Céline Flammang, M. Jacques Thill, du Service des Médias et des Communications

Mme Véronique Faber, Présidente du conseil d'administration de l'Établissement de Radiodiffusion Socioculturelle (ERSL)

M. Marc Gerges, Directeur de la radio socioculturelle 100,7

M. Jean-Paul Bever, de l'Administration parlementaire

Excusés : M. Sven Clement, Mme Francine Closener, Mme Lydia Mutsch, M. Roy Reding

M. Xavier Bettel, Premier Ministre, Ministre d'Etat, Ministre des Communications et des Médias

\*

Présidence : M. Guy Arendt, Président de la Commission

\*

1. **En prévision de l'organisation à la Chambre des Députés d'un débat de consultation au sujet du service public dans les médias, réunion préparatoire avec Mme Véronique Faber, Présidente du conseil d'administration de l'Etablissement public de radiodiffusion socioculturelle (ERSL) et M. Marc Gerges, Directeur de la radio socioculturelle 100,7.**

Sur fond d'une prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020 (annexée au présent projet de procès-verbal) que l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle (ERSL) a fait parvenir la veille aux députés de la Commission de la Digitalisation, des Médias et des Communications (DIGIMCOM) de la Chambre, la Présidente du conseil d'administration de l'établissement public est, dès l'entame de la réunion, priée par le Président de la DIGIMCOM d'exposer sa vue sur les médias de service public (« öffentlech-rechtlech Medien »)<sup>1</sup> au Luxembourg ou du moins de laisser entrevoir dans quel cadre et dans quelles conditions elle pense qu'un fonctionnement optimal de leur part pourrait être garanti.

S'attendant à faire de son mieux pour satisfaire à cette invitation, Mme Faber tient tout d'abord à préciser qu'elle n'entend pas aborder un par un avec les membres de la commission les différents points mentionnés dans la prise de position, mais plutôt en mettre en exergue quelques-uns, lui paraissant particulièrement importants et intéressants, susceptibles aussi de pouvoir servir de rampe de lancement à une discussion plus large par la suite. Après avoir déclaré que la radio 100,7 est à étiqueter comme étant le seul et véritable média de service public (MSP) dans le paysage audiovisuel luxembourgeois<sup>2</sup>, l'oratrice s'attache à rappeler à l'assistance qu'un média de service public est au fond censé offrir, par le biais de l'Etat, un service d'intérêt général à destination de l'ensemble de ses citoyens. Ce service d'intérêt général, auquel est communément associée une mission d'intérêt général, doit être marqué des sceaux de la « continuité » et de la « neutralité ».

Selon la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL, évoquer neutralité et offre étatique dans un même souffle peut, à première vue, paraître contradictoire. C'est aussi la raison pour laquelle l'ERSL évoque dans sa prise de position un certain nombre de garde-fous pour que la radio socioculturelle puisse être à même d'assurer cette neutralité. Par « neutralité », il y a lieu d'entendre ici une neutralité dénuée de tout intérêt économique et commercial. Quant au terme de « continuité », il est à interpréter dans le sens où le service offert, même s'il ne s'avère pas intéressant d'un point de vue économique, continue d'être mis à la disposition des citoyennes et citoyens.

---

<sup>1</sup> La réunion de la DIGIMCOM du 10 mars 2020 s'inscrit en effet en tant que 2<sup>e</sup> réunion préparatoire (sur un total de cinq) dans le cadre de l'organisation d'un débat de consultation à la Chambre au sujet du service public dans les médias.

<sup>2</sup> Radio 100,7 est la seule station de radio de service public luxembourgeoise. Elle émet ses programmes à partir de l'émetteur de Dudelange.

Les programmes de la radio 100,7 peuvent être reçus

- sur la fréquence hertzienne FM 100,7 MHz, assurant une excellente écoute sur la majeure partie du territoire luxembourgeois, et sur la fréquence 95,9 MHz, permettant une qualité d'écoute améliorée au nord du pays
- via la plupart des réseaux câblés du Grand-Duché,
- en live streaming,
- ou en podcast via la médiathèque en ligne.

La radio 100,7 a pour ambition de refléter les réalités multiples d'une société en évolution constante.

La radio 100,7 propose, conformément à sa mission, des programmes d'information, des programmes culturels et musicaux, des programmes éducatifs, des programmes de divertissement, et accorde un large accès à l'antenne aux associations socioculturelles du pays.

## « Inform, educate and entertain »

A étendre ce service d'intérêt général à une radio, Mme Faber trouve que les verbes « inform, educate and entertain » (informer, éduquer et distraire) - résumant depuis les années 1920 les missions assignées à la BBC<sup>3</sup> - arrivent à refléter au mieux en quoi devrait consister ce service.

---

<sup>3</sup> \* La BBC, société de production et de diffusion créée en 1922, fut réorganisée et dotée de son nom actuel - British Broadcasting corporation - en 1936, avec charte et statut de société publique. Depuis près d'un siècle, les dirigeants de la BBC s'interrogent sur la manière de remplir ces missions de service public, et cela, dans des contextes politiques, économiques, techniques et médiatiques en évolution. Depuis des lustres, la performance globale de la BBC symbole en Europe, dans l'ancien empire britannique et aux Etats-Unis, une radio-télévision de service public réussie ce qui a permis à l'« auntie » (tantine) ou encore Beeb, telle qu'elle est appelée affectueusement par les Britanniques, de devenir le premier groupe audiovisuel public au monde. (extrait de La Revue des médias / La BBC : un modèle de service audiovisuel public en danger par Michael Palmer - publié le 21 septembre 2015 et mis à jour le 19 avril 2019)

\* Mission, values and public purposes (source: [www.bbc.com](http://www.bbc.com))

The Royal Charter states that the BBC's object is "the fulfilment of its Mission and the promotion of its Public Purposes"

Our mission is "to act in the public interest, serving all audiences through the provision of impartial, high-quality and distinctive output and services which inform, educate and entertain".

The Charter also sets out our five public purposes:

**1. To provide impartial news and information to help people understand and engage with the world around them**

The BBC should provide duly accurate and impartial news, current affairs and factual programming to build people's understanding of all parts of the United Kingdom and of the wider world. Its content should be provided to the highest editorial standards. It should offer a range and depth of analysis and content not widely available from other United Kingdom news providers, using the highest calibre presenters and journalists, and championing freedom of expression, so that all audiences can engage fully with major local, regional, national, United Kingdom and global issues and participate in the democratic process, at all levels, as active and informed citizens.

**2. To support learning for people of all ages**

The BBC should help everyone learn about different subjects in ways they will find accessible, engaging, inspiring and challenging. The BBC should provide specialist educational content to help support learning for children and teenagers across the United Kingdom. It should encourage people to explore new subjects and participate in new activities through partnerships with educational, sporting and cultural institutions.

**3. To show the most creative, highest quality and distinctive output and services**

The BBC should provide high-quality output in many different genres and across a range of services and platforms which sets the standard in the United Kingdom and internationally. Its services should be distinctive from those provided elsewhere and should take creative risks, even if not all succeed, in order to develop fresh approaches and innovative content.

**4. To reflect, represent and serve the diverse communities of all of the United Kingdom's nations and regions and, in doing so, support the creative economy across the United Kingdom**

The BBC should reflect the diversity of the United Kingdom both in its output and services. In doing so, the BBC should accurately and authentically represent and portray the lives of the people of the United Kingdom today, and raise awareness of the different cultures and alternative viewpoints that make up its society. It should ensure that it provides output and services that meet the needs of the United Kingdom's nations, regions and communities. The BBC should bring people together for shared experiences and help contribute to the social

Pour l'oratrice, « informer » découle de l'obligation étatique de fournir un approvisionnement de base à toute sa population (cela remonte au service public) et de formuler dès lors une offre susceptible de s'adresser à tous les citoyens et tous les groupes cibles (toutes les catégories socio-professionnelles).

En matière radiophonique, cela ne veut pas dire que la radio 100,7 doit recourir à une offre de programmes élargie de sorte que tout le monde y trouve son compte. Cela signifie plutôt que dans sa programmation, la radio socioculturelle est appelée à recourir à une grande diversité de programmes et traiter un grand nombre de thèmes afin d'être en mesure d'atteindre des groupes de personnes spécifiques.

A cet égard, l'indépendance en matière de couverture médiatique des événements joue un rôle éminemment important pour que la radio puisse jouir d'une certaine crédibilité quand elle relate des événements et essaie d'en disséquer le contenu ainsi que les interdépendances qu'il peut y avoir avec des événements passés.

« Eduquer, former » constitue en quelque sorte la ligne de vie de toute démocratie et dans ce contexte, il importe que la radio socioculturelle contribue - à l'instar de ce que font les MSP dans les autres pays - à la cohésion sociale. Aux dires de la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL, ce rôle de contribution à la cohésion sociale va encore gagner en importance, ceci à une époque

- où les infox (« fakenews »)<sup>4</sup> pullulent, tendant - par le biais d'algorithmes - à se multiplier encore davantage sur les réseaux sociaux et à former ainsi des bulles dans lesquelles d'aucuns se complaisent à évoluer, et
- où dans le monde entier, et même en Europe, beaucoup de modèles de service audiovisuel public sont mis en péril pour cause d'attaques idéologiques de toutes sortes et sont en train de vivre des crises existentielles parce que leurs budgets de financement se voient rognés de manière constante et régulière.

Pour quelle raison cette mission de cohésion sociale ? Pour former - mais pas au sens paternaliste du terme - les citoyens à travers une couverture médiatique neutre, indépendante afin qu'ils soient en mesure de développer un esprit critique, penser librement et se forger ainsi leurs propres opinions.

« Distraire, divertir » s'avère également très important pour un MSP. En ce sens, la radio socioculturelle est bien lotie dans la mesure où elle sait pratiquement offrir à 100% des contenus maison ou bien des contenus fournis sous forme d'échange suite à des partenariats conclus avec d'autres radios. La majeure partie du contenu destiné à divertir est donc produite par la radio elle-même, ce qui constitue un atout non négligeable dans la promotion de la culture autochtone et surtout de sa musique. En 2019, la radio 100,7 a ainsi pu enregistrer et diffuser pas moins de 93 concerts d'orchestres ou d'interprètes

---

cohesion and wellbeing of the United Kingdom. In commissioning and delivering output the BBC should invest in the creative economies of each of the nations and contribute to their development.

##### **5. To reflect the United Kingdom, its culture and values to the world**

The BBC should provide high-quality news coverage to international audiences, firmly based on British values of accuracy, impartiality, and fairness. Its international services should put the United Kingdom in a world context, aiding understanding of the United Kingdom as a whole, including its nations and regions where appropriate. It should ensure that it produces output and services which will be enjoyed by people in the United Kingdom and globally.

<sup>4</sup> informations fallacieuses, fausses informations ou fausses nouvelles, constituant une information mensongère délivrée dans le but de manipuler ou tromper un auditoire

luxembourgeois. Par le biais de l'Union européenne de radio-télévision (UER), dont la radio est membre, ces concerts ont pu être diffusés à 146 reprises aux quatre coins du monde, ceci notamment au Canada et en Corée du Sud. Même si cet aspect est moins connu, il est cependant non négligeable, étant donné qu'il permet à la radio socioculturelle de remplir une partie de sa mission.

Tout ce qui précède fait dire à la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL que la radio socioculturelle dispose donc d'une certaine liberté dans le sens où elle n'est pas redevable de « clickbaits » (pièges à clics des médias sociaux) ni d'une popularité à toute épreuve. En foi de quoi, il lui faut assumer une certaine responsabilité qui est celle d'une couverture médiatique sérieuse et indépendante.

### **En quête d'administrateurs compétents et indépendants**

L'oratrice s'attaque ensuite à la question de la gouvernance de la radio 100,7, question

- qui en préalable du futur débat de consultation au sujet du service public dans les médias et de la présente réunion a déjà fait couler beaucoup d'encre,
- dont l'UER s'était notamment saisie dans le cadre d'une revue entre pairs sur les valeurs des médias de service public (MSP)<sup>5</sup>, effectuée en date des 24 et 25 janvier 2018 à Luxembourg auprès de la radio socioculturelle, et
- qui dans la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020, occupe un peu plus de deux pages sur un total de sept.

D'après Mme Faber, le principal point à aborder en matière de gouvernance est la procédure de nomination des membres du conseil d'administration de la radio 100,7 (du futur MSP 100,7). Exprimé en d'autres termes : comment éviter que lors de la nomination de ces administrateurs, il puisse y avoir une interférence ou prise d'intérêt gouvernementale ?

L'actuelle Présidente du conseil d'administration de l'ERSL déclare que dès avant la confection de la prise de position de la radio 100,7 qui se trouve maintenant entre les mains des membres de la DIGIMCOM, les membres du conseil d'administration de la radio, à l'occasion de discussions avec la direction ainsi qu'avec les différents chefs de service se sont longuement penchés sur la question de savoir quelle serait la procédure de nomination optimale. Le résultat des courses fut que parmi tous les modèles de nomination évoqués, aucun à leurs yeux n'a pu donner entière satisfaction de façon à pouvoir garantir que les personnes nommées au conseil d'administration n'agissent que dans le seul intérêt général de la radio et non dans l'intérêt de ceux qui les ont nommées.

D'où l'accent mis dans la prise de position de la radio 100,7 sur la manière dont ce conseil d'administration devrait être désigné à l'avenir et quel devrait être le profil de celles ou ceux amenés à s'y faire élire. Quel visage devrait donc prendre un tel conseil d'administration pour qu'il soit - en dehors des obligations légales qui lui incombent, qui sont de voir comment utiliser les ressources dont il dispose pour mener à bien sa mission - aussi un bon ambassadeur pour la radio ainsi qu'un « sounding board » (caisse de résonance) pour la direction et l'entreprise toute entière ?

---

<sup>5</sup> cf. à ce sujet le **rapport** confectionné par l'UER intitulé « **PEER-TO-PEER REVIEW ON PSM VALUES - APRIL 2018** »

A ce titre et tel qu'il est stipulé dans la prise de position, un certain nombre de critères sont susceptibles d'être retenus pour assurer une composition représentative et diversifiée du conseil d'administration :

- **compétence** : domaine de compétence défini (media, légal, finance, ressources humaines, communication, culture) / expérience professionnelle / compréhension des défis de l'organisation
- **expertise sectorielle** (pas de limitation pour des experts étrangers)
- **représentativité de la population** : âge / genre / national-international
- **disponibilité**

A Mme Faber d'insister dans un premier temps sur les compétences des personnes appelées à faire partie du conseil d'administration où, mises à part des personnes aux compétences classiques avérées en matières légale et financière, on pourrait aussi avoir recours à des personnes dotées par exemple de compétences en matière digitale ou de recherche.

Bien entendu, il serait aussi avantageux de pouvoir disposer de personnes issues de différents secteurs. On pourrait davantage affiner la répartition actuelle un peu réductrice sinon simpliste entre administrateurs issus du secteur étatique et administrateurs issus de la société civile en la complétant par des personnes représentant la société luxembourgeoise dans son entièreté.

Sans oublier bien sûr les critères un peu plus « normaux » que constituent l'âge, le genre, l'expérience nationale respectivement l'expérience internationale. Et d'insister en dernier lieu sur un critère souvent mis aux oubliettes, mais qui, à ses yeux, peut s'avérer très important, à savoir la disponibilité.

A supposer maintenant qu'un poste devienne vacant au sein du conseil d'administration de la radio 100,7, par quel mécanisme ou processus ce poste pourrait-il être pourvu de la manière la plus adaptée possible ?

A lire la prise de position de la radio 100,7, un droit d'initiative devrait revenir en ce sens - que ce soit pour le profil ou pour la nomination d'un candidat - au conseil d'administration dans la mesure où celui-ci serait alors amené à

- réévaluer l'orientation prise par la radio (souhaitons-nous garder le cap entamé ou souhaitons-nous changer de direction ?)

et

- décider si le profil de celle ou de celui s'appêtant à quitter le conseil d'administration devait être reconduit à 100% ou seulement peu ou prou pour s'appliquer au nouvel arrivant.

Si l'usage, tel qu'il prévaut à l'heure qu'il est, est appelé à se prolonger, la nomination de l'heureux(se) élu(e) serait alors suggérée par le conseil d'administration de la radio au ministère de tutelle pour être ensuite continuée au conseil de gouvernement à des fins de validation.

Bien évidemment, entre le droit d'initiative du conseil d'administration pour ce qui est de la pertinence du profil recherché, l'adéquation entre la personne proposée et le profil défini, etc. et la nomination effective de celle-ci par le conseil de gouvernement, on pourrait, d'après Mme Faber, encore parfaitement concevoir une étape intermédiaire, à savoir celle d'un contrôle par le biais d'une supervision externe afin de vérifier si le travail fourni par le conseil d'administration de la radio 100,7 en relation avec la nomination

proposée correspond effectivement à la grille des compétences et qualités de la personne recherchée.

Ce travail de supervision pourrait être confié à une institution indépendante, le cas échéant par exemple à l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA) dont le mandat devrait être élargi à cette occasion non seulement pour contrôler si tous les médias audiovisuels au Luxembourg remplissent bien les standards édictés en matière de programmation, mais également leur mission (dans le cas bien entendu des MSP).

A ce stade de ses développements, l'oratrice fait encore une fois observer aux membres de la DIGIMCOM que la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020 ne constitue en fait qu'une mine de réflexions et que dans une phase ultérieure de négociation, on pourra toujours élaborer d'autres garde-fous.

A ce titre, elle pense notamment à celui d'une non-politisation du conseil d'administration de la radio (interdiction qu'un mandataire politique puisse en faire partie ou du moins l'assortir d'un délai de carence qui pourrait être de 5 ans).

Autre garde-fou envisagé : empêcher à ce que des personnes siégeant dans les conseils d'administration d'autres sociétés audiovisuelles actives au Luxembourg, qui est un petit pays, ne fassent leur entrée au conseil d'administration de la radio pour prendre connaissance de ses positionnements stratégiques et orientations futures.

Sans vouloir aller davantage dans tous les détails contenus dans la prise de position, il importe encore à Mme Faber de préciser que, pour des raisons de bonne gouvernance, il s'avérerait judicieux de limiter aussi clairement les mandats dans le temps (ce qui n'est pas encore le cas à l'heure actuelle), qu'il s'agisse de

- la durée du mandat des membres du conseil d'administration à 5 ans (une fois renouvelable), ou de
- la durée du mandat du directeur, du rédacteur en chef et du chef des programmes à 7 ans (une fois renouvelable).

Au bout d'un certain temps (à cet effet, 10 ou 14 ans peuvent déjà sembler longs), la capacité à faire évoluer une radio pour la rendre encore plus dynamique est appelée à s'estomper et il s'impose alors que d'autres équipes prennent le relais pour reprendre et mener à bien le projet.

Dans cet ordre d'idées et comme elle vient elle-même de reprendre le mandat de M. Laurent Loschetter à la tête du conseil d'administration de l'ERSL<sup>6</sup>, Mme Faber plaide également pour un renouvellement « flottant » du conseil d'administration de la radio. Ceci permet un renouvellement permanent et d'éviter en quelque sorte qu'au bout d'un certain temps, le conseil ne soit plus constitué que de nouvelles têtes.

Prenant le relais de Mme Faber, il revient ensuite à M. Marc Gerges, directeur de la radio 100,7 d'exposer sa vue des choses au sujet du service public dans les médias en général et bien entendu en ce qui concerne la radio socioculturelle publique dont il a pris les rênes en date du 1<sup>er</sup> juillet 2019, suite à la démission de M. Jean-Paul Hoffmann à la mi-septembre 2018 et la mise en place d'une direction de transition par après.

---

<sup>6</sup> Véronique Faber a été nommée à la fonction de présidente du conseil d'administration de la radio 100,7 lors de la séance du conseil de gouvernement du 29 novembre 2019. A ce titre, aucun mandat ne lui a été conféré : elle n'a fait que reprendre le mandat de son prédécesseur à ce poste.

D'emblée, M. Gerges tient à déclarer que ce qui lui tient le plus à cœur, à l'instar de l'ensemble du personnel qu'il dirige, est que la radio socioculturelle puisse enfin fonctionner selon les dispositions d'une loi organique, ce qui n'est clairement pas le cas à l'heure actuelle<sup>7</sup>.

Ce désir ardent ressort d'ailleurs clairement de la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020, dans laquelle il est recommandé sous le point « **1. Loi spécifique** » d'élaborer un cadre légal pour

- positionner la radio 100,7 comme média de service public (MSP) dans le pays médiatique du Luxembourg
- et
- en garantir ainsi, à long terme, l'autonomie institutionnelle et l'indépendance rédactionnelle.

Aux yeux de M. Gerges, ceci s'avère d'autant plus important que, dû aux développements technologiques et numériques constants dans le monde des médias, la radio de demain sera diffusée à travers des plateformes digitales, ce qui n'aura plus rien à voir avec la radio linéaire d'antan diffusée par le biais de fréquences terrestres.

C'est la raison pour laquelle il insiste encore une fois sur les termes de média de service public (MSP) à figurer dans la future loi : ces termes, une fois ancrés dans les dispositions de ce projet de texte, assorti - si possible aussi - d'une définition claire et précise à quoi un service public devrait se résumer, permettraient alors de procéder à la création d'un media de service public (MSP) avec des mandat et mission clairement déterminés qui lui permettraient d'assurer la pérennité de son existence et l'accomplissement de son rôle.

A part le mandat et la mission, un autre élément à faire incorporer dans cette loi organique serait, d'après M. Gerges, la garantie d'accès aux infrastructures (cela peut s'avérer important pour l'accès aux infrastructures digitales de demain).

A l'heure actuelle, on dispose encore d'une garantie d'accès aux infrastructures afin de diffuser à travers une fréquence terrestre. Dans le monde de demain, ceci ne sera plus le cas, étant donné que cette diffusion se fera de façon digitale, probablement par l'intermédiaire de la 5G. Or, qui dit 5G, dit automatiquement opérateur de 5G et là, en l'occurrence, on doit pouvoir disposer d'une garantie, d'une sécurité en cas de mandat de service public pour ne pas se trouver à la merci des opérateurs, décidant à leur guise qui pourra ou ne pourra pas diffuser. Une garantie d'accès aux infrastructures (moyens) de diffusion digitale devrait donc également figurer parmi les dispositions importantes de cette loi.

Autre point - considéré également comme important par le directeur de la radio 100,7, même s'il relève, de son propre aveu, plutôt du lobbying - à retenir dans la confection d'un futur projet de texte : la création d'un « Funkhaus » à l'allemande.

Ceci pour plusieurs raisons :

---

<sup>7</sup> Jusqu'à présent, l'assise juridique de l'existence de la radio 100,7 se résume à une **disposition** contenue dans le **paragraphe 2** de l'**article 14** de la **loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques** stipulant que la création d'un établissement public dans le but d'organiser des « services de radio » à finalité socioculturelle est envisagée, mais dont les modalités de structure et de fonctionnement seront néanmoins à fixer par **règlement grand-ducal (règlement grand-ducal du 19 juin 1992** fixant les modalités de structure et de fonctionnement de l'établissement public créé par l'**article 14** de la **loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques**)

- la location des locaux où est sise la radio (21a, avenue J.F. Kennedy à Luxembourg-Kirchberg) coûte très chère,
- les locaux ne sont pas adaptés à faire de la radio (à la production de programmes de radio), et
- la radio socioculturelle entend s'ouvrir à ses auditeurs et à sa population ce qui, avec les installations actuellement en place occupées par le personnel de la radio, s'avère impossible.

Un tel « Funkhaus » à l'allemande ou maison de la radio, dotée d'un auditorium, permettrait à la radio de mener à bien sa mission de service public tout en mettant son infrastructure à la disposition du public à des fins d'interaction.

Revenant ensuite à la question de la gouvernance de la radio 100,7 - question déjà largement évoquée auparavant par Mme Faber (pour tout ce qui a trait à la gouvernance en relation avec le conseil d'administration), l'orateur préfère s'en tenir à la gouvernance « in-house » (gouvernance interne à la radio) qui pourrait être réglée

- à travers un règlement d'ordre interne et un code de déontologie stipulant clairement qui doit faire quoi en matière de tâches et de responsabilités à assumer, ainsi que
- par le biais d'une place de médiation interne à créer.

Pour ce qui est des moyens de financement de la radio 100,7, son directeur tient à rappeler que le budget actuel de l'ERSL se résume à un simple budget de fonctionnement. 80% de ce budget sont entièrement dédiés à la couverture de frais fixes. Il va sans dire que les moyens financiers à des fins de création ou de développements futurs en relation avec l'évolution technique et digitale (notamment les investissements dans des plateformes digitales) sont pour le moins limités. Inutile donc de préciser que sans les moyens de financement appropriés, il sera impossible à la radio en tant que MSP de remplir son mandat et sa mission comme il se doit.

Dans son tour d'horizon général des défis qu'il conviendra de relever, le directeur de la radio 100,7 évoque finalement les relations avec le public. Cela le pousse d'abord à dresser le constat que la radio socioculturelle ne connaît pas très bien son public. A ce jour, la seule étude d'analyse de marché digne de ce nom s'est limitée à une étude faite par TNS Ilres qui a recensé le taux d'audience de la radio.

Pour clarifier son identité et son positionnement à l'avenir, la radio entend clairement aller plus loin dans ce domaine. A commencer par la création, dans une première phase, d'ateliers qualitatifs auxquels devraient assister des personnes représentatives de la population luxembourgeoise pour

- échanger avec elles sur leurs attentes vis-à-vis d'une radio de service public, et
- sonder ce qu'elles apprécient dans la programmation de la radio, trouvent moins bon ou dédaignent carrément afin de s'en inspirer, sans pour autant oublier ou mettre de côté les auditeurs fidèles et habituels.

A partir de là, de nouvelles idées pourront se développer afin de positionner la radio autrement et la faire repartir à terme sur de nouvelles bases. Ceci aussi dans un but d'affiner la mission de service public dont est investie la radio, sachant que cette mission est appelée à évoluer en fonction

- de la population (la démographie et la composition socio-économique du Luxembourg sont sujettes à mutation permanente),
- des progrès au niveau technique et digital, ainsi que
- des changements continus au niveau des habitudes d'écoute sur demande et de consommation des médias.

Pour empêcher que la mission de service public attribuée à la radio 100,7 ne reste figée et englobe au mieux les auditeurs, les responsables de la radio entendent par ailleurs recourir à deux autres instruments, à savoir :

- un médiateur, apte à servir d'interface et à faire le lien entre la radio et ses auditeurs,
- ainsi qu'une assemblée consultative publique, censée donner son avis sur la programmation et les activités du média de service public 100,7 (MSP 100,7).

La création d'un poste permanent de médiateur - selon le modèle français (Radio France)<sup>8</sup> - ou de « responsable des relations avec l'audience » devra renforcer le lien de confiance avec les publics en intensifiant le dialogue entre le média et ses auditeurs. Cette personne constituera le relais entre le public et les rédactions et les responsables des programmes et devra traiter les objections et critiques émanant du public.

Sans pour autant diluer les responsabilités du conseil d'administration et de la direction de la radio 100,7, l'instauration d'une assemblée consultative publique, censée donner son avis sur la programmation et les activités du MSP 100,7 est préconisée pour mieux intégrer les différents publics au Luxembourg. Cette assemblée sera majoritairement composée d'un échantillon représentatif de la population résidant au Luxembourg et pour la partie restante d'un échantillon constitué d'auditeurs/de consommateurs déclarés du MSP 100,7.

Cette assemblée devrait se réunir de manière régulière, au minimum tous les deux ans. Dans ce contexte, M. Gerges tient encore à préciser que les réunions de cette assemblée consultative publique remplaceront dans la durée les ateliers qualitatifs que la radio 100,7 compte instaurer de manière ciblée dans un premier temps. Aux dires du directeur, l'interactivité que le MSP 100,7 souhaite créer, voire institutionnaliser avec son audience lui est chère puisqu'il revient à la radio de rendre des comptes à ses auditeurs. Ce sont en effet ces derniers qui, en jugeant de la qualité du travail fourni par la radio, constituent en quelque sorte le thermomètre de son activité.

Toutes les initiatives décrites ci-dessus - projetées d'être mises en oeuvre pour clarifier l'identité ainsi que le positionnement de la radio, promouvoir l'interactivité avec son

---

#### **<sup>8</sup> Quel est le rôle du médiateur/de la médiatrice des antennes de Radio France ?**

Depuis sa nomination en septembre 2018 par la Présidente de Radio France sous la responsabilité de laquelle elle est placée directement, la médiatrice des antennes de Radio France assure la relation entre les auditeurs/internautes et les différentes antennes et sites de Radio France par l'intermédiaire des messages, à propos des contenus éditoriaux produits par les rédactions et les programmes, qui lui sont adressés directement par courriers électroniques, sur le site <http://mediateur.radiofrance.fr/> ou sur les réseaux sociaux.

Elle apporte des réponses directes publiées ou non sur le site, des articles explicatifs et dispose de rendez-vous sur les antennes de Radio France durant lesquels elle invite les personnes compétentes pour

- répondre aux questions ou critiques d'auditeurs/internautes,
- expliquer le fonctionnement des antennes, la ligne éditoriale choisie pour traiter d'un fait d'actualité, l'éthique et la déontologie qui régissent la pratique journalistique à Radio France.

La médiatrice publie également une lettre hebdomadaire synthétisant les grandes tendances des messages reçus au cours de la semaine à destination de la présidence de Radio France, des directeurs des chaînes, des personnels de Radio France et des auditeurs.

Journaliste, indépendante de toute hiérarchie, la médiatrice n'exerce aucune responsabilité éditoriale. Elle n'intervient aucunement dans le choix, la préparation ou l'élaboration des programmes. Elle n'est pas responsable des choix éditoriaux.

audience et la mettre au diapason de la transformation digitale pour garantir une accessibilité optimale à ses contenus produits - ne pourront se faire qu'à la condition que le MSP 100,7 dispose de ressources et de moyens en ordre suffisant.

Avant la rédaction de la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020, il fut au sein de la radio, aux dires de M. Gerges, beaucoup question de ses modalités de financement futures (A travers quels canaux devrait-on envisager de financer le MSP 100,7 ? Qui pourra et devra contribuer à son financement ?). Après mûres réflexions, tout le monde fut unanime à penser qu'il serait impossible de se priver d'un financement étatique. Envisager de se financer par le biais d'une redevance comme cela se fait par exemple pour les MSP dans d'autres pays fut écarté, d'autant plus que cette façon de procéder n'entre pas dans la culture luxembourgeoise. Un grand nombre de citoyens risquerait de ne pas s'en accommoder et de le rejeter.

A terme, cela pourrait même se révéler comme contreproductif pour la radio.

Les dirigeants de la radio, tout comme son personnel, continuent donc de plaider pour un financement à travers le budget de l'Etat, ceci par le biais d'une convention pluriannuelle à laquelle on pourrait adjoindre le financement de la mission, sachant que celle-ci est appelée à évoluer dans le temps (mission évolutive).

Dans ce cadre, il importe aussi qu'on ne puisse pas fermer du jour au lendemain le robinet de ses ressources financières à la radio comme cela est théoriquement possible à l'heure actuelle.

En vue de pérenniser ces ressources et sous réserve de ne pas enfreindre les règles budgétaires et aller à l'encontre des modes de financement étatique en place, la radio s'est donc mise à élaborer un modèle, avec

- d'un côté, un budget opérationnel assuré à travers une convention pluriannuelle de 5 ans qui ne serait pas sujet à renouvellement avant l'échéance (des 5 ans), mais se verrait prolongée d'année en année par le biais d'une nouvelle dotation, sachant que pour avoir la certitude de ne pas être privé de ressources d'un moment à l'autre, le montant du budget envisagé pour l'année budgétaire (x+1), faisant l'objet de négociations, ne pourra en aucun cas se chiffrer à moins de 90% du montant du budget retenu pour l'année budgétaire x ; et
- de l'autre, un budget d'innovation et de développement fonctionnant en parallèle, dont les lignes budgétaires seraient sollicitées au cas par cas (selon les projets en cours de la radio), et dont le montant (pour une année budgétaire donnée) ferait à chaque fois l'objet d'une négociation annuelle en fonction des investissements que la radio compte réaliser.

M. Gerges conclut finalement son intervention en faisant observer aux membres de la DIGIMCOM que la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020 n'est pas à considérer comme un papier juridique : il pourrait y avoir des incompatibilités ou des incohérences par rapport au cadre législatif existant et aux dispositions telles qu'elles se trouvent en place actuellement. Le but de l'exercice mené fut en effet de développer un certain nombre d'idées, de les coucher sur papier et, même dans l'hypothèse qu'elles ne seront pas retenues, elles auront au moins fait l'objet d'un arbitrage approfondi.

Ce qui dans la foulée fait dire au Président de la DIGIMCOM que ce papier a au moins le mérite d'exister et qu'il va de soi que certains des points et détails y contenus devront encore être affinés. Bien entendu, cela n'empêchera pas qu'ils puissent servir de points de réflexion précieux dans le cadre des futurs échanges et travaux préparatoires à

mener pour clarifier le rôle du service public dans les médias en général et celui de la radio 100,7 en particulier.

Place est alors donnée à la traditionnelle séquence de questions-réponses entre députés et invités, en l'occurrence Mme Véronique Faber, Présidente du conseil d'administration de l'Etablissement public de radiodiffusion socioculturelle (ERSL) et M. Marc Gerges, Directeur de la radio socioculturelle 100,7.

C'est à Mme Djuna Bernard du groupe parlementaire déi gréng qu'il revient en premier de prendre la parole et de poser la première question. En tant que Présidente de la Commission de la Culture de la Chambre, elle dit déplorer que la culture ne soit que peu mentionnée dans la prise de position rédigée par les soins du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7, ce alors qu'elle faisait toujours partie de l'image de marque de la radio et que le mot « culture » est en quelque sorte associé à l'autre dénomination (radio socioculturelle) qui est généralement utilisée pour désigner la radio 100,7. C'est la raison pour laquelle elle souhaiterait apprendre de la bouche des dirigeants de la radio quelles place et importance ils comptent réserver à la culture dans leur programmation future.

Tout en la remerciant de sa remarque, la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL lui répond que même si le domaine de la culture ne ressort pas tellement de la prise de position, il est évident que la radio 100,7 lui réservera toujours une place de choix dans ses programmes. Comme la radio socioculturelle entend faire de la radio pour la société luxembourgeoise en général, les domaines de la culture, des informations (actualités), mais aussi du sport constituent bien entendu des domaines importants. Ce que la radio tient cependant à éviter, c'est qu'elle soit de nouveau cataloguée au titre d'une radio de niche comme ce fut le cas jadis, même si ce temps semble bien révolu à Mme Faber, étant donné que la radio 100,7 diffuse aujourd'hui un programme très varié.

La Présidente du conseil d'administration de l'ERSL conçoit la radio 100,7 comme une radio d'approvisionnement de base qui promeut tout un tas d'intérêts et pas seulement un intérêt culturel. Et c'est précisément là-dedans aussi qu'elle voit le dilemme, le conflit auquel toute radio de service public se voit confrontée, à savoir :

- d'un côté, perpétuer certains standards de qualité tout en vivant la culture, thématiser les développements de la société, essayer d'animer les débats et discussions qui l'accompagnent tout en les opposant pour que chacun puisse se forger une opinion, et
- de l'autre, faire malgré tout de l'audience sans nécessairement proposer des contenus légers.

Ainsi, mais sans vouloir le rabaisser ou à aucun moment le stigmatiser, Mme Faber ne voit pas la radio 100,7 organiser la version luxembourgeoise du prochain concours de la nouvelle star de la chanson comme cela se fait par exemple en Allemagne avec l'émission DSDS (Deutschland sucht den Superstar).

Pour ce qui est de la place de la culture dans les programmes de la radio 100,7, M. Gerges rejoint la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL dans ses propos. Le directeur de la radio estime en effet que la culture continue à occuper un créneau important sur l'antenne. Il déclare qu'en matière de musique luxembourgeoise, la radio 100,7 promeut les artistes luxembourgeois pendant toute sa journée de diffusion et pas seulement durant la nuit comme le font d'autres stations de radio.

Par ailleurs, sous le point « **2. Mission / Mandat** », troisième alinéa de la prise de position, il est bien précisé que dans son programme à vocation de service public, que la radio entend proposer comme un approvisionnement de base à l'ensemble de la

population du Luxembourg, elle ambitionne de prendre en considération et promouvoir la production artistique et créative luxembourgeoise.

Aussi M. Gerges déclare-t-il qu'avec la réorganisation interne en cours à la radio, de nouvelles lignes directrices - en fait, un nouveau guide éditorial - pour la diffusion de la culture ont déjà pu être mises en place, et ce pour coller encore davantage à l'actualité culturelle. Il se dit aussi convaincu qu'avec les discussions en cours et suite au débat de consultation à la Chambre des Députés, la culture s'apprêtera à demeurer un trait caractéristique de la radio que celle-ci continuera à soigner et par lequel elle entendra se démarquer.

En tant que deuxième député à prendre la parole, [M. Claude Wiseler du groupe parlementaire chrétien-social](#) constate que la radio 100,7 est une radio publique dotée d'une mission de service public.

A cet égard, il aimerait bien apprendre de la part des responsables de la radio

- comment ils définissent a priori cette mission de service public,
- quels sont les secteurs, les domaines qu'ils voient comme impérativement couverts par cette mission de service public, et
- en quoi cette mission de service public fait que la radio 100,7 est à différencier des autres stations de radio, purement commerciales.

La Présidente du conseil d'administration de l'ERSL lui répond que la mission dont est investie la radio 100,7 découle de son mandat qui est de fournir un service public en tant qu'approvisionnement de base. Dans ce contexte, la radio est en quelque sorte appelée à couvrir tous les sujets, même celui du déroulement du prochain concours de la nouvelle star de la chanson sans en préjuger. Il s'agit de desservir l'audience dans ses intérêts les plus spécifiques. La différence par rapport à une station de radio strictement commerciale se situe dans le fait que la radio 100,7 peut se consacrer à des sujets qui intéressent, interpellent ou dominant tout simplement la société en les faisant remonter sur les plateaux de la radio sans nécessairement avoir besoin de s'assurer qu'ils feront de l'audience. Ce qui, d'après Mme Faber, ne veut pas dire que l'audience ne soit pas importante : elle n'est tout simplement pas le critère de sélection décisif, déterminant tel que cela s'avère être le cas pour les radios commerciales.

En passant, la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL tient néanmoins à déclarer qu'il est, à ses yeux, important que ce système dual existe (chaînes de service public par rapport à des chaînes commerciales). Et de préciser qu'elle n'aimerait pas que le paysage radiophonique luxembourgeois se résume uniquement à des radios du type 100,7. Au contraire, il est important que différentes approches puissent exister et qu'une pluralité soit garantie à travers l'existence de radios commerciales privées, communautaires ou encore locales de façon à ce que les intérêts de toute la population luxembourgeoise puissent être pris en compte.

Sur ce point précis, M. Wiseler interrompt Mme Faber pour signifier à l'assistance des membres de la DIGIMCOM qu'il craint, sans le souhaiter et nécessairement l'anticiper, que le débat de consultation programmé à la Chambre ne se résume à une discussion qui ira au-delà de la seule radio de service public 100,7 et des relations de l'Etat avec ce service public. Et de soulever les cas particuliers de RTL Radio Lëtzebuerg et de RTL Télé Lëtzebuerg, respectivement station de radio généraliste luxembourgeoise en langue luxembourgeoise et chaîne de télévision généraliste nationale privée luxembourgeoise, qui sont également investies par l'Etat d'une mission de service public, même si celle-ci lui semble plus ponctuelle et limitée. Et de poser la question de la différence entre la mission de service public confiée à la radio 100,7 et celle dont sont investies RTL Radio Lëtzebuerg et de RTL Télé Lëtzebuerg ?

Dans sa réponse à la question soulevée par le député chrétien-social, la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL déclare que la radio 100,7 est une radio de service public, censée remplir le mandat lui conféré. Une mission de service public tel que RTL Group se l'est vu confier par l'Etat se réfère plus spécifiquement à l'information, à l'actualité en cours. Selon elle, la DNA de la radio 100,7 se résume davantage à la façon dont elle configure et confectionne ses programmes pour remplir sa mission de service public. C'est à ce niveau où, d'après Mme Faber, se situe essentiellement la différence. A cet égard, l'oratrice affirme qu'il existe des pays où ces différents modèles cohabitent. Et de citer plus spécifiquement le cas anglais où en matière télévisuelle par exemple, la BBC - media de service public - entièrement financé par une redevance publique, cohabite avec Channel 4, chaîne de télévision qui se finance par ses propres activités commerciales, mais dont le cahier des charges repose sur un mandat d'engagements auprès du service public que la chaîne est tenue de respecter <sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Aujourd'hui, **Channel 4** dépend du groupe **Channel Four Television Corporation**, un organisme semi-public établi en 1990, entré en fonction en 1993, après la disparition de l'**Autorité indépendante de radiodiffusion (IBA)**. La chaîne bénéficie d'une couverture quasi-intégrale du territoire du Royaume-Uni et également dans quelques pays voisins.

Son cahier des charges repose sur un mandat d'engagements auprès du service public que la chaîne continue de tenir et de respecter. Le mandat change périodiquement, il est dicté par un cadre réglementaire relatif à la diffusion-communication. Des autorités sont là pour contrôler que le mandat est bien respecté : d'abord l'**IBA (Autorité indépendante de radiodiffusion)**, puis l'**ITC (Commission indépendante de la télévision)**, et désormais l'**Ofcom (Bureau des Communications)**.

Le mandat inclut une obligation de présenter des programmes scolaires et un grand nombre de programmes produits en dehors du Grand Londres.

**Channel 4** is a publicly-owned and commercially-funded UK **Public Service Broadcaster (PSB)**, with a statutory remit to deliver high-quality, innovative, alternative content that challenges the status quo.

#### Frequently Asked Questions / Channel 4

- **Is Channel 4 a public service broadcaster ?**  
**Channel 4** was launched in 1982 as a publicly-owned, commercially-funded **public service broadcaster (PSB)**. It does not receive **public funding** and has a remit to be "innovative, experimental and distinctive". ... "The ownership of **Channel 4** is not currently under debate.
- **Does Channel 4 get public money ?**  
**Channel Four Television Corporation** was set up by an Act of Parliament. It is a publicly owned not-for-profit corporation and does not have any shareholders. ... Unlike the BBC, **Channel 4** receives no **public funding**. It is funded entirely by its own commercial activities.
- **What does public service (PSB) broadcasting mean ?**  
**Public broadcasting** involves radio, television and other electronic-media outlets whose primary mission is **public service**. In many countries of the world, funding comes from governments, especially via annual fees charged on receivers.
- **How does Channel 4 make money ?**  
Unlike the BBC, **Channel 4** receives no **public funding**. It is funded entirely by its own commercial activities. Most of its income comes from advertising revenue. You can find out more about advertising sales on Channel 4's dedicated advertising sales website.
- **Who runs Channel 4 ?**  
The Board is appointed by the television regulator - **Ofcom** - in agreement with the Secretary of State for Digital, Culture, Media and Sport. The current Chief Executive is Alex Mahon and the current Chairman is Charles Gurassa.  
You can find out more about the Chief Executive, Senior Management and the Board of Directors, including the most recent remuneration information, in our latest Annual Report.
- **How does Channel 4 commission its programmes ?**

Complétant les propos de Mme Faber, le Directeur de la radio socioculturelle 100,7 affirme qu'une des grandes différences entre un pur MSP (tel que c'est par exemple le cas de la radio 100,7) et un media commercial chargé d'une(de) mission(s) ponctuelle(s) de service public (à l'image de RTL Radio Lëtzebuerg) réside dans le fait que ce dernier agit toujours selon une logique commerciale, c'est-à-dire construit ses programmes de façon à ce qu'il puisse atteindre un maximum d'audience. En d'autres termes, le media commercial chargé d'une(de) mission(s) ponctuelle(s) de service public travaille dans un autre environnement que le MSP dont il ne saurait faire abstraction.

Alors que le moteur de toute mission de service public, même si cela peut relever d'un certain idéalisme, est constitué par une volonté de fédérer, ceci devrait permettre à une radio publique comme la radio 100,7 de rassembler dans un pays comme le Luxembourg, dont l'évolution démographique est unique, l'ensemble des composantes de la population sans devoir agir en fonction de contraintes commerciales ou encore communautaires tel que cela peut être le cas pour d'autres radios dont les modèles de développement sont axés sur des besoins spécifiques, exprimés par l'une ou l'autre tranche d'âge de la population, ou sur des langues spécifiques, dû à la présence de l'une ou l'autre communauté au Grand-Duché.

Sans que la question du multilinguisme n'ait été posée à ce stade par un des membres de la DIGIMCOM, M. Gerges dit penser que si la radio 100,7 venait un jour à s'aventurer sur ce terrain - ce qui serait réalisable par le biais de plateformes digitales, étant donné que de telles plateformes, contrairement à une seule fréquence, ce qui est encore le cas à l'heure qu'il est pour la radio, sont en effet capables d'atteindre beaucoup plus facilement des générations entières -, alors elle le ferait toujours sous la forme d'un dénominateur commun, à savoir autour de la langue, culture, l'identité ou encore la vie sociale et associative luxembourgeoises.

Avant de céder la parole à un autre membre de la commission, M. Wiseler pose une dernière question un brin provocative à l'adresse des responsables de la radio en ce qui concerne une potentielle présentation et diffusion d'évènements sportifs à la station publique. Ce à quoi M. Gerges lui répond que la radio 100,7 est en train d'y réfléchir.

**Mme Octavie Modert** emboîte ensuite le pas à son confrère de parti. L'élue chrétienne-sociale aimerait d'abord savoir de la part de Mme Faber si elle a l'impression que le conseil d'administration de l'établissement public qu'elle préside fait l'objet d'une quelconque politisation ou si de quelconques pressions politiques tendent à contrecarrer son bon fonctionnement.

Ayant cru déceler que le volet dédié à l'information quotidienne par la radio est un peu délaissé ces derniers temps ou en tout cas traité de façon moins abondante que dans un passé encore récent, elle souhaiterait qu'on lui explique s'il ne s'agit que d'une impression tronquée de sa part ou si cela correspond effectivement à la réalité. Si cela venait à être le cas, elle le regretterait car dans le cas bien présent d'une radio investie d'une mission de service public, cela serait synonyme d'une diminution de la qualité du service offert.

Mme Modert acquiesce que la retransmission en direct de concerts à laquelle la radio procède régulièrement et dans ce contexte la poussée vers l'éclosion ou une plus grande notoriété des artistes luxembourgeois constitue une très bonne chose.

---

**Channel 4** is a publisher-broadcaster. It does not produce its own programmes in-house, but commissions them from more than 300 independent production companies right across the UK, making it the major stimulus and outlet for Britain's highly successful independent production sector. It invests heavily in training and talent development throughout the industry.

Dans la perspective d'un élargissement du domaine d'activités de la radio (au-delà des seules activités classiques de radio) et d'investissements futurs à réaliser pour rester en phase avec l'évolution technique et digitale, la députée voudrait enfin apprendre de la part des responsables de la radio 100,7 quelles seraient à peu près les échéances à respecter et les sommes d'argent à budgétiser pour ce faire. Et de demander au final quelle est l'attitude du Gouvernement à cet égard ?

En réponse à la première question de Mme Modert, la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL déclare que depuis qu'elle en fait partie (il s'agit en l'occurrence de sa deuxième année de présence : après y avoir figuré comme simple membre, elle a endossé l'habit de sa présidence depuis le 29 novembre 2019), elle n'a jamais eu l'impression qu'il soit politisé d'une façon ou d'une autre.

Son seul grief à l'égard du conseil et plus particulièrement à l'égard de sa composition est qu'il pourrait refléter une plus grande diversité. Composé à l'heure qu'il est de 9 membres qualifiés et pleinement opérationnels, le conseil pourrait à l'avenir intégrer des personnes aux profils et aux origines encore plus disparates pour encore mieux représenter la composition socio-économique de la population luxembourgeoise.

Pour ce qui est d'une réaction de la part du Gouvernement suite à la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 datant de février 2020, publiée, il est vrai, sous forme de communiqué que hier après-midi, Mme Faber dit n'avoir encore reçu aucun écho. Ce qui ne l'empêchera pas, bien entendu, de rechercher un dialogue en ce sens avec les décideurs gouvernementaux dans les jours à venir.

A l'impression exprimée par Mme Modert comme quoi le volet réservé à l'information et à l'actualité quotidiennes par la radio serait depuis quelque temps un peu négligé et moins abondamment traité que d'ordinaire, M. Gerges répond de manière sibylline que la radio, pendant l'espace d'un temps donné, a traversé un certain vide avant d'être entrée dans une zone de fortes turbulences dont elle vient de sortir. Ayant rebondi depuis, elle peut désormais raisonnablement entrevoir des jours meilleurs.

En l'absence d'une interprétation correcte de ces propos quelque peu énigmatiques du directeur de la radio 100,7 et éprouvant du mal à s'en satisfaire, l'élue CSV demande alors à M. Gerges d'être un peu plus explicite. Ce qui fait dire à ce dernier que la radio socioculturelle est en train de se réorganiser par le biais d'une médiation pour qu'elle puisse à l'avenir mieux assumer son mandat et mener à bien sa mission de service public.

Revenant à la charge, Mme Modert pose la question de savoir quelle fut la durée du vide évoqué par M. Gerges et dans combien de temps la radio compte retourner dans le droit chemin.

Mme Faber finit par évoquer la durée d'un an, période pendant laquelle la radio et son personnel n'avaient pas à qui se référer comme directeur. Aux dires de la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL, cette période d'un an peut paraître longue, mais elle fut nécessaire pour le bon déroulement du processus de recrutement du nouveau directeur. En ce sens, le besoin d'établir un profil du candidat recherché fut d'abord ressenti avant qu'il ne fût décidé de s'entourer de professionnels du recrutement pour dénicher le bon candidat. Tout cela a demandé du temps et fut indépendant de la volonté de la radio. Pendant toute cette période, le personnel de la radio a accompli un bon boulot, même s'il est clair qu'on travaille de manière moins ciblée en l'absence d'un véritable chef à bord, dirigeant et orientant les équipes. Depuis que M. Gerges a repris le commandement du navire 100,7 en date du 1<sup>er</sup> juillet 2019, celui-ci navigue en eaux moins troubles et a repris son cap.

Après cette excursion dans le passé récent un peu mouvementé de la radio 100,7, le Président de la DIGIMCOM accorde la parole à [M. David Wagner de la sensibilité déi Lénk](#). Celui-ci tient d'emblée à préciser qu'on peut encore pendant longtemps fouiller dans le passé et regretter tout ce qui s'y est produit. Comme il appartient à chaque institution de connaître des crises, il échet maintenant de tourner la page et se projeter vers l'avant pour préparer l'avenir de la radio.

En ce sens, l'élu déi Lénk trouve que la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 constitue un excellent tremplin, étant donné qu'elle regorge de nombreuses propositions à pouvoir être mises en œuvre. En fait, on pourrait même aller jusqu'à affirmer que ces propositions ne sont pas si phénoménales que cela, étant donné qu'elles ne permettront rien de plus que de se mettre au diapason des autres pays membres de l'Union européenne, disposant d'un service public « normal », ce qui, comme personne n'est sans l'ignorer, est loin d'être le cas pour le Grand-Duché.

En appliquant, selon l'orateur, un certain nombre des propositions contenues dans la prise de position, le Luxembourg pourrait enfin se positionner sur le chemin de la normalité en matière de service public audiovisuel, chemin de la normalité dont il a été fait abstraction pendant trop longtemps par les gouvernements successifs en place qui, par manque d'intérêt, n'avaient visiblement pas envie de l'emprunter. Dans ce contexte, M. Wagner dit pleinement soutenir les idées mises en avant par Mme Faber et M. Gerges, surtout pour ce qui est des investissements futurs à réaliser dans des plateformes digitales et locaux adaptés.

D'où la nécessité absolue aussi, selon le député déi Lénk, d'une loi organique pour la radio, permettant de préciser ses mandat et mission de service public et de régler une fois pour toutes ses besoins de financement, sa gouvernance ainsi que ses relations avec le public.

Vient ensuite le tour de [M. Carlo Back du groupe parlementaire déi gréng](#) de s'exprimer. Au-delà de tous les problèmes de gouvernance, de financement et de bien d'autres encore qui viennent à juste titre d'être abordés, il y en a un sur lequel il aimerait plus particulièrement attirer l'attention et qui lui semble particulièrement important à évoquer si la radio socioculturelle souhaite à l'avenir s'imposer davantage, surtout en termes d'écoute : c'est celui de la langue.

A sonder tous ses amis étrangers résidant au Luxembourg (son entourage non-luxembourgeois), ne maîtrisant pas ou ne parlant pas nécessairement la langue luxembourgeoise, il a dû constater que personne d'entre eux connaît la radio 100,7 ou sait de quoi il s'agit. Alors que ces personnes paient leurs impôts au Luxembourg avec lesquels la radio 100,7 est notamment alimentée, elles ne savent pas l'écouter, exclues d'office à cause de la langue luxembourgeoise.

Qualifiant ce problème de la langue comme un des principaux défis auxquels la radio socioculturelle se voit confrontée et étant donné qu'il est bien marqué dans la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7 que le MSP 100,7 aura l'obligation de garantir un approvisionnement de base s'adressant à la population entière du Luxembourg en ce qui concerne l'accès à l'information, la création artistique, la culture en général ainsi que la vie sociétale<sup>10</sup>, l'élu

---

<sup>10</sup> cf. sous point « **1. Loi spécifique** » de la prise de position, où il est bien précisé dans son sixième alinéa que : « **Le media de service public aura l'obligation de garantir un approvisionnement de base s'adressant à la population entière du Luxembourg en ce qui concerne l'accès à l'information, la création artistique, la culture en général ainsi que la vie sociétale. Par population entière, nous entendons toutes les personnes vivant au Luxembourg indépendamment de leur âge, de leur origine etc.** ».

déi gréng aimerait apprendre de la part des dirigeants de la radio comment ils comptent s'y prendre pour le résoudre.

Dans sa réponse à la question soulevée par M. Back, le Directeur de la radio socioculturelle 100,7 admet volontiers que dans l'état actuel des choses, il voit mal comment ce problème pourra être résolu, du moins dans l'immédiat.

D'après M. Gerges, il faut garder à l'esprit que la radio 100,7 diffuse principalement à travers une modulation de fréquence terrestre avec un programme linéaire. Si, à partir de là, on change trop d'une langue, en l'occurrence le luxembourgeois, dans d'autres langues, on frôle une disruption dans le sens où l'on risque de perdre des auditeurs qu'on aimerait bien atteindre.

Par ailleurs, en procédant de la sorte, le directeur de la radio voit un autre danger se profiler, à savoir celui d'une communautarisation. En diffusant à des plages ou heures bien précises dans des langues données, on risque davantage de cliver que de fédérer, ce qui n'est pas dans l'intention de la radio.

Pour M. Gerges, le projet de diffuser dans plusieurs langues est un projet qui s'inscrit dans le moyen, voire long terme. Rendre les programmes de la radio accessibles en plusieurs langues ne pourra se faire que par le biais d'une plateforme digitale que la radio socioculturelle entend bien développer. A la même occasion, il s'imposera aussi de faire un inventaire des habitudes et des façons de consommer de la radio : la tendance qui s'esquisse est clairement que le consommateur prend la main et décide de ce qu'il écoute par le biais du support qu'il privilégie, quand il le veut et où il le veut<sup>11</sup>.

A bien y réfléchir et en s'inscrivant dans la durée, il s'agit même, aux yeux du directeur de la radio 100,7, d'une question existentielle. La plateforme digitale évoquée, une fois opérationnelle, il sera alors possible à la radio d'atteindre les différentes composantes de la société luxembourgeoise, ceci avec un fil rouge éditorial et des contenus non teintés par un quelconque communautarisme, bien propre à un MSP. Cependant, en raison des contraintes techniques décrites ci-dessus et d'un manque de ressources, tout cela ne sera pas pour demain. Si déjà la radio entend s'engager dans cette voie, il faudra alors aussi, aux dires de M. Gerges, recruter des « native speakers » afin de s'assurer que les programmes diffusés en différentes langues relèvent d'une certaine qualité, et non des Luxembourgeois parlant français, anglais, allemand ou portugais.

Et à M. Back d'enchaîner en posant la question de synergies éventuelles avec d'autres stations de radio pour résoudre le problème de la langue, étant donné que la radio 100,7 diffuse essentiellement en langue luxembourgeoise. A cela, M. Gerges lui répond qu'à ses yeux, cela équivaldrait à arpenter un chemin qui se trouve entre celui emprunté par les radios communautaires et celui d'un service public général sur lequel la radio socioculturelle entend évoluer.

Parmi les membres de la DIGIMCOM ayant demandé à ce que la parole leur soit accordée, c'est [Mme Viviane Reding du groupe parlementaire CSV](#) qui se distingue en tenant tout d'abord à féliciter les responsables de la radio 100,7 pour la performance journalière qu'elle accomplit en dédiant une partie non négligeable de son temps de diffusion à la culture : il s'agit en fait de la seule radio au Luxembourg à le faire d'une manière si intense.

---

<sup>11</sup> Le temps des postes fixes de radio dans les cuisines ou dans les salles de bains est bien révolu. Aujourd'hui, on y écoute de la radio sortant de mini-enceintes ou de haut-parleurs reliés à un téléphone portable par le biais de « bluetooth ». De même, l'autoradio classique qu'on écoute en conduisant sa voiture est vouée à disparaître à cause du DAB qui permet la diffusion numérique de programmes radiophoniques.

Ceci dit, et après avoir pris connaissance de la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7, l'élue chrétienne-sociale s'étonne que celle-ci contienne pas mal de pages sur la gouvernance, mais seulement quelques lignes quant à la mission et au mandat de la radio.

Se référant à l'affirmation de la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL que la radio 100,7 conçoit de proposer un programme à vocation de service public à l'ensemble de la population au Luxembourg, Mme Reding insiste sur le fait que dans les termes « service public », le mot « public » lui semble occuper une place prépondérante. Or, si une radio telle que la radio 100,7 n'est suivie que par une quantité négligeable d'auditeurs, alors elle faillit, d'après l'oratrice, à sa mission de service public.

Un service public se doit d'atteindre toutes les couches de la population et l'ensemble des composantes d'une société. Et de renchérir qu'il lui paraît tout à fait évident que dans un proche avenir, la radio doit disposer de la plateforme digitale multimédias qui vient d'être évoquée par son directeur. Par ailleurs, l'élue chrétienne-sociale se dit convaincue qu'à partir du moment où tout cela sera réalisé, la structure de l'offre de la radio devra être revue et qu'il sera alors illusoire de penser que la radio rencontrera un plus grand succès si elle mord.

Il va de soi qu'un média veut plaire et avoir du succès. Néanmoins, cela ne doit pas empêcher la radio 100,7 de continuer à diffuser de la musique classique. Même si elle était mal avisée de ne faire que cela, étant donné qu'il s'agit de trouver un équilibre entre les deux.

En ce qui concerne la radio 100,7, Mme Reding déclare finalement que sa principale préoccupation va à l'encontre des contenus de la radio et de la manière dont ces contenus sont susceptibles d'être écoutés par une majorité de personnes composant les différentes couches de la société luxembourgeoise. C'est sur cela que l'essentiel des réflexions à mener devrait se focaliser, tout le reste n'étant que d'ordre technique !

Dans ce contexte et concernant l'audience de la radio 100,7, Mme Djuna Bernard du groupe parlementaire déi gréng intervient pour savoir si les responsables de la radio 100,7 disposent à ce jour de statistiques ou de données chiffrées en relation avec la façon dont la radio est consommée (à travers un poste de radio traditionnel, par voie d'application, par le biais d'Internet etc.) afin de connaître un peu mieux cette répartition, sachant que les projections en ce sens pour ce qui en sera à l'avenir sont sujettes à modification rapide.

Dans sa réponse aux réflexions faites par Mme Reding et à la question posée par Mme Bernard, la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL déclare que la mise en place rapide d'une plateforme digitale constitue pour elle une condition sine qua non pour que la radio 100,7 puisse à l'avenir remplir son mandat et atteindre la population avec des contenus spéciaux et ciblés, étant donné que les auditeurs de radio d'aujourd'hui ont de plus en plus tendance à aller rechercher un contenu que d'attendre stoïquement une heure fixe à laquelle un programme de radio est susceptible d'être diffusé.

A l'heure qu'il est, les consommateurs de radio sollicitent en effet de plus en plus de contenus par le biais d'Internet pour les écouter quand et où ils le veulent et à travers le support qui leur convient le mieux, que ceci soit un ordinateur fixe (desktop computer), un ordinateur portable (laptop computer), une tablette, un téléphone portable ou encore autre chose.

Aux yeux de Mme Faber, il n'y a pas d'autre chemin à emprunter que de passer par cette plateforme digitale, étant donné que si la radio 100,7 continue à se cantonner à la seule fréquence par le biais de laquelle elle diffuse, elle risque de ne plus être écoutée que par les auditeurs qui disposent encore d'un poste de radio dans leur cuisine, salle de bains ou voiture.

Cependant, l'oratrice tempère ses déclarations dans le sens où la radio ne repart pas de zéro et dispose déjà d'un site Internet et d'une application (« app »). Ainsi, il a pu être constaté que certains contenus produits par la radio tels que les entretiens menés en face à face avec des personnages de la société civile ou de la culture ou encore des rubriques à l'image du « Fräie Mikro » ou « Den Invité vum Dag » sont très prisés par ses auditeurs et même « likés » ainsi que partagés sur Facebook. Dans ce domaine, la radio peut donc déjà recourir à un certain vécu d'expériences. Par contre, l'architecture actuelle de son site Internet ne lui permet pas de recueillir des statistiques ou des données chiffrées fiables sur le nombre de pages qui y sont consultées. Certes, la radio dispose de chiffres lui disant qu'il y a à peu près une augmentation annuelle de 20 à 30% dans ce domaine, mais il se révèle encore difficile d'en connaître vraiment le détail. C'est aussi la raison pour laquelle la radio s'est déjà engagée à étoffer et développer son site Internet de manière à pouvoir tirer de meilleurs enseignements à partir des chiffres recueillis.

Dans le sillage de Mme Faber, le directeur de la radio socioculturelle 100,7 déclare que le taux de croissance de ses écouteurs ou lecteurs (via son site Internet) se trouve globalement en hausse. Ainsi, on a pu remarquer que le téléphone portable pour accéder aux contenus de la radio est de plus en plus utilisé (un taux de croissance de plus 50% a pu être enregistré à ce niveau-là).

A cette occasion, M. Gerges corrobore aussi les propos de la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL comme quoi la radio se trouve encore pour le moment dans l'incapacité de saisir précisément qui a pu accéder à quoi (qui a écouté la radio et quel programme ? ... qui a lu son site Internet et quelle rubrique de celui-ci ? ...). Ceci est dû à un problème technique, étant donné que le site Internet et l'« app » de la radio ont été développés en parallèle sans qu'il soit possible à l'heure actuelle de les différencier de façon précise en termes d'audience et de lectorat. Raison de plus, à ses yeux, de retourner à la case départ et de concevoir une toute nouvelle plateforme digitale par le biais de laquelle il sera possible d'avoir des données chiffrées fiables en termes d'accès. Se trouvant en possession de statistiques émanant de l'Union européenne de radio-télévision (UER), M. Gerges peut aussi confirmer que les jeunes d'aujourd'hui n'écoutent pratiquement plus la radio à travers un poste telles que des générations entières l'ont encore fait avant eux. Si la radio est encore écoutée par les jeunes, c'est qu'ils y ont recours par le biais du « podcast »<sup>12</sup> ou « streaming »<sup>13</sup>.

Et de souligner encore une fois l'importance cruciale du projet de plateforme digitale que la radio se doit de mettre en œuvre et qui devrait être initié et bouclé de manière optimale à travers un budget d'innovation et de développement, destiné à réaliser les investissements nécessaires à la radio, allant de pair avec son budget de fonctionnement normal. M. Gerges voit donc avant tout la radio 100,7 faire face à un défi technologique, dans le sens où il considère qu'elle doit absolument se mettre au diapason des dernières avancées techniques et digitales dans le domaine de la diffusion et de la production des programmes. A ses yeux, ce défi une fois relevé, le contenu suivra automatiquement par après.

Tout en complétant ce que vient d'affirmer M. Gerges, Mme Faber tient à préciser que le contenu ne constitue pas le premier de ses soucis. Ce qui explique aussi qu'il n'est mentionné outre mesure dans la prise de position du conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7.

---

<sup>12</sup> Un podcast désigne le moyen technologique qui permet de diffuser sur Internet des fichiers audio ou vidéo. Au Canada francophone, c'est le terme baladodiffusion qui a été retenu. Les médias utilisent très souvent le terme podcast pour désigner cette technologie.

<sup>13</sup> Le streaming désigne la technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct (ou en léger différé).

La Présidente du conseil d'administration de l'ERSL se dit convaincue que les contenus produits par la radio sont bons, sachant qu'avec les moyens qu'ils ont à leur disposition, les journalistes de la radio essaient toujours de travailler les sujets en profondeur tout en leur conférant un maximum de relief. Ce qui tracasse davantage Mme Faber, c'est que les contenus produits n'arrivent pas à bon port faute de moyens techniques de diffusion adaptés.

Le dernier député de la DIGIMCOM à demander la parole dans la réunion du 10 mars 2020 est **M. Marc Hansen du groupe parlementaire déi gréng**. En tant qu'auditeur assidu de la radio, utilisant fréquemment la plateforme digitale actuelle de la radio, il la trouve relativement bien structurée et pas si obsolète que cela. A partir du moment où l'on sait à peu près où se trouvent les programmes et émissions que l'on veut entendre, on peut très bien le faire à travers n'importe quel support et de n'importe quel endroit. Sachant que la vague actuelle de la digitalisation qui déferle sur des pans entiers de l'économie, et donc aussi sur les médias, n'est pas prête de s'arrêter, M. Hansen, à l'image de ce qu'ont fait observer M. Back et Mme Reding avant lui, revient encore une fois sur le problème de la langue, sur le problème que la radio 100,7 diffuse quasi exclusivement ses programmes en langue luxembourgeoise et n'atteint de cette façon qu'une partie limitée de la population du Grand-Duché.

M. Hansen se demande s'il n'existe pas des moyens digitaux par le biais desquels on pourrait traduire textuellement dans d'autres langues les émissions diffusées en luxembourgeois sur la chaîne. Cela pourrait d'ailleurs aussi s'appliquer à beaucoup de contenus sur la plateforme de la radio qui s'y trouvent rédigés en luxembourgeois. Ainsi, parmi la population grand-ducale, les personnes qui ne maîtrisent pas la langue luxembourgeoise pourraient s'informer dans leur propre langue et qui plus est, pour ce qui est des contenus, les entendre en luxembourgeois ce qui ne serait pas plus mal, tout en les lisant sous-titrés dans la langue qui leur est familière.

M. Hansen va même jusqu'à s'interroger si, intelligence artificielle aidant, il n'existe pas déjà des logiciels qui permettent de traduire automatiquement d'une langue à une autre. D'après lui, on se trouve à une époque où des machines de traduction automatique, fonctionnant de matière digitale par le biais d'algorithmes en place, peuvent déjà accomplir pareille tâche. De cette façon, il devrait être possible à la radio d'atteindre, à travers une seule émission, une audience beaucoup plus large en la démultipliant en quelque sorte. Et de conclure que la radio, même si cela sonne encore un peu futuriste, devrait mener une réflexion profonde à ce sujet.

A cela, la Présidente du conseil d'administration de l'ERSL lui répond que cela a déjà donné lieu à des échanges de vues au sein du conseil d'administration. Bien entendu, il existe déjà des outils de traduction automatique, mais en tant qu'organisation professionnelle, la radio 100,7 ne peut pas encore y recourir, même si ces traductions sont déjà très convenables, quoique perfectibles.

Déclarant qu'il existe déjà des mémoires de traduction pour des contenus spécialisés et que pas mal de projets européens auraient déjà été initiés en ce sens tout en gardant à l'esprit que la langue luxembourgeoise ne figure pas parmi les langues officiellement reconnues par l'Union européenne, Mme Faber dit vouloir encore se renseigner davantage pour savoir exactement ce qu'il en est.

A cela, M. Gerges ajoute qu'il est, à ses yeux, tout à fait envisageable que dans les années à venir, une radio diffusant par exemple en langue anglaise ou française sera capable, grâce aux progrès réalisés en matière d'intelligence artificielle, de diffuser automatiquement ou avec un léger décalage ses programmes en espagnol. Il dit ne pas vouloir s'avancer si cela sera également possible pour le luxembourgeois, sachant que la langue luxembourgeoise est, eu égard aux langues qu'il vient de mentionner, une

langue peu utilisée. Le directeur de la radio socioculturelle 100,7 dit même avoir déjà noué des contacts informels en ce sens avec le Ministère de la Digitalisation, l'Université du Luxembourg et le LIST, tout en faisant observer que ce que M. Hansen vient de suggérer est à considérer comme une option très sérieuse.

Néanmoins à l'heure qu'il est, en tenant compte des standards de qualité auxquels la radio 100,7 est soumise et avec les moyens et ressources à sa disposition, il lui est impossible, par le biais d'un outil Microsoft, de traduire tous ses textes dans les autres langues qui ont cours au Luxembourg, sachant qu'il faudra toujours les vérifier par après pour s'assurer qu'ils riment encore à quelque chose.

## 2. Divers

Luxembourg, le 10 mars 2020

Le Secrétaire-administrateur,  
Jean-Paul Bever

Le Président de la Commission de la Digitalisation, des  
Médias et des Communications,  
Guy Arendt

### cf. en annexe :

ci-annexée une **prise de position** du **conseil d'administration, de la direction et des chefs de service de la radio 100,7** datant de **février 2020**



## 100,7 – un media de service public

Suite à l'invitation du Ministre des Communications et des Media, Monsieur Xavier Bettel, de contribuer à « *l'élaboration d'un projet d'orientation de radio de service public dans le paysage médiatique du Luxembourg* » en vue du débat parlementaire de consultation organisé « *dans le cadre de la réflexion au sujet des missions, du cadre légal et de la gouvernance de l'établissement public de radiodiffusion socioculturelle* »,

et vu

- la loi du 27 juillet 1991 art. 14 qui stipule sur l'établissement public « services de radio à finalité socioculturelle » ;
- le règlement grand-ducal du 19 juin 1992 fixant les modalités de structure et de fonctionnement de l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle ;
- l'accord de coalition 2018-2023 et les points concernant les media de service public ;
- le rapport « Peer-to-peer review on PSM Values » réalisé par l'EBU en avril 2018 et les recommandations faites au Gouvernement en 2019 ;
- les récentes lignes directrices et recommandations du Conseil de l'Europe pour promouvoir les media de service public :

Nous saluons la volonté du gouvernement de « *garantir que la radio 100,7 puisse continuer à remplir à long terme ses rôles de source impartiale et indépendante d'informations et de commentaires, et de forum pour un débat public pluraliste* » ainsi que l'invitation à contribuer « *à l'élaboration d'un projet d'orientation de radio de service public* ».

Bien que la réflexion sur le pluralisme des media de service public se situe dans un cadre de réflexion plus large, notre prise de position se focalise sur le rôle, la mission et la gouvernance de la radio 100,7 en tant que media de service public.

Cette prise de position a été élaborée et discutée entre le Conseil d'Administration, la Direction et les Chefs de service de la radio 100,7 en février 2020.



## 1. Loi spécifique

Nous recommandons d'élaborer un cadre légal - c'est-à-dire une loi spécifique - pour positionner la radio 100,7 comme **media de service public** dans le paysage médiatique du Luxembourg et d'en garantir, à long-terme, l'autonomie institutionnelle et l'indépendance rédactionnelle.

La forme juridique d'Etablissement public nous semble la plus adaptée.

La loi doit prévoir le cadre et les moyens appropriés pour que le media puisse remplir sa mission de publication (moyens de production, texte, image, audio) et ne pas être restreint au seul vecteur de transmission « radio » en anticipant l'offre multimédia inhérente (diffusion radiophonique via moyens digitaux, « visual radio », online « on demand », ...).

C'est pourquoi nous recommandons de ne plus utiliser l'appellation « Etablissement de radiodiffusion socioculturelle Luxembourg » devenue *per se* obsolète, mais de désigner la radio 100,7 par « media de service public 100,7 ».

Le cadre légal doit aussi statuer l'obligation d'impartialité - surtout, mais pas seulement, au niveau politique - du media de service public.

Le media de service public aura obligation de garantir un approvisionnement de base s'adressant à la population entière du Luxembourg en ce qui concerne l'accès à l'information, à la création artistique et la culture en général à la vie sociétale. Par population entière, nous entendons toutes les personnes vivant au Luxembourg indépendamment de leur âge, de leur origine etc.

La loi devra être composée des éléments suivants :

- les définitions et du mandat et de la mission du media de service public ;
- l'obligation de diffuser ainsi que la garantie d'accès aux infrastructures de diffusion digitale et terrestre ;
- la garantie d'accès aux infrastructures devra inclure la garantie pour le media de bénéficier d'une localité adaptée (cf. concept du « Funkhaus ») pour répondre à l'obligation de diffuser et pour promouvoir l'interaction avec le public ;
- la définition des principes de gouvernance de la radio 100,7 avec une description détaillée des procédures et garde-fous, y compris les références au règlement d'ordre intérieur du Conseil d'administration et de la radio (*textes actuels à revoir*), au Code de déontologie (*à élaborer*) et - dépendant du mode de financement de la radio dans le futur - de la convention pluriannuelle ;
- un mode et des moyens de financement appropriés qui doivent
  - garantir l'indépendance du media de service public,
  - lui fournir une garantie de planification budgétaire à moyen terme,
  - lui permettre de procéder aux investissements nécessaires afin d'intégrer et de développer les avancées et innovations technologiques et digitales nécessaires



pour être en mesure de respecter les obligations découlant de son mandat et de sa mission;

- une dérogation à la loi du 17 août 2018 relative à l'archivage en raison des conditions particulières liées au travail journalistique et à la protection des sources (Loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les medias, art.7).

## 2. Mission / Mandat

Notre **mandat de service public** est basé sur les principes suivants :

- Service public (approvisionnement de base)
- Impartialité et indépendance
- Qualité et crédibilité
- Diversité et cohésion sociale (volonté de fédérer)
- Relations avec l'audience

Notre **mission** est de « **informer, découvrir, divertir** », donc de proposer un programme à vocation de service public à l'ensemble de la population au Luxembourg (c'est-à-dire l'ensemble de la population selon l'évolution démographique au Luxembourg, à travers toutes les générations, couches sociales, origines ; aux personnes à déficiences visuelles, auditives ; etc.).

Le service public est défini comme un approvisionnement de base comme il ambitionne de

- fournir au grand public une information complète sur les questions politiques, sociales, économiques, culturelles et sportives ;
- promouvoir la compréhension de toutes les questions relatives à la coexistence démocratique ;
- prendre en considération et promouvoir la production artistique et créative luxembourgeoise ;
- proposer un divertissement de qualité.

La mission du media de service public doit garder un caractère évolutif pour s'adapter au mieux aux changements sociétaux et innovations technologiques continus. Ainsi, la mission - qui est mise en œuvre à travers une programmation, création et diffusion adéquates - pourrait être couplée à une convention renouvelable tous les cinq ans, le mandat de service public restant intangible au caractère évolutif de la mission.

## 3. Gouvernance

L'indépendance d'un media de service public n'est pas une fin en soi mais la *conditio sine qua non* pour que la population ait accès à des informations impartiales, diversifiées et crédibles. Pour contrebalancer cette **indépendance institutionnelle et rédactionnelle**, le media de service public observe les standards les plus élevés en matière de professionnalité et de



comportement éthique avec un système de freins et de contrepoids et un équilibre des pouvoirs et des réglementations claires.

Il sera primordial que des procédures et rôles et responsabilités claires - définis dans le règlement d'ordre interne à élaborer - agissent comme garde-fous contre toute éventuelle prise d'influence politique ou autre et soient intégrés dans le code de déontologie du 100,7 surtout en ce qui concerne la définition et la gestion des conflits d'intérêts.

Concernant la responsabilité qui découle de cette indépendance, un pouvoir de contrôle externe quant au respect du mandat et de la mission - c'est-à-dire la vérification si les règles et procédures (code de déontologie, règlement d'ordre interne) ainsi que le fonctionnement et la programmation du media de service public répondent aux exigences du mandat et de la mission - pourrait être conféré à un organe de supervision neutre tel que l'ALIA (pour laquelle, le cas échéant, le mandat devrait être adapté en conséquence) ou un expert externe (UER).

Au niveau de la **nomination** des membres du Conseil d'administration, la question si le Gouvernement ou une autre instance désigne ces membres devient secondaire si les nominations se font sur base de profils et de compétences spécifiques et clairement définis, avec pour but de représenter au mieux la population au Luxembourg et de garantir une composition compétente et diversifiée du Conseil d'administration, avec un processus de nomination transparent et avec la supervision nécessaire.

Les critères suivants pourraient, à titre d'exemple, être retenus pour assurer une composition représentative et diversifiée du Conseil d'administration :

- Disponibilité
- Compétence : domaine de compétence défini (media, légal, finance, ressources humaines, communication, culture) / expérience professionnelle / compréhension des défis de l'organisation
- Expertise sectorielle (pas de limitation pour des experts étrangers)
- Représentativité de la population : âge / genre / national-international

Le droit d'initiative - que ce soit pour le profil ou pour la nomination - reviendrait au Conseil d'administration, selon des règles à établir par le règlement d'ordre interne.

La sélection du candidat pour devenir administrateur du media de service public 100,7 pourra se faire soit par un appel public, soit par proposition du Conseil d'administration.

Ce processus - pertinence du profil recherché, adéquation entre la personne proposée et le profil défini, etc. - devra être soumis à une supervision externe. Cette supervision pourrait incomber à un organe de supervision neutre - de préférence une institution indépendante (Cour supérieure de Justice ; ALIA ; ...).

La nomination effective d'un membre du Conseil d'administration incomberait toujours au gouvernement.



La **révocation** d'un membre du Conseil d'Administration ne pourra se faire que selon des critères précis à définir (faute grave, condamnation pénale, indisponibilité, conflit d'intérêt, ...), l'initiative de révocation revenant au Conseil d'administration lui-même ou/et une autorité de contrôle.

En ce qui concerne les **incompatibilités de fonctions** au niveau des administrateurs, un mandataire politique ne pourra pas faire partie du Conseil d'Administration et doit respecter un temps de carence de 5 ans après la fin de son dernier mandat. Les autres incompatibilités (p. ex. être employé par un autre groupe de presse s'adressant à la même audience ou partie d'audience) devront être réglées par le ROI.

Pour garantir la professionnalisation ainsi que la diversification du Conseil d'administration, il faudrait revoir les moyens de fonctionnement mis à sa disposition – cette mesure devant augmenter l'attractivité du Conseil d'administration, surtout au niveau de la compensation du temps investi (p.ex. une personne du secteur privée doit prendre congé pour siéger lors d'une séance du Conseil d'administration).

Au niveau de **l'autonomie et de l'impartialité**, il revient au Conseil d'administration de valider le règlement d'ordre interne et le « statut rédactionnel » (cf. p. ex. « Redaktionsstatut des WDR ») qui en fait partie, ainsi que le code de déontologie qui s'applique entre autres en cas de conflit d'intérêt.

Le **règlement d'ordre interne** définit les rôles, les responsabilités et l'interaction entre les membres du Conseil d'administration et le directeur d'un côté, et entre la direction, les responsables des services et les équipes de l'autre.

Le règlement d'ordre interne prévoit un processus de médiation interne en cas de conflit entre une ou plusieurs des parties prenantes. Cette médiation se fera par un comité de médiation *ad hoc* dont la composition, définie par le règlement d'ordre interne, inclut un représentant du Conseil d'administration, de la direction et des rédactions ainsi que, si nécessaire, un spécialiste (p.ex. juriste) externe.

Nous proposons également de

- limiter la durée du mandat des membres du Conseil à 5 ans (une fois renouvelable) ;
- garantir un renouvellement « flottant » du Conseil d'administration, pour assurer sa continuité ;
- faire élire le/la président(e) du CA par et parmi les membres du Conseil d'Administration ;
- limiter la durée du mandat du directeur, du rédacteur en chef et du chef des programmes à 7 ans (une fois renouvelable).

Les mandats du directeur, de la rédaction en chef et du coordinateur des programmes ne sont pas compatibles.



#### 4. Relations avec le public

Pour mieux intégrer les différents publics au Luxembourg et sans pour autant diluer les responsabilités du Conseil d'administration et de la direction, nous proposons d'instaurer une **assemblée consultative publique** censée donner son avis sur la programmation et les activités du media de service public 100,7. Cette assemblée est composée majoritairement d'un échantillon représentatif de la population résidant au Luxembourg et pour la partie restante d'un échantillon constitué d'auditeurs/de consommateurs déclarés du media de service public 100,7.

Cette assemblée devrait se réunir de manière régulière, au minimum tous les deux ans. Le media de service public 100,7 met en place ces assemblées sous réserve de disposer des ressources et des moyens nécessaires pour organiser de telles assemblées et, surtout, en assurer le suivi.

Le Conseil d'administration et la direction s'engagent solidairement à analyser et à commenter les suggestions retenues par l'assemblée consultative, et, en cas de non-consideration, d'argumenter leur décision.

Cependant, avant d'établir un tel organe, le media de service public devra clarifier son identité et son positionnement en se basant sur les attentes du public envers un media de service public (enquêtes qualitatives et quantitatives auprès de la population luxembourgeoise).

Simultanément, la création d'un **poste permanent de médiateur**, selon le modèle français (Radio France), ou d'un(e) « Responsable des relations avec l'audience » devra renforcer le lien de confiance avec les publics en intensifiant le dialogue entre le media et ses auditeurs. Cette personne constituera le relais entre le public et les rédactions et les responsables des programmes et devra traiter les objections et critiques émanant du public. Finalement, cette personne sera chargée de la mise en place et du suivi des assemblées publiques consultatives.

#### 5. Financement

L'évolution technique et digitale ainsi que les changements continus au niveau des habitudes d'écoute sur demande et de consommation des media (programme radio linéaire vs. offre digitale) nécessite une veille technologique permanente et un investissement conséquent dans la transformation digitale pour garantir une accessibilité optimale aux contenus (par une plus large présence en ligne - site web, media sociaux, cms, ... - et l'exploration de nouveaux formats - podcast, vlogs, ...). Cette évolution permettra aussi au media de service public de mieux répondre aux besoins d'une audience multilingue et hétérogène.

La démographie au Luxembourg est en permutation permanente, d'où la nécessité d'investir dans le domaine de la relation avec l'audience par le biais d'études régulières (quantitatives



pour le taux d'audience ; qualitatives pour la programmation et les attentes du public) et de la mise en place d'une assemblée consultative.

Le budget actuel de l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle est un budget de fonctionnement qui ne permet pas de réaliser les investissements nécessaires dans ces deux domaines, voire dans d'autres domaines qui pourraient émerger dans le futur.

Afin d'évoluer et de saisir les développements actuels et futurs comme opportunité, il faudra ajouter au budget de fonctionnement du media de service public un **budget d'innovation et de développement** qui permettra de remplir son mandat de service public.

Le budget de fonctionnement ainsi que le budget d'innovation et de développement doivent garantir que le media de service public puisse répondre aux exigences et de sa mission et de son mandat de service public. La question du financement constitue ainsi un élément fondamental de l'indépendance et de l'impartialité du media de service public. Afin de garantir au media de service public les moyens nécessaires pour pourvoir à sa mission et à son mandat, le budget lui alloué par l'Etat doit ainsi répondre à plusieurs exigences :

- des moyens nécessaires pour produire et diffuser un (ou des) programme(s) répondant aux exigences du mandat de service public ;
- tenir compte des évolutions technologiques et démographiques entraînant des adaptations du (des) programme(s) et de(s) ressources ;
- tenir compte des avancées technologiques et digitales dans le domaine de la diffusion et de la production des programmes et permettre au media de service public 100,7 les développements et investissements nécessaires ;
- garantir l'indépendance politique du media de service public 100,7
  - en lui permettant une planification budgétaire à moyen terme (sur 5 ans) ;
  - en garantissant que, si une réduction des moyens est envisagée, celle-ci ne pourra pas mettre en cause son fonctionnement et donc l'exécution de son mandat.

*Luxembourg, le 9 mars 2020.*

*Pour le media de service public 100,7*

Véronique Faber  
*Présidente du Conseil d'administration*

Marc Gerges  
*Directeur*