



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère d'État

Service des médias et des communications

Les médias de service public au Luxembourg

Défis actuels et perspectives d'avenir

Public service broadcasting, whether run by public organisations or privately owned companies, is distinguished from broadcasting for purely commercial or political reasons by its specific remit, which is essential to operate independently of economic and political power. It provides the whole of society with information, culture, education and entertainment, enhances social, political and cultural citizenship and stimulates the cohesion of society. To that end, it is typically universal in terms of content and access; it guarantees editorial independence and impartiality ; it provides a benchmark of quality ; it offers a variety of programmes and services catering for the needs of all groups in society and it is publicly accountable. These principles apply whatever changes may have to be introduced to meet the requirements of the 21st century¹.

¹ Jakubowicz, Karol (2011): Media revolution in Europe: ahead of the curve. Council of Europe Publishing, Strasbourg, p.45-46.

Table des matières

Introduction	3
Historique.....	4
Conception du Gouvernement du rôle des médias de service public dans le paysage médiatique luxembourgeois	6
Organisation et missions du service public.....	6
Les missions de service public de l'établissement de radiodiffusion socio-culturelle (ERSL).....	7
Le service public luxembourgeois en matière de télévision	8
Gouvernance.....	10
Principes.....	10
Exemples d'organisation.....	11
La gouvernance de l'établissement de radiodiffusion socio-culturelle (ERSL)	12
La gouvernance du service public audiovisuel.....	13
Financement	14
Principes.....	14
Exemples de financement.....	14
Le financement de l'établissement de radiodiffusion socio-culturelle (ERSL).....	16
Le financement du service public en matière de télévision	17
Annexes.....	20
Littérature et sources.....	21

Introduction

La société actuelle de l'information, marquée par la fragmentation et la mondialisation, est en rapide mutation. Le déclin des recettes publicitaires et le changement de la consommation des médias a profondément marqué le secteur de la presse. Une pléthore de nouveaux médias et de nouveaux moyens technologiques ont fait leur apparition. La consommation des médias audiovisuels à la demande a remplacé la consommation linéaire. Tous les médias se voient actuellement confrontés à la fois à des défis économiques, sociaux et technologiques. Dans le cadre du changement structurel généralisé du paysage médiatique, et vu leurs missions sociales particulières, les médias de service public (MSP) font l'objet de débats particulièrement importants quasi partout en Europe.

Le Gouvernement suit cette évolution de près. Il défend un paysage médiatique varié, pluraliste et indépendant, condition essentielle à la formation d'opinion et au débat critique dans une démocratie. Ainsi, dans le secteur de la presse, le Gouvernement adresse ces défis par une réforme en profondeur du régime d'aide à la presse et par la mise en place d'un régime transitoire de soutien au journalisme en ligne.

Le Gouvernement a également renforcé les médias à vocation de service public tout au long des dernières années² en vue de leur permettre d'assurer une couverture médiatique impartiale, objective, indépendante, pluraliste et exhaustive. Il se réjouit que l'excellence de cette couverture médiatique a été reconnue par l'UER en ce qui concerne l'ERSL³.

Le Gouvernement salue et a pris note des propositions en vue des améliorations à apporter au niveau de l'organisation de la gouvernance du service public et entend désormais les intégrer dans une réflexion plus étendue sur les médias de service public.

En ce qui concerne les défis à adresser, le Gouvernement reconnaît que les médias de service public se retrouvent tiraillés entre deux exigences : celle de rassembler le public le plus large possible afin de remplir leur mission de cohésion sociale, et celle de desservir des publics cibles bien spécifiques afin de remplir leurs missions de pluralisme et de diversité. Ceci paraît particulièrement important dans un pays au contexte multilingue. Par ailleurs, il est sensible à la responsabilité délicate qui se pose pour le pouvoir politique de devoir mettre en place un cadre légal assurant l'indépendance des MSP par rapport au pouvoir politique en charge.

Pour ces raisons, le Gouvernement invite à une large participation au débat servant à fonder une base solide pour le service public de l'avenir— base qui devrait non seulement servir à garantir la continuation du service public actuel, mais qui devrait en plus encourager et orienter son renforcement en tant que bien public servant l'intérêt collectif.

² Ainsi, il a conclu une première Convention avec l'Etablissement public de radiodiffusion socioculturelle (2015-2018) afin de lui accorder une prévisibilité à plus long terme, et une deuxième Convention (2019-2023) qui a accordé à la radio une importante hausse budgétaire.

Par ailleurs, une nouvelle Convention portant sur la prestation du service public luxembourgeois dans le domaine audiovisuel a été signé en 2017, qui a prolongé la mission de service public et adapté afin de garantir notamment un choix plus diversifié d'éléments de programme.

³ "The quality of journalism and the dedication of staff is a particular asset. The team assigns priority to content (as opposed to internal organization or image) and holds its public service mission in high esteem. ERS� also has modern, high-tech and reliable equipment and studios." (Peer review p. 44)

Historique

La radiodiffusion est née au début du 20^e siècle et a connu son véritable essor dans les années 1920. Au Luxembourg, les premières émissions luxembourgeoises sont diffusées en 1924.

Afin d'encadrer l'utilisation de cette nouvelle technologie, la loi du 19 décembre 1929 concernant les stations radioélectriques établies ou à établir sur le territoire du Grand-Duché accorde au ministre de la Poste le pouvoir d'attribuer des concessions pour l'exploitation des fréquences. Le Luxembourg opte pour le système d'une concession du privilège d'émission de l'Etat au secteur privé.

A l'inverse des autres Etats européens, l'Etat renonce ainsi à exploiter lui-même un émetteur au Grand-Duché et signe une première *concession exclusive de la radiodiffusion au Grand-Duché* avec la *Société Luxembourgeoise d'Etudes Radiophoniques (SLER)* et l'oblige à constituer une société régulière d'exploitation.

Quelques mois après la signature de la première convention, la société anonyme « *Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion* » voit le jour et succède à la SLER. La première émission officielle est retransmise le 15 mars 1933. Le siège de cette nouvelle Compagnie deviendra la Villa Louvigny, un bâtiment acheté en 1936 et qui deviendra au cours des années synonyme de RTL.

La concession avec la CLR porte au début des années 1930 sur l'utilisation des fréquences sur ondes longues. Dans ses renouvellements, elle a englobé successivement les ondes courtes (1938), les ondes moyennes (1950), la modulation de fréquence (1960), et la télévision en couleur (1972).

Le 1^{er} juillet 1954, après plus de vingt ans d'existence, la *Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion* se transforme en *Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (CLT)*; une dénomination qu'elle va porter pendant plus de 40 ans. La raison de ce changement est qu'elle obtient le droit d'exploiter une station de télévision commerciale.

A partir de 1961, l'horaire du programme radio luxembourgeois est rallongé. Il comprend alors des émissions d'information nationales et internationales, des émissions culturelles et encore des discussions.

Le 4 avril 1973, la concession pour la radio est prolongée jusqu'en 1995. A cette occasion, les émissions de *RTLëtzebuerg*, nom de la station encore à l'époque, sont portées à un total de 60 heures par semaine. En mars 1968, les « *tribunes libres* » sont introduites. Cette rubrique est organisée sur demande du Gouvernement⁴ et diffusée sous la responsabilité des partis politiques qui s'y expriment.

Ce sera au début des années 1980 que commencent les discussions autour de la libéralisation des fréquences au Luxembourg et de l'utilisation de la fréquence 100,7. Au Luxembourg, le terme de libéralisation de la radio est à comprendre dans le sens inverse qu'ailleurs en Europe : alors que dans la plupart des pays européens, la libéralisation met fin au monopole des radios publiques et voit naître des stations privées, l'inverse se passera au Luxembourg.

La question qui se pose alors est la suivante : la fréquence 100,7 servira-t-elle à dédoubler le programme luxembourgeois de CLT en échange de la mise à disposition d'une solution-fenêtre au profit des organisations socioculturelles et éventuellement de la presse écrite, ou bien sera-t-elle allouée à une nouvelle radio à créer ?

La motion de 1988 de la Chambre des députés invite le Gouvernement à utiliser la fréquence 100,7 pour une nouvelle radio servant, entre autres, à mettre en évidence le patrimoine culturel national, à

⁴ J. Neuen (1983). L'évolution de la radiodiffusion au Grand-Duché de Luxembourg ou Futur imparfait pour un passé simple, in Presse écrite et télécommunication, Institut Grand-Ducal, section sciences morales et politiques, Luxembourg, 1983, p. 25.

soutenir la création culturelle contemporaine et à promouvoir la communication sociale et inter-ethnique.

Ensuite, en 1989, est publié le livre blanc sur l'opportunité et les moyens de créer une radio nationale publique à vocation culturelle où apparaît le concept de service public. Le ministre des Affaires culturelles de l'époque Robert Krieps y développe sa vision d'une « radio socio-culturelle gérée selon les principes d'un service public dans l'intérêt et avec la participation du public ».

Deux ans plus tard, la diversification de l'offre radiophonique et la création de la radio socio-culturelle deviennent réalité. Avec la loi sur les médias électroniques de 1991, une nouvelle ère commence dans le paysage médiatique du Luxembourg : les ondes sont libéralisées et plusieurs nouvelles radios peuvent naître - dont la nouvelle radio de service public.

Le 3 juin 1993 est accordé l'autorisation d'émettre et la première émission de la radio socio-culturelle est diffusée le 19 septembre 1993. La radio 100,7 collaborera dans un premier temps avec CLT. En mars 1993, elle signe ainsi un protocole d'accord sur une durée de deux ans avec la CLT relatif à la collaboration technique, la location des bureaux et des studios et la complémentarité des deux programmes. En effet, en compensation de services techniques prestés pour la nouvelle radio 100,7, RTL peut utiliser la fréquence 100,7 pour la retransmission de son programme pendant les heures où radio 100,7 n'est pas sur antenne. Deux ans plus tard, la radio quitte les studios de RTL pour déménager dans ses propres locaux. A partir de 1997, la radio 100,7 diffuse un programme 24/24 et devient membre de l'UER.

A partir du 1^{er} janvier 1996, en application de nouvelles dispositions dans les concessions et permissions de la CLT, celle-ci assure un service public de radio et de télévision. L'État n'intervient pas dans le financement du programme de télévision. Le programme de télévision est composé d'informations, d'émission de service et de divertissement s'adressant au public résident le plus large possible.

En 2017, suite au vote d'une motion à la Chambre des députés invitant le Gouvernement à négocier une nouvelle convention avec CLT-Ufa et RTL Group, ces derniers et l'État ont signé une convention portant sur la prestation du service public audiovisuel. Cette convention prolongera la mission de service public en matière de télévision pour une durée de trois ans, de 2021 à 2023.

La Chambre des députés sera associée au contrôle de la mise en œuvre de la convention qui entrera en vigueur en janvier 2021.

Conception du Gouvernement du rôle des médias de service public dans le paysage médiatique luxembourgeois

Le Gouvernement perçoit les médias à vocation de service public comme étant des institutions de cohésion sociale dans un monde de plus en plus fragmenté qui répondent à un besoin sociétal et nourrissent une citoyenneté éclairée. Leurs activités comportent une fonction d'utilité collective et sociale, qui s'articule autour de la promotion des valeurs des sociétés démocratiques. Sources impartiales et indépendantes d'informations et de commentaires, ils proposent des contenus variés à toutes les catégories du public, respectent des normes éthiques et de qualité élevées et sont accessibles à tous. Ils fournissent ainsi une véritable plus-value culturelle et sociale. Ils contribuent à la création et à la production audiovisuelles et à une meilleure appréciation et diffusion de la diversité du patrimoine culturel national⁵.

Le Gouvernement vise à assurer un cadre qui continue à encourager les médias luxembourgeois à vocation de service public à remplir ces missions tout en se distinguant par l'excellence, l'indépendance, l'accès universel, la diversité, la transparence et l'innovation tout au long de l'exercice de cette mission⁶.

Organisation et missions du service public

Le terme 'service public' dans les médias ne connaît pas de définition unique. Le concept remonte à la création de la BBC, créée en 1922 en tant que *British Broadcasting Company* (*British Broadcasting Corporation* depuis 1927), avec la mission de fournir un « public utility service for the broadcasting to the public » avec les trois axes suivants : information, formation, divertissement. Alors qu'on évoquait jadis la télévision ou la radio de service public, le terme de 'média de service public' (MSP) domine aujourd'hui, les frontières entre radio, télévision et médias numériques s'étant estompées. Le terme était utilisé pour la première fois en 2007 par le Conseil de l'Europe dans sa *Recommandation sur la mission des médias de service public* et consacré par la *Communication sur la radiodiffusion de la Commission européenne* en 2009.

Le Conseil de l'Europe, acteur de référence en la matière, accorde une grande liberté aux Etats d'organiser le service public au niveau national. Les Etats sont ainsi libres de conférer la mission de service public à « un ou plusieurs médias, dans le domaine public et/ou privé ». Il est également généralement admis que les Etats sont libres de définir la mission qu'ils confèrent à leurs médias de service public⁷.

L'UNESCO recommande de soutenir de façon appropriée les institutions de service public et de prendre les mesures qui visent à promouvoir la diversité des médias, y compris au moyen du service public de radiodiffusion, dans le but de l'épanouissement des expressions culturelles au sein des sociétés⁸.

⁵ Cf. Recommandation sur la mission des médias de service public dans la société de l'information (2007)

⁶ Cf. Union européenne de radiodiffusion. Empowering society. A declaration on the core values of public service media

⁷ Conseil de l'Europe, Recommandation sur la mission des médias de service public dans la société de l'information (2007)

⁸ UNESCO, La Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles

Aujourd'hui, les pays européens se trouvent dans une situation dite duale avec une coexistence de médias de service public et de médias privés. La plupart des pays disposent de plusieurs médias de service public.

Vu des spécificités économiques, politiques et culturelles différentes entre pays, l'organisation et le fonctionnement du service public diffèrent fortement, mais les missions varient finalement peu à travers les pays. Elles exigent toujours la diffusion de programmes de qualité d'information permettant aux citoyens de se forger une opinion sur des sujets politiques et sociaux, et visent le pluralisme des opinions. Le contenu des médias de service public est universel par sa teneur et son accessibilité, et leurs rédactions sont indépendantes, tant du point de vue politique que commercial. La plupart des pays accordent une grande liberté aux médias de service public en ce qui concerne l'organisation des programmes⁹.

Les missions de service public de l'établissement de radiodiffusion socio-culturelle (ERSL)

L'ERSL a été créé par la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques dont l'article 14 porte sur la création « d'un établissement public dans le but (...) d'organiser des services de radio à finalité socioculturelle dont il assume la responsabilité ». La loi prévoit encore que l'État conclut une « convention pluriannuelle définissant ses missions de service public et la contrepartie financière ou autre à charge de l'État.

Le fonctionnement et les règles de gouvernance de l'établissement public sont cependant régis par un règlement grand-ducal. A la différence des autres services radiodiffusés, l'ERSL bénéficie d'une permission pour un service de radio qui lui est attribuée sans appel de candidature. Comme pour tous les autres services de radios, la permission de radiodiffusion est aussi assortie d'un cahier de charges.

Selon le règlement grand-ducal modifié 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, « l'établissement doit notamment promouvoir la vie culturelle, favoriser la création artistique, contribuer à la communication sociale, y compris la vie interculturelle et la coopération transfrontalière, participer à l'information libre et pluraliste et fournir un large accès à l'antenne aux organisations sociales et culturelles du pays ».

Le cahier de charges utilise les termes « service de radio à vocation de service public ». La Convention conclue entre l'État et l'Établissement public de radiodiffusion socioculturelle pour les années 2019 à 2023 définit l'ERSL, opérateur de la Radio 100,7 enfin comme « la radio de service public au Luxembourg » et met l'accent sur la mission particulière du service public de radiodiffusion¹⁰.

⁹ Certains Etats règlent le service public plus dans les détails que d'autres (ex. Italie dans le *contratto di servizio*, négocié tous les trois ans entre la RAI et le Gouvernement, oblige la radio de la RAI de diffuser au moins 70% de contenu tombant dans les catégories 'nouvelles', 'information', 'culture', 'société', 'musique', 'service' ou 'public utility' (Contratto di servizio art 9 2010-2012). Radio France doit réserver une 'place majoritaire' de musique française. La radio RTBF a des objectifs en matière de programmes d'éducation permanente, d'éducation aux médias, de médiation avec les publics, apprentissage des langues, de divertissement, aux publics déficients sensoriels, pour les enfants de 4 à 14 ans, la jeunesse, aux sports, doit diffuser au moins 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, RTBF affectera 100 000 euros pour lancer des appels à projets pour de nouveaux formats radiophoniques, etc.

¹⁰ « (...) considérant la mission particulière du service public de radiodiffusion et réaffirmant sa fonction vitale en tant qu'acteur essentiel d'une communication pluraliste et de la cohésion sociale qui s'efforce à promouvoir les valeurs des

La Convention oblige, entre autres, la radio à proposer des émissions et programmes à vocation de culture, d'information et de divertissement, et à

- assurer un reflet radiophonique fidèle et varié des réalités multiples d'un pays en mutation constante ;
- être la source d'information la plus respectée et la plus pertinente pour l'audience luxembourgeoise dans les domaines de l'information générale, culturelle, musicale ;
- proposer une plateforme radiophonique permettant la diffusion de la création artistique et culturelle au Grand-Duché et dans la Grande Région ;
- être un partenaire essentiel pour les institutions culturelles au Grand-Duché de Luxembourg ;
- assurer un « retour sur investissement » au bénéfice de la société sous forme d'une création de valeur ajoutée sociétale.

De plus, la Convention demande aux programmes de la Radio 100,7 de poursuivre les objectifs culturels suivants : *la promotion de la création culturelle et artistique, la sensibilisation culturelle du public, le reflet des multiples réalités culturelles au Luxembourg, la connaissance de l'histoire du pays, la connaissance de la langue luxembourgeoise, et la coopération culturelle internationale.*

L'ALIA (Autorité luxembourgeoise indépendante de l'Audiovisuel) est habilitée à soumettre aux organes responsables de l'établissement public des propositions relatives à un contenu équilibré correspondants aux objectifs socioculturels.

Selon les chiffres TNS-Ilres, le programme de la radio 100,7 atteint 4,2% de la population¹¹.

Le service public luxembourgeois en matière de télévision

Aux termes d'une convention, l'État a confié à CLT-UFA une mission de service public luxembourgeois de télévision. RTL Group, la maison mère de CLT-Ufa, est une entreprise internationale de média, une société privée dans laquelle le Gouvernement ne détient aucune participation. RTL Group est majoritairement détenue (à hauteur de 75%) par le groupe de médias allemand Bertelsmann. Le reste des actions est très dispersé entre divers autres investisseurs.

L'Etat du Grand-Duché de Luxembourg est lié à ces deux sociétés privées par un contrat de concession et une convention portant sur la prestation du service public luxembourgeois dans le domaine audiovisuel. L'actuel contrat de concession vient à échéance à la fin de l'année 2020, les accords signés

sociétés démocratiques modernes, en particulier le respect des droits de l'homme, la diversité culturelle et le pluralisme politique. »

¹¹ A titre de comparaison (au moment de la rédaction du présent document):

- France Inter: 11,7%
- WDR5 : 4,8%
- France Info : 3,9%
- Deutschlandfunk : 3,1%
- SR2 Kulturradio : 2,9%
- Rbb Kulturradio : 2,5%
- France Culture : 2,2%
- SWR2 : 2,1%

avec CLT-Ufa et RTL Group en mars 2017 renouvellent les concessions internationales et nationales, exploités pas CLT-UFA jusqu'en 2030.

En mars 2017, l'État a également signé une nouvelle convention sur la prestation du service public luxembourgeois en matière de télévision. Cette convention entrera en vigueur en janvier 2021 et couvrira une période de trois ans.

Les programmes du ce service public reflètent le pluralisme des opinions sont empreints d'objectivité globalement équilibré. Dans leur contenu, ils doivent être de qualité, avoir une vocation de culture, d'information et de divertissement et respecter les sensibilités intellectuelles et morales du public.

CLT-UFA est responsable du contenu de ses programmes dans le cadre prévu par la convention et peut prendre les mesures appropriées pour assumer efficacement cette responsabilité éditoriale, en ayant égard à la liberté de conscience et d'expression de ses journalistes.

Un comité éthique garantit un autocontrôle permanent des contenus qui peuvent être jugés critiques par les rédactions. Il se réunira de manière régulière pour examiner les contenus par rapport au cahier des charges et à la Charte des journalistes de RTL Luxembourg.

La convention signée en 2017 pour la période 2021-2023 prévoit également une Commission de suivi de la Convention qui a comme mission de suivre la bonne exécution de la convention relative au service public. Cette commission sera composée du Commissaire au Gouvernement près de de CLT-UFA et de personnes désignées par le membre du gouvernement ayant les médias dans ses attributions. La Chambre des députés désignera un représentant. Elle se réunira au moins deux fois par an et sera chargée entre de contrôler les décomptes annuels relatifs au financement du programme et au montant de la compensation à finance par l'Etat et l'évaluation de la grille et des actions mises en œuvre pour garantir la qualité du programme.

Objectifs du Gouvernement

- Un service public qui répond aux standards les plus élevés en termes de qualité des programmes et de l'information**
- Un service public qui représente un facteur de cohésion sociale et culturelle**
- Un service public qui s'adresse à l'ensemble de la population**
- Un cadre légal qui renforce ce service public, précise ses missions et se porte garant de la liberté éditoriale**

Invitation aux député.e.s d'exprimer leurs avis

- par rapport aux missions à assurer par les médias de service public au Luxembourg
- par rapport à l'offre linguistique des médias de service public
- par rapport aux canaux de radiodiffusion et audiovisuels nécessaires
- par rapport à tout autre élément concernant les missions et l'organisation du service public

Gouvernance

Principes

Le but premier de tout cadre de gouvernance des médias de service public est celui de garantir l'indépendance, condition fondamentale de l'autonomie éditoriale. Le deuxième objectif a trait à la responsabilité, la façon dont les organisations de médias de service public identifient les parties prenantes et les mécanismes de l'obligation de rendre compte (*accountability*). Ces deux volets – indépendance et responsabilité – sont complémentaires : « L'indépendance accordée aux médias de service public pour les protéger d'une influence indue de la part de l'Etat ou de toute autre partie est contrebalancée par l'obligation des organisations de médias de service public de pleinement rendre compte de leur gestion à l'Etat et à leurs nombreuses parties prenantes. »¹²

Il en découle que les médias de service public devraient procéder à la mise en place de mécanismes clairs de contrôle éditorial interne et de traitement des plaintes et leur donner une grande publicité, en veillant à énoncer clairement les devoirs et les responsabilités du rédacteur en chef¹³ et du directeur général. Un média de service public doit avoir une personnalité juridique propre mais peut tant être un établissement public qu'une entreprise de droit privé¹⁴.

Le Gouvernement rappelle que le Conseil de l'Europe ne s'oppose pas à la nomination d'administrateurs par le Gouvernement. Le Conseil de l'Europe indique en effet que - les médias de service public étant des institutions publiques opérant pour le bien commun- il est légitime que l'Etat soit impliqué dans la nomination de leur plus haute instance de surveillance ou de prise de décision¹⁵. Le service public est en effet indépendant de l'Etat, mais mandaté par lui. Il est généralement recommandé que ces organes soient 'staatsfern' - ce qui n'est pas synonyme de 'staatsfrei'¹⁶.

Les nominations doivent être transparentes et mener à une composition équilibrée et pluraliste des organes.

Il va sans dire que cette implication ne doit pas s'étendre aux nominations au niveau de la gestion et la direction éditoriale et que les nominations doivent se rapporter directement au rôle et à la mission du média de service public.

Le Gouvernement prend note de l'appréciation de l'UER en ce qui concerne la situation actuelle¹⁷ et assure non seulement à s'abstenir de toute ingérence mais viser, qui plus est, à renforcer les mesures positives de protection qui existent déjà tant en droit qu'en pratique¹⁸.

¹² Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance des médias de service public, 2012

¹³ Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance des médias de service public, 2012

¹⁴ EBU, governance principles for public service media

¹⁵ Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance des médias de service public, 2012

¹⁶ Matthias Cornils (2012). Staatsferner Rundfunk als Demokratievoraussetzung. Das Verfassungsproblem der Rundfunkaufsicht.

¹⁷ Peer review: "The current situation does not seem to affect ERS's editorial independence negatively. As we mentioned above, ERS has been praised for the quality of its news and investigative journalism as well as for its balanced reporting before and during elections."

¹⁸ Cf. Affaire Manole et autres c. Moldova (Requête no 13936/02)

Exemples d'organisation

Les formes juridiques des médias de service public peuvent être

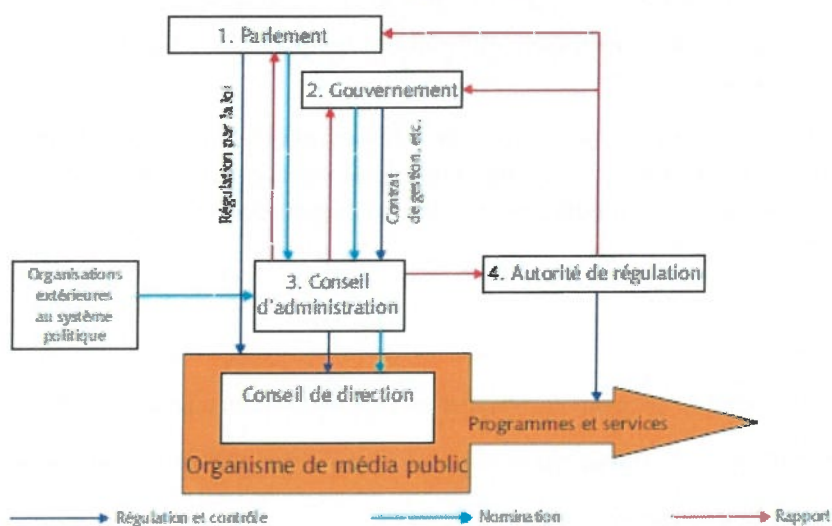
- Etablissement public (p.ex. : Allemagne, Belgique, UK)
- Sàrl appartenant à l'Etat (p.ex. : Espagne, Finlande, Norvège)
- SA de droit public (p.ex. : France, Italie, Suisse, Pologne)
- Fondation de droit public (p.ex. : Suède, Autriche)

Les organes de gouvernance peuvent être des conseils d'administration avec ou sans un deuxième organe constitué de façon plus large (comme une assemblée du public).

Les administrateurs peuvent être nommés par

- Gouvernement (Flandre, Pays-Bas, Irlande)
- Gouvernement suite à proposition des partis politiques (Suède)
- Gouvernement+Publikumsrat (Allemagne)
- Parlement+Bundesländer+Gouvernement fédéral+Publikumsrat+délégation du personnel (Autriche)
- Parlement (Espagne, Finlande, Belgique – représentation proportionnelle des groupes politiques)
- Parlement+Gouvernement+Régulateur+Délégation du personnel (France)
- Parlement+Gouvernement+delegation du personnel (Italie, Danemark)
- UK: nominations en partie par le Gouvernement, suite à des consultations publiques et suite à la consultation de la BBC, et par la BBC

Graphique 8.1 : La gouvernance des médias publics - le modèle « standard ».



19

¹⁹ Conseil de l'Europe (2006). Les médias de service public dans la société de l'information. Rapport préparé pour le compte du Groupe de spécialistes sur le service public de radiodiffusion dans la société de l'information (MC-S-PSB) par Christian S. Nissen, p.40.

Le directeur peut être nommé par

- Conseil d'administration (Finlande, Norvège, Suède, Suisse, UK)
- *Fernsehrat* (Allemagne) ou *Stiftungsrat* (Autriche)
- Gouvernement (Belgique, avis demandé du CSA)
- Régulateur (France)

La gouvernance de l'établissement de radiodiffusion socio-culturelle (ERSL)

Le 100,7 est un établissement public avec une personnalité juridique propre. L'Etablissement de radiodiffusion public a été créé sous la forme d'un établissement public qui jouit de l'autonomie financière et administrative tout en étant placé sous la tutelle du Ministre ayant dans ses attributions les médias.

Les relations entre l'établissement et ses collaborateurs sont régies par des contrats de droit privé. La radio 100,7 est administré par un conseil d'administration composé de neuf membres, nommés pour une durée de cinq ans, renouvelable, par le Gouvernement en conseil. Cette procédure est en ligne avec la décision du Gouvernement en conseil du 10 février 2017 déterminant des lignes directrices pour la création d'établissements publics.

Le Conseil d'administration est composé de sa présidente, de quatre membres représentant l'Etat et de quatre membres choisis parmi les personnalités représentatives de la vie sociale et culturelle. Il est renouvelé partiellement chaque année, les mandats de deux administrateurs venant chaque fois à échéance le 10 août. A noter que, bien que le Conseil d'administration soit composé de membres nommés par le Conseil de Gouvernement, la présence de représentants de l'Etat est limitée à 50%.

A l'heure actuelle, y siègent des membres avec des compétences diverses en ce qui concerne e.a. le journalisme, la recherche académique en matière de médias et de démocratie parlementaire, de gestion financière, du secteur culturel ou de collaboration avec les associations de la société civile.

En plus de ses attributions budgétaires, le Conseil d'administration statue sur la politique générale de l'établissement dans l'accomplissement de sa mission ainsi que sur les orientations générales en matière de programmation et d'organisation des grilles et des plages horaires, sur la base d'une proposition émanant du directeur et établie dans le respect du cahier des charges. Il statue également sur l'engagement et le licenciement du directeur et l'engagement et le licenciement des autres membres du personnel, sur proposition du directeur.

Les décisions du Conseil d'administration sont prises à la majorité des voix des administrateurs présents. Le conseil ne siège valablement que si un quorum de présence de cinq administrateurs est rempli.

La direction et la gestion courante de l'établissement sont confiées au directeur qui exécute les décisions du conseil d'administration. Le directeur est compétent pour régler toutes les affaires non dévolues spécialement au Conseil d'administration. Il jouit d'une large autonomie dans l'exécution de ses fonctions. Il est tant le chef hiérarchique du personnel qu'il est le responsable de la programmation.

Le directeur est engagé par le Conseil d'administration.

Un règlement d'ordre intérieur règle le fonctionnement du Conseil d'administration.

La signature de la présidente est requise pour toute commande au-delà de 7500 €.

L'indépendance éditoriale est évoquée dans le cahier de charges et dans la Convention 2019-2023.

La gouvernance du service public audiovisuel

La nouvelle convention sur le service public audiovisuel introduit des mécanismes visant à préciser les obligations de CLT-Ufa en matière de qualité du service public.

Un comité éthique garantit un autocontrôle permanent des contenus qui peuvent être jugés critiques par les rédactions de CLT-UFA. Il se réunira de manière régulière pour examiner les contenus par rapport au cahier des charges et à la Charte des journalistes de RTL Luxembourg.

La convention crée aussi une commission de suivi, qui aura comme mission de suivre la bonne exécution de la convention. La Chambre des députés sera étroitement associée à cette mission de suivi et de contrôle et désignera un représentant à la commission de suivi. Le Commissaire du Gouvernement et des personnes désignées par le ministre ayant dans ses attributions les médias compléteront la composition de cette commission.

La commission de suivi qui se réunira au moins deux fois par ans, est chargée de plusieurs missions :

- Elle procède à contrôle budgétaire continue, en procédant au contrôle des décomptes annuels relatifs au financement du programme et au montant de la compensation à financer par l'Etat.
- Elle vérifie aussi annuellement la conformité de la grille des programmes par rapport aux exigences inscrites dans la convention.
- Elle procède à l'évaluation des actions mises en œuvre par CLT-Ufa pour garantir la qualité du Programme.

Par ailleurs, la Commission de suivi de la convention pourra périodiquement faire procéder à des études relatives à la qualité du programme de service public luxembourgeois de télévision. Ces études seront réalisées en conformité avec les standards internationaux en la matière. Elles pourront, à titre d'exemple, couvrir les programmes de formation des journalistes.

Objectifs du Gouvernement

-un cadre légal protecteur de l'indépendance du service public

-reconnaître le statut spécial de l'ERSL en proposant un cadre légal approprié au ERS�, continuant à garantir l'indépendance éditoriale et reflétant le pluralisme des opinions et fixant notamment les principes et les missions du service public, la procédure de nomination et la composition du Conseil d'administration de l'établissement public, le financement de l'établissement public, et la mise en place éventuelle d'une assemblée consultative et les missions confiées à celle-ci.

Invitation aux député.e.s d'exprimer leurs avis

-par rapport aux organes décisionnels et leurs attributions

-par rapport à la participation des citoyens

-par rapport à la relation des médias de service public avec le Parlement et le Gouvernement

-par rapport à la forme juridique préconisée pour les médias de service public

-par rapport à tout autre élément concernant la gouvernance

Financement

Principes

La Commission européenne accorde à chaque Etat la liberté de définir et d'organiser le financement accordé aux médias de service public, tant que ce financement est accordé aux fins de l'accomplissement de la mission de service public²⁰.

Des mécanismes appropriés pour prévenir toute surcompensation et subventions croisées doivent être prévus²¹ et la Commission européenne est en droit de vérifier si le financement est proportionné. Des médias de service public ont le droit d'exercer des activités économiques²².

Il est recommandé que le financement soit approprié, proportionné et stable, permettre l'indépendance politique et économique et un service de grande qualité²³, et qu'il soit transparent et pluriannuel²⁴.

Vu la diversité structurelle et culturelle des paysages médiatiques, il n'existe pas un modèle *best practice* unique²⁵. La forme du financement résulte de choix historiques et des différentes traditions juridiques et politiques. Les experts s'accordent à dire qu'il n'existe pas de solution unique adaptée à tout MSP. Le mode de financement doit être conçu de manière à ce qu'il ne puisse être utilisé pour exercer une influence éditoriale ou menacer l'autonomie institutionnelle.²⁶

Les Etats membres sont appelés à examiner la possibilité que des médias commerciaux remplissent des missions de service public, par exemple en diffusant des programmes, chaînes, œuvres ou services audiovisuels particuliers, et reçoivent en conséquence des subventions publiques²⁷.

Exemples de financement

En ce qui concerne le modèle de financement, le financement mixte (recettes publiques et recettes commerciales) est le plus répandu en Union européenne. Les recettes publiques émanent le plus souvent d'une redevance.

Cinq pays européens (Luxembourg, Belgique, Espagne, Pays-Bas, Finlande²⁸) ne connaissent pas (ou ne connaissent plus) le financement via redevance.

Dans tous les pays, l'envergure de la publicité est plus règlementée pour le service public que pour les chaînes privées.

²⁰ Protocole d'Amsterdam (1997): « Les dispositions du traité instituant la Communauté européenne sont sans préjudice de la compétence des États membres de pourvoir au financement du service public de radiodiffusion dans la mesure où ce financement est accordé aux organismes de radiodiffusion aux fins de l'accomplissement de la mission de service public telle qu'elle a été conférée, définie et organisée par chaque État membre et dans la mesure où ce financement n'altère pas les conditions des échanges et de la concurrence dans la Communauté dans une mesure qui serait contraire à l'intérêt commun, étant entendu que la réalisation du mandat de ce service public doit être prise en compte. »

²¹ Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État (2009)

²² Observatoire de l'Audiovisuel (2010). Médias de service public : pas de contenu sans financement. IRIS *plus* 2010-4. Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel.

²³ Résolution du Parlement européen du 25 novembre 2010 sur la radiodiffusion de service public à l'ère du numérique: l'avenir du système double

²⁴ Recommandation CM/Rec (2018) on media pluralism, Guideline 2.10

²⁵ Puppis, Manuel; Künzler, Matthias (2011). Coping with Change: The Reorganization of the Swiss Public Service Broadcaster SRG SSR. *Studies in Communication Sciences*, 11(2):167-190.

²⁶ Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance des médias de service public, 2012

²⁷ Conseil de l'Europe Recommandation sur le financement de la radiodiffusion de service public (2009)

²⁸ En 2014, la redevance était remplacé par un impôt.

Les modes de financement se divisent en deux catégories : le financement unique (exclusif) de fonds publics et le financement mixte où peuvent s'ajouter des recettes provenant par exemple de services à la demande, de la vente de produits dérivés tels que des livres, des vidéos ou des films, et de l'exploitation d'archives audiovisuelles, de la vente d'espaces publicitaires ou de programmes, ou encore de la prestation de services contre rémunération. Le recours à un financement par des activités commerciales ne remet pas en question la qualification « d'intérêt économique général » du service. Les médias de service public peuvent donc se financer avec des moyens qui ne sont pas exclusivement publics et ils ont, par conséquent, le droit d'exercer des activités économiques. Dans le cas d'un financement mixte, les comptes des activités commerciales et publiques doivent être strictement séparés.

Comme les médias de service public en Australie, Belgique, au Canada, en Espagne, Irlande (TG4), aux Pays-Bas, en Nouvelle Zélande et aux Etats-Unis, le service public au Luxembourg est, au moins en partie, financé via une dotation de l'Etat.

Par contre, il se finance via une redevance (par ménage ou par appareil) en Allemagne, Autriche, Croatie, Suisse, France, Irlande (RTE), Italie (payé ensemble avec la facture d'électricité), Danemark, Norvège, Suède, UK, France, République tchèque, Slovaquie, Portugal. Elle varie entre 36 euros par an au Portugal et 360 euros par an en Suisse. Le montant de la redevance est au-dessus de 250 euros par an en Autriche, Norvège, au Danemark et en Suisse. La Finlande prélève un impôt.

Le montant de la redevance ou de la dotation est déterminé ou bien par le Gouvernement (p.ex. : Belgique, Danemark, Espagne, France, Irlande -sur avis du régulateur, Italie, Pays-Bas, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, UK – après avoir consulté la BBC, France – sous réserve de l'accord du Parlement et sur avis du CSA) ou bien par le Parlement (p.ex. : Australie, Finlande, Norvège, Suède, Etats-Unis, Canada, Suisse). En Allemagne, le montant de la redevance (actuellement de 210 euro/an) est déterminé au niveau des *Länder* (Parlements et Gouvernements) sur base d'une proposition de la *Kommission zur Überprüfung und Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten* et formalisé par le *Rundfunkstaatsvertrag*. En Autriche, la redevance est déterminée par l'ORF sous réserve de l'accord de son *Stiftungsrat* et du régulateur. La décision du montant de financement peut être annuel et donc sans prévisibilité à long terme (p.ex.: Espagne, Finlande, France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Suède) ou pluriannuel (p.ex.: Luxembourg, Allemagne, UK).

A noter que, à l'heure actuelle, un certain nombre d'Etats européens abolissent la redevance par appareil audiovisuel ("*Gerätegebühr*"). Une évolution se produit au profit d'une contribution « médias » globale, ou de sommes allouées directement par le budget de l'Etat. Au Danemark, la redevance sera abolie en 2022 au profit d'une dotation annuelle du budget de l'Etat. La Finlande connaissait le financement par redevance jusqu'en 2014, qui a ensuite été remplacé par un impôt de l'ordre de 0,68% du revenu imposable jusqu'à 140 euro/an pour les personnes physiques et morales. Les Pays-Bas ont connu la redevance jusqu'à l'année 2000, remplacé par une dotation du budget de l'Etat qui est indexé. La redevance TV est supprimée en Wallonie depuis 2018.

Dans certains pays, les ressources accordées par l'Etat sont complétées par des aides financières provenant de l'imposition des recettes des radiodiffuseurs et opérateurs de télécommunications publics.

En moyenne, les pays membres de l'UER accordent 0,10 euro par citoyen par jour aux MSP²⁹.

²⁹ Union européenne de radiodiffusion (2019). Funding of public service media 2019.

Bien que la redevance paraît à première vue conférer une plus grande indépendance aux MSP et établit un lien direct entre le média et son public, son montant peut être revu chaque année à la baisse ou à la hausse et dépend d'un choix politique.

Exemple de la RTBF (5^e contrat de gestion de la radio-télévision belge de la communauté française pour les années 2019 à 2022 incluses)

« En contrepartie de la réalisation de ses missions de service public, telles que définies dans le décret statuaire et dans le présent contrat de gestion, la Fédération Wallonie-Bruxelles alloue à la RTBF une juste compensation, nécessaire et suffisante pour couvrir une partie des coûts nets, pour la période couverte par le présent contrat de gestion (....). Le montant de cette subvention annuelle est fixé pour l'année 2019 à un montant de 243 931 000 euros, majoré d'une augmentation de 2% destinée à couvrir l'augmentation de la masse salariale liée aux évolutions des carrières et des échelles barémiques de l'entreprise (...) et d'une augmentation (unique pour 2020) de 1,25% destinée à compenser les nouvelles missions de service public (...).

Exemple:

Dotation ordinaire 2021 = dotation ordinaire 2020 X (indice de prix à la consommation janvier 2021/indice des prix à la consommation 2020) X (1+2 %)

Le financement de l'établissement de radiodiffusion socio-culturelle (ERSL)

Depuis 2015, le financement de l'ERSL est défini par convention pluriannuelle et voté par la Chambre des députés avec la loi budgétaire.

En 2015, le ministre des Communications et des Médias Xavier Bettel a négocié et signé pour la première fois une convention pluriannuelle avec la radio socio-culturelle afin d'assurer une prévisibilité stratégique et financière aux responsables de cet établissement public. La convention pluriannuelle a renforcé l'indépendance de l'établissement de radiodiffusion socioculturelle de manière considérable car elle a permis de supprimer l'exercice des tractations au rythme annuel entre le gouvernement et les responsables de la radio. C'est dans ce contexte que le budget alloué à la radio est passé de € 4,95 millions en 2015 à € 6,09 millions en 2018. En 2018, le ministre a signé le renouvellement de la convention avec une prévision budgétaire passant de € 6,33 millions en 2019 à € 6,85 millions en 2023. L'établissement de radiodiffusion socioculturelle a connu une hausse des moyens de plus de 25% sur 10 ans (hors index).

Dans sa peer review, l'UER note que *"This system makes ERS� dependent on political decisions for its budget, though the five-year package gives some visibility to ERS� and makes planning possible. In a comparison, ERS�'s yearly budget (EUR 6.1 million) is somewhat higher than the average budget of similar PSM, but this is only a matter of perspective."*

Le budget de l'ERS est caractérisé par la prépondérance des frais de personnel³⁰.

La Convention autorise l'ERSL explicitement de bénéficier de moyens financiers supplémentaires, en plus de la dotation, en provenance de sources de financement publiques ou privées. D'autres ressources peuvent être des recettes pour prestations et services offerts, des recettes provenant de l'organisation d'événements socioculturels, des contributions financières, allouées à charge du budget de l'Etat, à titre de participation aux frais de fonctionnement de l'établissement; des

³⁰ Total des frais salariaux hors charges sociales en 2019: 3 625 496 €

contributions financières provenant du budget de l'Etat, dans l'intérêt du remboursement des frais de transmission et du financement de l'équipement technique nécessaires à l'accomplissement de sa mission; des dons et legs en espèce et en nature; des revenus provenant de la gestion de son patrimoine.

Le programme est exempt de publicité mais, depuis une modification du cahier des charges approuvée en 2005, l'ERSL est autorisé à avoir recours au parrainage.

Les recettes provenant du parrainage et de la publicité dans le cahier des programmes ont été de 111 696€ en 2019.

Le Conseil d'administration doit présenter au Gouvernement les comptes de fin d'exercice.

La gestion financière de l'établissement est soumise au contrôle de la Cour des Comptes.

Le financement du service public en matière de télévision

Le financement du service public audiovisuel est mixte. La nouvelle convention prévoit trois sources : une contribution de l'État, des recettes provenant des communications commerciales et un apport de la société CLT-Ufa.

Du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2023, l'Etat assume ainsi le découvert (le « Découvert ») du service public luxembourgeois de télévision, jusqu'à concurrence du montant maximum (le « Découvert Maximum de l'Etat ») visé dans le tableau ci-dessous. Par Découvert, il convient d'entendre le coût annuel total du service public luxembourgeois de télévision hors loyers³¹ (le « Coût TV ») diminué (i) des revenus nets générés par ce service (à savoir les revenus de publicité facturés par la régie, diminués du taux de régie et augmentés des autres revenus éventuels liés à la télévision de service public, telles que les redevances des câblo-opérateurs ou les ventes de prestations internes) et (ii) de l'apport financier de CLT-UFA qui représente la contrepartie pour la mise à disposition de l'ensemble des fréquences.

A titre d'exemple, le coût total estimé pour le public audiovisuel s'élèvera pour l'année 2021 à 23,2 millions d'€. L'État prendra en charge un montant maximal de 9.6 millions d'€. Les recettes totales qui viennent des communications commerciales sont estimées à 8,59 millions d'€. L'apport de CLT-Ufa s'élèvera à 5 millions d'€.

Coût estimé du programme de télévision pour les années 2021 à 2023

	Budget tv estimé	Recettes totales estimées	Apport CLT-UFA	Découvert Maximum à financer par l'Etat
2021	23.210	8.590	5.000	9.620
2022	23.670	8.890	5.000	9.780
2023	24.130	9.190	5.000	9.940
Total	71.010	26.670	15.000	29.340

en millions d'€ arrondis

³¹ Le loyer sera pris en charge par CLT-UFA.

Pour assurer la continuité du programme de télévision de service public, l'État financera donc une partie du déficit du programme à partir de 2021. Il s'agit d'une garantie de financement qui ne peut dépasser en aucun cas 10 millions d'Euros par an. Afin d'éviter tout risque de surcompensation, le gouvernement devra assurer à travers des mécanismes rigoureux de contrôle et d'audit indépendant annuel que cette enveloppe plafonnée servira exclusivement au financement du programme de télévision.

Étude de cas : Le service audiovisuel public de la RTI

La *Radiotelevisione svizzera di lingua italiana* (RSI) est une unité de l'entreprise audiovisuelle de service public suisse SRG SSR. En vertu de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV), la SSR est tenue de remplir une mission de service public pour toutes les régions linguistiques de la Suisse. À travers ses 4 unités d'entreprises régionales (RTS, SRF, RSI et RTR) la SSR propose 17 stations de radio, 7 chaînes de télévision ainsi qu'une offre sur internet.

La RTI produit deux chaînes de télévision pour le public de la région italophone. En 2017, le canton de Tessin où réside la quasi-totalité du public cible italophone de RSI, comptait 353.709 habitants.³² En moyenne, 181 000 téléspectateurs regardent la RSI chaque jour. Avec un taux d'audience supérieur à 40%, 131.700 téléspectateurs suivent, en moyenne le programme de RTL Télé Lëtzebuerg³³. Le produit intérieur brut du canton de Tessin dépasse légèrement 29 mia CHF³⁴. Celui du Luxembourg s'approche en 2019 des 60 mia. d'€. Les charges d'exploitation totales de la RSI qui diffuse aussi trois chaînes de radio, s'élèvent à **243,6 millions CHF pour l'exercice 2018**.

Chaque jour, les programmes de télévision de RSI proposent des émissions d'information et d'actualité qui ont une durée journalière d'une centaine de minutes. Dans les éditions plus courtes (*flash*), l'accent est principalement mis sur la synthèse et l'actualité. La principale émission d'information à 20 heures met l'accent sur la contextualisation, le reportage et l'analyse, souvent avec la contribution d'invités en duplex ou en studio. Le 20h00 *Telegiornale* est traduit en langue des signes pour les sourds. En 2018, les trois éditions quotidiennes de l'actualité et l'édition *flash* de 16 heures ont coûté au total 11,4 millions de francs.

Le rendez-vous quotidien d'informations télévisées de la Suisse italienne présente l'actualité de la région. Le budget du journal régional comprend également les coûts de *Turné*, l'hebdomadaire consacré à la culture de la Suisse italienne. Les 365 éditions du bulletin régional coûtent en moyenne 28 000 francs.

Le magazine hebdomadaire d'informations approfondies, *Falò* présente des faits et des sujets d'actualités et essaie de les expliquer dans leur complexité. À travers des témoignages originaux et avec les outils classiques du journalisme télévisé, à savoir le documentaire, le reportage et l'enquête, *Falò* poursuit un journalisme critique et indépendant. En plus de ses propres productions (environ les deux tiers), *Falò* propose des documentaires et des émissions produites par des tiers. Un épisode de l'enquête hebdomadaire coûte en moyenne 139 000 francs.

60 minutes est un *talk-show* hebdomadaire sur l'actualité, s'adressant à un public généraliste. L'émission hebdomadaire sur des sujets d'actualité, régionaux, nationaux et internationaux coûte en moyenne 15 000 francs par épisode.

³² <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/statistique-regions/portraits-regionaux-chiffres-cles/cantons/tessin.html>

³³ RTL Group, Annual Report 2018,

³⁴ <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kataloge-datenbanken/tabellen.assetdetail.10647593.html>

De manière générale, il convient toutefois de souligner qu'il est très difficile de se baser sur de telles comparaisons pour estimer un coût de production d'une chaîne de télévision. Ces chiffres sont à considérer avec précaution car il y a des différences importantes à prendre en compte:

- La définition de la mission de service public,
- la programmation et la durée des programmes et
- le nombre de chaînes publiques.

Il convient de noter que la dotation publique se situe parmi les plus hautes, en termes absolues. Il est donc très difficile d'estimer les coûts d'une chaîne de télévision public qui serait institutionnellement indépendant.

Objectifs du Gouvernement

- garantir un financement pluriannuel adéquat et stable, assurant la pérennité du service public
- établir des mécanismes clairs et transparents en vue de la détermination de la participation financière de l'État et veiller à un fondement légal adéquat
- renforcer la reddition des comptes (*accountability*) et les mécanismes de suivi et de contrôle
- associer étroitement la Chambre des députés aux travaux de préparation visant à réformer le cadre légal existant

Invitation aux député.e.s d'exprimer leurs avis

- par rapport à un futur financement via dotation budgétaire ou redevance ou autre
- par rapport à la l'enveloppe budgétaire de l'Etat à consacrer aux médias de service public
- par rapport à l'autorisation de recettes publicitaires
- par rapport à tout autre élément concernant le financement

Annexes

Convention conclue entre l'État du Grand-Duché de Luxembourg et l'Établissement Public de Radiodiffusion Socioculturelle 2019-2023

Convention portant sur la prestation du service public luxembourgeois en matière de télévision conclue entre l'Etat du Grand-Duché de Luxembourg et CLT-UFA et RTL Group

Cahier des charges concernant la permission pour programmes de radio sonore à émetteur de haute puissance accordée à la Établissement de Radiodiffusion Socioculturelle

Union européenne de radiodiffusion (2018) : Peer-to-Peer review on PSM values.

Union européenne de radiodiffusion (2019) : EBU Contribution to parliamentary debate on ERS� legal and governance framework

Avis de l'Alia relatif au sujet de la mission de service public dans les médias audiovisuels luxembourgeois

Avis de l'ERSL : 100,7 – un média de service public

Cullen International : Independence of public service broadcasters from State

Littérature et sources

Badillo, Patrick-Yves (2016). Médias publics et société numérique : l'heure du grand débat. Suisse : Editions Slatkine.

Commission européenne (2009). Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État (2009)

Conseil de l'Europe (1996). Recommandation Rec(96) 10 du Comité des ministres aux Etats membres concernant la garantie de l'indépendance du service public de radiodiffusion

Conseil de l'Europe (2012). Recommandation sur la gouvernance des médias de service public.

Conseil de l'Europe (2007). Recommandation sur la mission des médias de service public dans la société de l'information.

Conseil de l'Europe (2009). Recommandation sur le financement de la radiodiffusion de service public.

Conseil de l'Europe (2006). Les médias de service public dans la société de l'information. Rapport préparé pour le compte du Groupe de spécialistes sur le service public de radiodiffusion dans la société de l'information (MC-S-PSB) par Christian S. Nissen.

Cornils, Matthias (2012). Staatsferner Rundfunk als Demokratie Voraussetzung. Das Verfassungsproblem der Rundfunkaufsicht. Baden-Baden: Jahrbuch für vergleichende Staats- und Rechtswissenschaften, Nomos, p. 27-46.

Deutscher Bundestag (2016). Besetzung der Leitungsorgane öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in ausgewählten Staaten der EU.

Grossenbacher, René & Glaab-Seuken, Sonja & Baumgärtner, Michael (2015). Kosten und Finanzierung des öffentlichen Rundfunks im europäischen Vergleich. Eine Untersuchung der Publicom AG im Auftrag der Eidgenössischen Medienkommission (EMEK). Suisse, 2015.

Jakubowicz, Karol (2011). Media revolution in Europe: ahead of the curve. Council of Europe Publishing, Strasbourg.

Serge Kessler (1999). Die luxemburgische Radiolandschaft. Eine Bestandsaufnahme sechs Jahre nach dem Fall des Radiomonopols von RTL in Luxemburg. Diplomarbeit. Wien, 1999.

Raphaël Kies, Céline Schall (2017). Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey Country Report: Luxembourg

Künzler, Matthias; Puppis, Manuel; Schweizer, Corinne; Studer, Samuel (2013). *Monitoring Report „Finanzierung des öffentlichen Rundfunks“*. Biel: Bundesamt für Kommunikation.

McQuail, Denis (2003). Public Service Broadcasting: Both Free and Accountable, Javnost - The Public, 10:3, 13-28

Neuen, Jacques (1983). L'évolution de la radiodiffusion au Grand-Duché de Luxembourg ou Futur imparfait pour un passé simple, in Presse écrite et télécommunication, Institut Grand-Ducal, section sciences morales et politiques, Luxembourg, 1983.

Observatoire de l'Audiovisuel (2010). Médias de service public : pas de contenu sans financement. IRIS plus 2010-4. Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel.

Parlement européen (2010). Résolution du Parlement européen du 25 novembre 2010 sur la radiodiffusion de service public à l'ère du numérique: l'avenir du système double.

Parlement européen (2018). Résolution du Parlement européen du 3 mai 2018 sur le pluralisme et la liberté des médias dans l'Union européenne.

Puppis, Manuel; Schweizer, Corinne (2015). Service public im internationalen Vergleich. Switzerland: Bundesamt für Kommunikation.

Puppis, M. (2009). Media Regulation in Small States. *International Communication Gazette*, 71(1-2), 7-17.

Puppis, Manuel; Künzler, Matthias (2011). Coping with Change: The Reorganization of the Swiss Public Service Broadcaster SRG SSR. *Studies in Communication Sciences*, 11(2):167-190.

Radio nationale 100,7 : livre blanc sur l'opportunité et les moyens de créer une radio nationale publique, à vocation culturelle. Luxembourg : ministère des Affaires culturelles, 1989.

Søndergaard, Henrik (1999). Some reflexions on public service broadcasting. *Nordicom Review* 1.

Union européenne de radiodiffusion (2018). Legal focus, Governance principles for public service media.

Union européenne de radiodiffusion (2017). Legal focus, Public funding principles for public service media.

Union européenne de radiodiffusion (2015). Public service media. Contribution to Society.

Union européenne de radiodiffusion. Empowering society. A declaration on the core values of public service media.

Union européenne de radiodiffusion (2019). Funding of public service media 2019.

14te Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichtes– zur Staatsferne des ZDF-Fernsehrates, auf Antrag der Länder Rheinland-Pfalz und Hamburg (BVerfG, 1 BvF 1/11 vom 25.3.2014)

UNESCO (2005). Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.

Zimmer, Paul (1988). Vers la libéralisation des ondes.

Annexes



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG



**Convention conclue entre l'État du Grand-Duché de Luxembourg
et
l'Établissement Public de Radiodiffusion Socioculturelle**

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page.

Convention pluriannuelle entre l'État et l'Établissement Public de Radiodiffusion Socioculturelle

2019-2023

Entre

l'État du Grand-Duché de Luxembourg, ci-après dénommé « l'État », représenté par le ministre des Communications et des Médias et le ministre des Finances d'une part,

et

l'Établissement Public de Radiodiffusion Socioculturelle, ci-après dénommé « ERSL », représenté par le président de son Conseil d'administration d'autre part,

Préambule

considérant la mission particulière du service public de radiodiffusion et réaffirmant sa fonction vitale en tant qu'acteur essentiel d'une communication pluraliste et de la cohésion sociale qui s'efforce à promouvoir les valeurs des sociétés démocratiques modernes, en particulier le respect des droits de l'Homme, la diversité culturelle et le pluralisme politique ;

considérant que l'ERSL, créé par l'article 14 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, est chargé d'assurer un service de radio à vocation de service public ;

considérant qu'à cette fin, l'ERSL est bénéficiaire d'une permission pour programmes de radio sonore à émetteur de haute puissance, assortie d'un cahier des charges, qui a été accordée par le Gouvernement en 1992 et laquelle fut renouvelée en 2005 et en 2016 et qui viendra à nouveau à échéance le 31 décembre 2024 ;

considérant que parallèlement à la permission, une licence d'émettre a été accordée à l'ERSL lui permettant d'utiliser les fréquences 100,7 MHz et 95.9 MHz pour la diffusion du programme de radio 100,7 ;

considérant que les activités de l'ERSL sont financées par une dotation annuelle à charge du budget de l'État, que le programme diffusé par l'ERSL est exempt de publicité et que depuis une modification du cahier des charges approuvée en 2005, l'ERSL est autorisé à avoir recours au parrainage ;

vu les termes de l'article 14 précité qui prévoit que l'État conclura avec l'ERSL une convention pluriannuelle définissant ses missions de service public et la contrepartie financière à verser par l'État en vue de réaliser les objectifs à atteindre dans le cadre de l'accomplissement de ses missions,

il a été convenu ce qui suit :

Art. 1 - Objet

- L'ERSL est l'opérateur de la Radio 100,7, la radio de service public au Luxembourg. Émettant 24h/24h, la Radio 100,7 propose, conformément à sa mission, telle que précisée dans la permission et le cahier des charges, des émissions et programmes à vocation de culture, d'information et de divertissement.
- L'ERSL propose une radio de service public dans un environnement multilingue et multiculturel. La radio visera à :
 - assurer un reflet radiophonique fidèle et varié des réalités multiples d'un pays en mutation constante ;
 - être la source d'information la plus respectée et la plus pertinente pour l'audience luxembourgeoise dans les domaines de l'information générale, culturelle, musicale ;
 - proposer une plateforme radiophonique permettant la diffusion de la création artistique et culturelle au Grand-Duché et dans la Grande Région ;
 - être un partenaire essentiel pour les institutions culturelles au Grand-Duché de Luxembourg ;
 - assurer un « retour sur investissement » au bénéfice de la société sous forme d'une création de valeur ajoutée sociétale.
- Les programmes de la Radio 100,7 s'attachent à poursuivre les objectifs culturels suivants : la promotion de la création culturelle et artistique, la sensibilisation culturelle du public, le reflet des multiples réalités culturelles au Luxembourg, la connaissance de l'histoire du pays, la connaissance de la langue luxembourgeoise, et la coopération culturelle internationale.
- Les émissions et programmes d'information participent à l'information libre et pluraliste du public. Ils sont élaborés en toute indépendance éditoriale et assureront le pluralisme dans la présentation de l'actualité, des idées et des points de vue. La Radio s'appliquera à des pratiques journalistiques respectant les plus hauts standards de professionnalisme. Ces émissions et programmes favoriseront la représentation des réalités politiques, économiques et sociales du pays, la prise de conscience de l'interdépendance complexe des réalités sociales, économiques, culturelles, nationales et internationales, et le respect de la diversité des cultures, croyances, courants de pensée et d'opinion, ainsi que la communication sociale de toutes les couches sociales dans un contexte multilingue et multiculturel. Ils traiteront des sujets relatifs à l'environnement naturel et humain et aux problèmes du développement durable.

Art. 2 - Durée de la Convention

La présente Convention prend effet au 1^{er} janvier 2019 et vient à échéance le 31 décembre 2023.

Art. 3 - Financement

L'État accordera dans le cadre de la présente Convention, dans la limite des moyens budgétaires disponibles et autorisés par la Chambre des Députés, pour la période couverte par la Convention, une contribution financière annuelle inscrite dans le budget du Service des médias et des communications qui est fixée comme suit :

Pour l'exercice 2019: 6.333.600 €

Pour l'exercice 2020: 6.460.272 €

Pour l'exercice 2021: 6.589.478 €

Pour l'exercice 2022: 6.721.268 €

Pour l'exercice 2023: 6.855.694 €

Ces montants sont établis sur base de la valeur 794,54 de la cote d'application de l'échelle mobile des salaires et varient en fonction de l'évolution de celle-ci. L'échéance d'une tranche indiciaire pendant l'exercice budgétaire en cours entraînera un ajustement correspondant de la dotation budgétaire pour l'exercice à venir.

Indépendamment de cette contribution, l'ERSL peut bénéficier de moyens financiers supplémentaires en provenance de sources de financement publiques ou privées.

Art. 4 - Objectifs à atteindre par l'ERSL

L'ERSL, dans le cadre de sa mission, mettra tout en œuvre afin d'atteindre les objectifs suivants :

Au niveau de la programmation

- Radio 100,7 continuera à assurer et développer une programmation qui se fera le reflet de l'actualité politique, économique, sociale, culturelle et artistique du pays, ainsi que des tendances et réalités qui sous-tendent cette actualité et la conditionnent.
- Radio 100,7 continuera à émettre et à développer une programmation qui se fera le reflet des tendances et réalités internationales qui influencent les domaines politique, économique, social, culturel et artistique du pays.
- Radio 100,7 continuera à assurer la promotion de la création artistique, culturelle et intellectuelle au Grand-Duché de Luxembourg et dans la Grande Région, y inclus d'artistes et de créateurs culturels dont l'activité se déroule en-dehors du Grand-Duché.
- Radio 100,7 continuera à assurer une fonction de plateforme de diffusion pour les créateurs et ensembles musicaux du Grand-Duché de Luxembourg et pour les œuvres de



compositeurs luxembourgeois, dans les domaines de la musique classique, non classique et contemporaine.

- Dans la mesure de ses capacités techniques, Radio 100,7 utilisera ses studios pour produire des représentations d'œuvres littéraires et/ou radiophoniques dans le domaine littéraire.
- Dans la mesure de ses capacités techniques, Radio 100,7 utilisera ses studios pour produire des représentations d'œuvres musicales d'artistes luxembourgeois ou issus de la Grande Région, ou le cas échéant internationaux.
- Dans ce contexte, Radio 100,7 conclura et exécutera des conventions de coopération avec les instituts culturels publics, et le cas échéant avec les instituts académiques.
- Radio 100,7 s'engagera dans la voie d'une gestion professionnelle de ses archives sonores, le cas échéant en coopération avec des institutions spécialisées.

Au niveau technique et des infrastructures

- Radio 100,7 continuera à mettre en œuvre une stratégie du Web visant à développer la présence Internet comme seconde plateforme principale de diffusion pour ses programmes et contenus.
- Radio 100,7 développera une application pour smartphones permettant un accès mobile facile aux émissions et archives.
- Dans le contexte de ses partenariats, Radio 100,7 se donnera les moyens pour pouvoir assurer l'enregistrement des concerts et événements culturels qu'elle aura choisi de diffuser en direct ou en différé.
- Radio 100,7 assurera la fiabilité de son réseau. Les interruptions de la diffusion ne devront pas dépasser deux heures en moyenne annuelle.

Au niveau de la politique des ressources humaines de l'ERSL

- Radio 100,7 ajustera ses effectifs aux besoins de sa mission en termes de programmation et en fonction des ressources financières disponibles.
- Radio 100,7 ajustera sa structure organisationnelle interne en phase avec le développement de la programmation, et dans un souci d'établir une gestion des risques appropriée.
- Radio 100,7 s'attachera à proposer des programmes de formation continue appropriés à ses employés.
- Dans la gestion de son personnel, Radio 100,7 vise à atteindre et maintenir un juste équilibre dans la représentation des sexes.

Au niveau des ressources propres de l'ERSL

Radio 100,7 s'attachera à développer ses ressources financières propres, essentiellement de sponsoring de contenus radio (sauf pour les bulletins d'information), du guide des programmes et de son site internet reformaté, dans le cadre des limites légales.

Art. 5 - Surveillance

La surveillance et le contrôle du service opéré par l'ERSL relève de la compétence de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA), conformément à l'article 35, paragraphe 2, g) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. L'ERSL cherche la concertation avec l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel sur toute question relative à ladite surveillance.

Art. 6 - Modification de la Convention

Les dispositions de la présente Convention peuvent être modifiées d'un commun accord entre les parties moyennant conclusion d'un avenant à la Convention sous forme écrite.

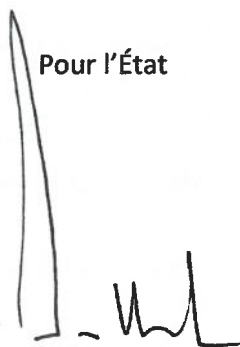
Art. 7 - Droit applicable et juridiction compétente

La présente Convention est régie par les lois du Grand-Duché de Luxembourg.

Tout litige relatif à la présente Convention relève de la compétence exclusive des juridictions du Grand-Duché de Luxembourg.

Fait à Luxembourg, le 11 mai 2018, en autant d'exemplaires que de parties.

Pour l'État



Xavier Bettel
Premier ministre
Ministre des Communications et des Médias

Pour l'ERSL



Laurent Loschetter
Président du Conseil d'Administration



Pierre Gramegna
Ministre des Finances

CONVENTION
PORTANT SUR LA PRESTATION DU
SERVICE PUBLIC LUXEMBOURGEOIS
EN MATIERE DE TELEVISION

conclue entre

L'Etat du Grand-Duché de Luxembourg

et

CLT-UFA et RTL Group

Signée à Luxembourg, le 31 mars 2017

Convention portant sur la prestation du service public luxembourgeois en matière de télévision

Entre : (1) La société de droit luxembourgeois **CLT-UFA S.A.**, dont le siège social est établi à L-1543 Luxembourg, 43 boulevard Pierre Frieden, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Luxembourg sous le numéro B006139,

représentée aux fins de la présente par Monsieur Jacques SANTER, Président du Conseil d'Administration, et

Monsieur Guillaume De POSCH, Administrateur délégué,

ci-après dénommée « **CLT-UFA** » ;

et : (2) La société de droit luxembourgeois **RTL Group S.A.**, dont le siège social est établi à L-1543 Luxembourg, 43 boulevard Pierre Frieden, immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Luxembourg sous le numéro B010807,

représentée aux fins de la présente par Monsieur Guillaume De POSCH, Administrateur délégué, et

Monsieur Elmar HEGGEN, Administrateur,

ci-après dénommée « **RTL Group** » ;

et : (3) L'Etat du Grand-Duché de Luxembourg,

représenté aux fins de la présente par son Premier ministre, ministre d'Etat, et pour autant que de besoin par son Ministre des Communications et des Médias, Monsieur Xavier BETTEL,

ci-après dénommé l'« Etat »,

ci-après dénommés « les parties », il a été convenu ce qui suit :

Préambule

Considérant que les médias sont l'outil le plus important pour la liberté d'expression dans la sphère publique, dans la mesure où ils donnent la possibilité aux personnes d'exercer le droit de chercher et de recevoir l'information.

Considérant que les médias chargés d'une mission de service public visent à garantir un accès universel à des informations impartiales et à un choix diversifié de contenu de haute qualité qui répond aux besoins d'une large variété de publics.

Considérant que ces médias assument une responsabilité démocratique spécifique relative à la transmission des valeurs humaines, sociales et culturelles, ceci dans le respect de l'indépendance éditoriale.

Considérant que l'indépendance, l'honnêteté et l'impartialité de l'information, ainsi que la présentation objective des questions prêtant à controverse, sont des conditions essentielles pour assurer le respect du pluralisme de l'expression des convictions et d'opinions.

Considérant la Décision (2012/21/UE) de la Commission européenne du 20 décembre 2011 relative à l'application de l'article 106, paragraphe 2, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux aides d'État sous forme de compensation de service public octroyées à certaines entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général.

Considérant la Communication (2009/C257/01) de la Commission européenne du 17 octobre 2009 concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État.

Considérant que la présente convention s'inscrit dans le cadre de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques telle que modifiée, et notamment dans le cadre de son article 3 qui dispose que toute permission peut être renouvelée.

1. Mission de service public luxembourgeois de télévision

L'Etat confie à CLT-UFA une mission de service public luxembourgeois de télévision pendant la durée telle que définie au point 5 de la présente convention. Par conséquent, la permission relative au programme de télévision fait l'objet d'un renouvellement.

Cette convention a pour objet d'organiser le service public en matière de télévision lequel est presté conformément aux dispositions suivantes.

Cette mission est exécutée, chaque fois que cela n'est pas impossible en raison de circonstances ou de conditions spécifiques au Luxembourg, par référence aux recommandations et déclarations adoptées au niveau international et notamment par référence à la Recommandation du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance des médias de service public adoptée le 15 février 2012, ainsi qu'à la Déclaration relative aux valeurs fondamentales des médias de service public de l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER).

Compte tenu de ce qui précède, le service public luxembourgeois de télévision est assuré dans les termes et conditions suivants:

1.1. Engagements généraux

- a) Les programmes du susdit service public reflètent le pluralisme des opinions et sont empreints d'objectivité globalement équilibrée. Dans leur contenu, ils doivent être de qualité, avoir une vocation de culture, d'information et de divertissement et respecter les sensibilités intellectuelles et morales du public. Ils ne peuvent ni mettre en péril la sécurité ou l'ordre public, ni constituer une offense à l'égard d'un Etat étranger. Ils doivent se conformer aux bonnes mœurs ainsi qu'aux lois luxembourgeoises et aux conventions internationales en vigueur au Grand-Duché. Ils ne peuvent contenir aucune incitation à la haine pour des raisons de race, de sexe, d'opinion, de religion ou de nationalité. Sont interdits tous les éléments de programme susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment les éléments de programme comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuite. Sont également interdits tous les autres éléments de programme susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, sauf s'il est assuré, par le choix de l'heure d'émission ou par toutes mesures techniques, que les mineurs ne voient pas ou n'entendent pas normalement ces éléments de programme. La conception et la réalisation des programmes doivent participer à la promotion de la culture et de la créativité artistique.
- b) Sans préjudice de l'article 21 de la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias, telle que modifiée, CLT-UFA est responsable du contenu des programmes et peut dès lors se doter des moyens nécessaires et prendre les mesures appropriées pour assumer efficacement cette responsabilité éditoriale, en ayant égard à la liberté de conscience et d'expression de ses journalistes, qui s'entend comme une indépendance d'esprit dans le respect de la véracité, de l'objectivité et de l'honnêteté de l'information, du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, des droits d'autrui et de la loyauté envers l'éditeur employeur. CLT-UFA s'engage à respecter et à faire respecter par ses journalistes leurs droits et devoirs de la Charte des Journalistes de RTL Luxembourg. Cette Charte concrétise des principes généraux tels que le respect de la personne humaine, de sa dignité et de sa vie privée, le respect de la liberté d'opinion d'autrui l'interdiction d'incitation à la haine et à la violence, le respect des bonnes mœurs, la protection des mineurs et la mise en évidence du patrimoine culturel national ainsi que la défense et illustration de la langue et de la culture luxembourgeoise.

CLT-UFA opère selon un système de responsabilités en cascade. Les journalistes, dans l'exercice de leurs tâches quotidiennes, sont tenus de rendre compte et de rechercher conseil auprès de leur supérieur hiérarchique immédiat. Celui-ci, dans le même esprit, se réfère au Rédacteur en chef qui lui-même réfère et prend conseil auprès du directeur des contenus. Si nécessaire, le Directeur des contenus prendra conseil auprès du Directeur général de RTL Luxembourg. En cas d'absence du directeur des contenus, le rédacteur en chef radio, télévision et internet prend ultimement conseil auprès du Directeur général.

CLT-UFA s'oblige de faire preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information. Elle veille à l'adéquation entre le contexte dans lequel des images ont été recueillies et le sujet qu'elles viennent illustrer. Toute utilisation d'images d'archives est annoncée par une incrustation à l'écran, éventuellement répétée. Si nécessaire, mention est faite de l'origine des images. Les images produites pour une reconstitution ou une scénarisation de faits réels, ou supposés tels, doivent être présentées comme telles aux téléspectateurs. Sous réserve de la caricature ou du pastiche, lorsqu'il est procédé à un montage d'images ou de sons, celui-ci ne peut déformer le sens initial des propos ou images recueillis ni abuser le téléspectateur.

A cette fin, CLT-UFA s'engage à constituer un Comité Ethique composé du Directeur des Contenus, des Rédacteurs en chefs de radio, de télévision et d'internet, des responsables des programmes radio et télévision et d'un ou de plusieurs membres des rédactions ainsi que, si nécessaire, d'un juriste spécialisé. Le Comité Ethique garantit un autocontrôle permanent des contenus qui peuvent être jugés critiques par les rédactions. Il se réunira de manière régulière pour examiner les contenus par rapport au cahier des charges et à la Charte des journalistes de RTL Luxembourg. Le Comité Ethique peut être saisi par tout membre de rédactions dans l'exercice de son travail quotidien. Il n'a pas de pouvoir décisionnel, mais est chargé de donner des avis motivés. Chaque rapport de session du Comité Ethique est transmis au directeur général.

- c) Sans préjudice des droits de CLT-UFA d'organiser librement les structures fonctionnelles des activités qu'elle déploie et compte tenu des missions de service public qui lui incombent au titre de ses programmes de télévision, CLT-UFA désigne un directeur ayant les compétences et sensibilités requises par rapport aux réalités luxembourgeoises, qui veille directement à l'application interne des obligations liées spécifiquement au prédit service de télévision et qui assure en ce domaine, sous l'autorité de l'administrateur-délégué ou de l'administrateur exécutif responsable des activités luxembourgeoises, les relations avec le pouvoir concédant. Il se concerte de façon étroite et régulière avec le commissaire du Gouvernement.
- d) La régie publicitaire de CLT-UFA ne peut pas procéder à la vente couplée des espaces publicitaires dans leur programme avec ceux des organes de presse écrite luxembourgeois dans lesquels CLT-UFA a ou aura une participation financière directe ou indirecte. Quant aux échanges de promotion entre CLT-UFA et les maisons d'édition luxembourgeoises, ils se font au prix du marché et sans qu'il en résulte une situation privilégiée pour l'une de ces maisons d'édition.
- e) CLT-UFA autorise le Conseil National de l'Audiovisuel (CNA) à accorder à toute personne qui en fait la demande et qui justifie d'un intérêt légitime, un accès aux archives de CLT-UFA conservés par le CNA. Les relations entre CLT-UFA et le CNA sont régies par une Convention qui définit les modalités précises de cet accès.

1.2. Engagements relatifs au service public luxembourgeois de télévision

- a) CLT-UFA s'engage à proposer un choix diversifié de contenu de qualité s'adressant au public résident le plus large possible. CLT-UFA s'engage à continuer la

production, l'exploitation et la diffusion d'un programme quotidien de télévision essentiellement en langue luxembourgeoise.

Ce programme, à caractère généraliste contribue à la formation de l'opinion publique et à la transmission des valeurs humaines, sociales et culturelles. A ce titre, il accompagne le processus démocratique et accorde une attention particulière à l'information impartiale du téléspectateur. CLT-UFA assure au sein de ce programme le respect du pluralisme dans la présentation de l'actualité et des idées.

Le programme est composé d'informations portant notamment sur l'actualité politique nationale, européenne et internationale, d'émissions de culture, d'éducation, de sports, de divertissement et de service, ainsi qu'à la création audiovisuelle et cinématographique luxembourgeoise.

Le programme diffusé quotidiennement comprend au moins une édition complète de journal d'informations. Des magazines d'information politique et d'actualité sont diffusés régulièrement à des heures de grande écoute. Par sa politique de programmation de magazines de société, de grands reportages et d'émissions politiques, le programme offre un accès à la découverte et à la compréhension du monde contemporain. Il aborde, entre autres, des sujets économiques, sociaux et scientifiques et prend en compte les questions relatives à l'intégration, la solidarité et la responsabilité civique.

Compte tenu de ce qui précède, le programme comprend au moins les éléments suivants :

- un programme quotidien comportant une ou des émissions d'informations d'une durée minimum d'une demi-heure en avant-soirée, avec une rediffusion en soirée sous-titrée en langue française;
- une ou des émission(s) culturelle(s) d'une durée totale d'une heure par semaine, sauf pendant les vacances d'été, soit durant dix mois sur douze par année pleine;
- une ou des émission(s) d'informations sportives d'une durée totale d'une heure par semaine, sauf pendant les vacances d'été, soit durant dix mois sur douze par année pleine;
- une ou des émission(s) d'informations d'une durée totale d'une demi-heure par semaine pour les principales communautés non-luxembourgeoises résidant au Grand-Duché, sauf pendant les vacances d'été, soit durant dix mois sur douze par année pleine;
- une ou des émission(s) à caractère éducatif d'une durée totale d'une heure par semaine, sauf pendant les vacances d'été, soit durant dix mois sur douze par année pleine;
- des retransmissions occasionnelles d'événements exceptionnels de premier intérêt pour le public résident, définies annuellement d'un commun accord avec le membre du gouvernement ayant dans ses attributions les médias.

Par ailleurs, CLT-UFA s'engage à :

- diffuser gratuitement et prioritairement des communiqués officiels ou des informations relatives à la sécurité de la vie humaine et aux nécessités de police, à la demande du Gouvernement qui en assumera la responsabilité.
 - diffuser, en périodes préélectorales, des émissions d'information politique, à l'instar des campagnes télévisuelles organisées par le Gouvernement et réservées aux partis politiques qui en assument la responsabilité.
- b) Il est permis à CLT-UFA de diffuser, dans le cadre du programme de télévision, des messages publicitaires destinés essentiellement au public résident au Grand-Duché. Le genre et la nature des messages publicitaires diffusés à l'intérieur du service public visé ci-dessus ne sont pas soumis, hormis aux obligations légales, à des restrictions particulières.

Conformément au prescrit de la directive « Services de médias audiovisuels », le pourcentage de temps de retransmission des messages publicitaires à l'intérieur d'une heure d'horloge donnée ne doit pas dépasser 20% de l'heure pré-qualifiée. En cas d'adaptation du cadre légal européen se rapportant à ce pourcentage, celui-ci s'applique dès son entrée en vigueur.

- c) Pour l'exécution de sa mission de service public, CLT-UFA obtient de la part du Gouvernement, pour la durée fixée au point 3 ci-dessous, une permission pour un programme de télévision, conformément à l'article 12 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et aux dispositions du règlement grand-ducal auquel il renvoie. CLT-UFA reçoit l'autorisation d'émettre par la fréquence de télévision canal 27 qui est, jusqu'à convention contraire, spécifiquement et prioritairement affectée au service public décrit ci-dessus.

CLT-UFA veille à mettre ses programmes de service public à la disposition des distributeurs à des conditions non discriminatoires. Dans la mesure où cette mise à disposition génère des recettes, celles-ci sont à comptabiliser comme autres recettes au sens de la présente convention.

Par ailleurs, afin de proposer aux luxembourgeois vivant à l'étranger des émissions d'informations en langue luxembourgeoise, CLT-UFA procède ou fera procéder, à la rediffusion quotidienne par satellite, par internet ou d'autres moyens de diffusion de la ou des émissions d'informations télévisées d'une durée totale d'une demi-heure visée ci-dessus sub 1.2.a) dans la mesure où la grille de ces programmes ne s'étend pas sur 24 heures par jour.

- d) Conscientes du fait qu'il est important de veiller à ce que les personnes malentendantes aient accès au programme de télévision de service public, les parties s'engagent à mettre en œuvre des solutions appropriées, proportionnelles et économiquement viables ayant pour but de réaliser cet objectif.
- e) Les images et sons des retransmissions d'événements exceptionnels de premier intérêt pour le public résident, tels que définis à l'article 1.2.a), seront mis à

disposition des autres médias luxembourgeois. Les modalités et conditions de cette mise à disposition sont à définir entre les parties concernées (CLT-UFA, Etat, média intéressé).

- f) La surveillance et le contrôle des services publics opérés par CLT-UFA relève de la compétence de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, conformément à l'article 35, paragraphe 2, g) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. CLT-UFA cherche la concertation avec l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel sur toute question relative à ladite surveillance.

1.3. Qualité du service public luxembourgeois de télévision

- a) CLT-UFA s'engage à maintenir des équipes de journalistes et d'autres professionnels capables de fournir des programmes de qualité au moins égale à celle des programmes existants, dans les limites des équilibres financiers convenus pour l'exploitation des services concédés. CLT-UFA veille à l'application par ses journalistes de la Charte des journalistes RTL Luxembourg adoptée par la société et ses journalistes, cette Charte respectant à tout moment les principes énoncés dans le code de déontologie du Conseil de Presse.

En vue de garantir la qualité du programme, CLT-UFA s'engage à assurer un programme de formation initiale et continue de ses journalistes, notamment en matière de respect des principes journalistiques, de techniques de présentation et de communication et de l'utilisation de la langue luxembourgeoise.

- b) La rédaction en charge de la collecte et du traitement des informations générales est composée de journalistes professionnels
- c) CLT-UFA a recours à des équipements fiables et conformes aux règles de l'art. Ils sont perfectionnés et adaptés au progrès technique, de manière à satisfaire aux exigences d'une exploitation moderne.
- d) Il sera institué une Commission de suivi de la Convention, qui aura comme mission de suivre la bonne exécution de la Convention relative au service public luxembourgeois de télévision.

Elle sera composée du commissaire du Gouvernement et de personnes désignées par le membre du gouvernement ayant dans ses attributions les médias. La Chambre des députés désignera un représentant.

La Commission se réunira au moins deux fois par an. Elle aura une fonction consultative et d'avis auprès dudit membre du gouvernement, auquel elle rapportera.

Avant d'émettre ses recommandations, la Commission entendra les responsables de CLT-UFA.

La Commission sera chargée :

- de contrôler les décomptes annuels relatifs au financement du programme et au montant de la compensation à financer par l'Etat ;
- de vérifier annuellement la conformité de la grille des programmes par rapport aux obligations inscrites dans la Convention à l'article 1.2.a);
- de procéder à l'évaluation des actions mises en œuvre par CLT-UFA pour garantir la qualité du programme.

Par ailleurs, la Commission peut périodiquement faire procéder, après avoir informé CLT-UFA, à des études relatives à la qualité du programme de service public luxembourgeois de télévision. Ces études sont à réaliser selon les standards internationaux. Elles peuvent aussi couvrir les programmes de formation des journalistes. Dans la mesure où ces enquêtes émettent des recommandations conformes aux standards internationaux, CLT-UFA s'engage à y donner suite.

1.4. Prise en charge des coûts du service public luxembourgeois de télévision

- a) Du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2023, l'Etat assume le découvert (le « Découvert ») du service public luxembourgeois de télévision visé sub 1.2, jusqu'à concurrence du montant maximum (le « Découvert Maximum de l'Etat ») visé dans le tableau en Annexe 1. Par Découvert, il convient d'entendre le coût annuel total du service public luxembourgeois de télévision hors loyers¹ (le « Coût TV ») diminué (i) des revenus nets générés par ce service (à savoir les revenus de publicité facturés par la régie, diminués du taux de régie et augmentés des autres revenus éventuels liés à la télévision de service public, telles que les redevances des câblo-opérateurs ou les ventes de prestations internes) et (ii) de l'apport financier de CLT-UFA qui représente la contrepartie pour la mise à disposition de l'ensemble des fréquences.

Le tableau indique le montant prévisionnel de ce Coût TV (le « Budget Prévisionnel »), étant entendu que ce Budget Prévisionnel sera augmenté de 2% si l'année à laquelle il correspond est une année indiciaire, l'effet de l'indexation étant proratisé sur une base mensuelle. L'Apport de CLT-UFA ne sera pas indexé. Le Découvert Maximum de l'Etat sera augmenté de 2% si l'année à laquelle il correspond est une année indiciaire, l'effet de l'indexation étant proratisé sur une base mensuelle.

Il est entendu que le Découvert Maximum de l'Etat ne pourra en aucun cas dépasser le montant indiqué dans le tableau éventuellement indexé.

Conformément au point 3, les comptes seront soumis annuellement à un auditeur externe reconnu. Le résultat de pareil audit et les facteurs et calculs qui en résulteront lieront les Parties, sauf en cas d'erreur manifeste.

L'auditeur soumettra au plus tard le 28 février de chaque année un rapport sur les comptes établis par CLT-UFA et le montant du Découvert. Le Gouvernement paiera

¹ Le loyer sera pris en charge par CLT-UFA.

à CLT-UFA au 31 mars de chaque année un montant égal au Découvert de l'année que précède.

Le Découvert sera diminué en 2021 (et, le cas échéant, au cours des années suivantes, si un solde devait subsister) d'un montant correspondant au solde éventuel du compte de réserve (le « Compte de Réserve ») crédité par CLT-UFA pendant la période 2016-2020. Le Compte de Réserve est destiné à être affecté au financement du programme.

Le tableau en Annexe 1 illustre de manière chiffrée les principes visés ci-avant.

- b) Au cas où suite à (i) la modification par l'Etat d'une ou plusieurs dispositions du cahier des charges du service public luxembourgeois de télévision ou (ii) des circonstances qui ne seraient imputables ni à l'Etat ni à CLT-UFA ou des changements significatifs dans l'environnement juridique ou réglementaire, il en résulte une rupture de l'équilibre financier du présent accord, chacune des parties est en droit de demander une adaptation adéquate des engagements financiers pris en vertu du présent accord. En cas de refus d'une telle adaptation ou si l'adaptation proposée est jugée insuffisante sur base de considérations raisonnables, CLT-UFA peut résilier le présent accord moyennant un préavis d'un an à donner par lettre recommandée sans que l'autre partie ne soit tenue au paiement d'une indemnité.

2. Aspects de service public liés à la radio sonore

- a) CLT-UFA obtient de la part de l'Etat, pour la durée fixée au point 5 ci-dessous, une permission pour un programme de radio sonore à émetteur de haute puissance, conformément à l'article 13 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et aux dispositions du règlement grand-ducal auquel il renvoie. Elle reçoit l'autorisation d'émettre par les fréquences FM 92,5 et 88,9.
- b) En contrepartie de la mise à disposition de ces fréquences, CLT-UFA s'engage à continuer la production, l'exploitation et la diffusion d'un programme quotidien de radio sonore essentiellement en langue luxembourgeoise, destiné en premier lieu au public résidant dans le Grand-Duché.

Il accorde une attention particulière à l'information impartiale de l'auditeur. Il est composé d'informations, d'émissions de service, de divertissement et de musique s'adressant au public résident le plus large possible. Il a une durée minimum de 100 heures par semaine. Dans le cadre des émissions d'informations générales, qui sont diffusées aux heures de grande écoute radiophonique, il est rendu compte des faits et événements majeurs de la vie publique locale, régionale, nationale, européenne et internationale intéressant le pays. CLT-UFA assure au sein de ce programme le respect du pluralisme dans la présentation de l'actualité et des idées.

CLT-UFA s'oblige à diffuser gratuitement et prioritairement, dans le cadre de ce programme, des communiqués officiels ou des informations relatives à la sécurité de la vie humaine et aux nécessités de police, à la demande du Gouvernement qui en assumera la responsabilité. Le programme comprend des émissions d'information

politique, à l'instar des actuelles tribunes libres organisées par le Gouvernement et réservées aux partis politiques qui en assument la responsabilité.

En dehors des obligations précitées de service de base ("Grundversorgung"), CLT-UFA peut librement organiser le volume et le contenu de la grille et du temps d'antenne de son programme de radio en langue luxembourgeoise, sous réserve uniquement des dispositions qui suivent.

- c) La rédaction en charge de la collecte et du traitement des informations générales est composée de journalistes professionnels. Dans le cadre de son indépendance décrite au point 1.1.b) ci-avant, cette rédaction peut travailler en synergie avec la rédaction du programme de télévision en langue luxembourgeoise, visé ci-dessous sub 1.3.
- d) La surveillance et le contrôle du service opéré par CLT-UFA relève de la compétence de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel, conformément à l'article 35, paragraphe 2, g) de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques. CLT-UFA cherche la concertation avec l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel sur toute question relative à ladite surveillance.

3. Transparence financière

CLT-UFA veille à la transparence financière de l'exploitation du service public luxembourgeois de télévision, en comptabilisant cette exploitation de façon distincte des autres activités de CLT-UFA par l'utilisation de comptes rubriqués qui reprennent les mouvements comptables et les résultats financiers de cette exploitation, y inclus la facturation intra-groupe.

CLT-UFA présente à la Commission de suivi de la Convention (1) au plus tard le 31 décembre de chaque année le budget prévisionnel et (2) au plus tard le 31 janvier de chaque année les comptes annuels de ce service, y incluses les dépenses par rapport aux facturations intragroupe.

Ces comptes seront soumis à un auditeur externe reconnu, à choisir par la Commission de suivi de la Convention aux frais de l'Etat. La mission de l'auditeur comprendra également l'évaluation d'éventuelles surcompensations.

D'une manière générale, le commissaire du Gouvernement a accès à sa demande à toute information financière relative au service public luxembourgeois de télévision et à la documentation y afférente. Cette information est mise à sa disposition au siège social de CLT-UFA. Le commissaire du Gouvernement peut réclamer l'assistance de la direction financière et du commissaire aux comptes de la société. Il peut aussi se faire assister de tout tiers de son choix, étant entendu que l'Etat est responsable du respect par ce tiers d'une stricte obligation de confidentialité.

En ce qui concerne les facturations intragroupe, CLT-UFA veille à application d'un strict principe de facturation aux conditions de marché des prestations effectuées par des entités du groupe au bénéfice du service public luxembourgeois de télévision.

4. Autres dispositions

4.1. Echange de services

Depuis plusieurs années les services publics de la police, de la météorologie et de la protection civile utilisent des équipements de communication installés aux centres d'émission et sur les pylônes de CLT-UFA à Dudelange et Hosingen. CLT-UFA est d'accord de maintenir cette mise à disposition de matériel et de supports à titre gratuit et dans le cadre existant pendant la durée des nouvelles concessions, dans le cadre d'un contrat de location approprié à conclure avec les autorités compétentes, réglant notamment les questions de responsabilité.

5. Durée

La présente convention prend effet au 1^{er} janvier 2021.

- a) Le volet de l'exécution de la mission de service public luxembourgeois de télévision (ci-après « le volet télévision ») confié à CLT-UFA vient à expiration au terme d'une période de trois années.

Chacune des parties a la faculté de solliciter auprès de l'autre partie au plus tard jusqu'au 1^{er} octobre 2021 :

- soit des négociations en vue de la reconduction de la convention en l'état pour une nouvelle durée de trois années ;
- soit des négociations en vue d'adapter la convention, notamment le tableau de financement figurant en Annexe 1 au regard des conditions prévalant à cette date, pour une nouvelle durée de trois années.

A cette fin, la partie qui entend entamer les négociations envoie une lettre recommandée avec accusé réception à l'autre partie au plus tard le 1^{er} octobre 2021.

Si les parties se mettent d'accord sur une reconduction de la convention en l'état au plus tard au 1^{er} décembre de l'année 2021, un avenant à la présente convention est signé entre parties et la convention est reconduite pour une durée de trois années.

Si les parties se mettent d'accord en vue d'adapter la convention pour une nouvelle durée de trois années au plus tard au 31 décembre 2021, un avenant à la présente convention est signé entre parties et la convention est reconduite dans les termes adoptés pour une durée de trois années.

Par ailleurs, le volet télévision prendra fin de manière anticipative, à la demande de CLT-UFA, à défaut de paiement par l'Etat, au plus tard à la fin décembre de l'année donnée, du Découvert de l'année qui précède.

A l'expiration de la présente convention, l'Etat peut racheter à CLT-UFA les installations et contrats nécessaires à l'exploitation des permissions visant le public résident ainsi que les installations techniques nécessaires à l'exploitation depuis le Luxembourg des fréquences attribuées à CLT-UFA en vertu de concessions pour des programmes de télévision à rayonnement international, suivant juste et préalable indemnité fixée à l'amiable ou à dire d'experts. Les experts sont au nombre de trois. Les deux premiers sont choisis par les parties intéressées, le troisième est nommé de commun accord par les deux premiers ou en cas de désaccord par le président du tribunal d'arrondissement de Luxembourg, sur requête de la partie la plus diligente, l'autre dûment appelée.

- b) Le volet de l'exécution du service public de radio sonore vient à expiration le 31 décembre 2030.

6. Conventions antérieures

Il est mis fin de plein droit à la convention ayant le même objet et conclue le 15 février 2007 par l'effet de l'entrée en vigueur de la présente convention le 1^{er} janvier 2021.

7. Divisibilité

Si l'une des clauses de la présente convention venait à être déclarée illégale, nulle ou inopposable, en tout ou en partie, en vertu du droit applicable, une telle clause ou partie de clause sera réputée non écrite sans que cela n'affecte pour autant la légalité, la validité ou l'opposabilité des autres clauses de la présente convention.

Dans pareil cas, chacune des parties s'efforcera de négocier immédiatement et de bonne foi une clause valable en remplacement de celle-ci qui reflètera, autant que possible, l'intention initiale des parties et dont les conséquences économiques seront identiques ou aussi proches que possible de la clause initiale.

8. Publication

La présente convention peut être rendue publique par chacune des Parties.

9. Droit applicable – juridiction

La présente convention ainsi que toute obligation non contractuelle découlant de ou en relation avec celle-ci, est régie par le droit luxembourgeois.

Tout différend découlant de la présente convention ou en relation avec celle-ci (y compris les différends relatifs aux obligations non contractuelles découlant de la présente convention ou en relation avec celle-ci) sera de la compétence exclusive des cours et tribunaux de Luxembourg-Ville.

Les annexes font partie intégrante de la présente convention.

Ainsi arrêtée en quatre originaux à Luxembourg, le 31 mars 2017

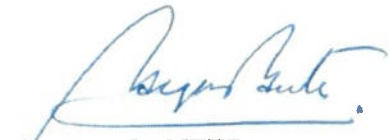
Pour l'Etat du Grand-Duché de Luxembourg,



Xavier BETTEL
Premier ministre, ministre d'Etat,
Ministre des Communications et des Médias

Handwritten notes and initials in blue ink, including the number 13 and the letters CH.

Pour CLT-UFA.



Jacques SANTER
Président du Conseil d'Administration



Guillaume De POSCH
Administrateur délégué

Pour RTL Group.



Guillaume De POSCH
Administrateur délégué



Elmar HEGGEN
Administrateur

Annexe 1

Coût estimé du programme de télévision pour les années 2021 à 2023

	Budget tv estimé	Recettes totales estimées	Apport CLT- UFA	Découvert Maximum à financer par l'Etat
2021	23.210	8.590	5.000	9.620
2022	23.670	8.890	5.000	9.780
2023	24.130	9.190	5.000	9.940
Total	71.010	26.670	15.000	29.340

en milliers d'€ arrondis

Du 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2023, l'Etat assume le découvert (le « Découvert ») du service public luxembourgeois de télévision visé sub 1.2, jusqu'à concurrence du montant maximum (le « Découvert Maximum de l'Etat ») visé dans le tableau de la présente annexe. Par Découvert, il convient d'entendre le coût annuel total du service public luxembourgeois de télévision hors loyers² (le « Coût TV ») diminué (i) des revenus nets générés par ce service (à savoir les revenus de publicité facturés par la régie, diminués du taux de régie et augmentés des autres revenus éventuels liés à la télévision de service public, telles que les redevances des câblo-opérateurs ou les ventes de prestations internes) et (ii) de l'apport financier de CLT-UFA qui représente la contrepartie pour la mise à disposition de l'ensemble des fréquences.

Le tableau indique le montant prévisionnel de ce Coût TV (le « Budget Prévisionnel »), étant entendu que ce Budget Prévisionnel sera augmenté de 2% si l'année à laquelle il correspond est une année indiciaire, l'effet de l'indexation étant proratisé sur une base mensuelle. L'Apport de CLT-UFA ne sera pas indexé. Le Découvert Maximum de l'Etat sera augmenté de 2% si l'année à laquelle il correspond est une année indiciaire, l'effet de l'indexation étant proratisé sur une base mensuelle.

Les sommes non employées en 2021 en vertu des conventions précédentes conclues entre parties constituent la réserve et viendront diminuer l'apport de l'Etat.

² Le loyer sera pris en charge par CLT-UFA.

Cahier des charges
concernant la permission pour programmes de
radio sonore à émetteur de haute puissance
accordée à
l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle

Le Gouvernement de l'Etat du Grand-Duché de Luxembourg (le « Gouvernement »),
représenté par son Ministre des Communications et des Médias,

Vu la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques et notamment les articles
13 et 14,

Vu le 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 modifiée du 27 juillet
1991 sur les médias électroniques,

Vu le règlement grand-ducal du 15 octobre 1992 déterminant les modalités d'attribution
des permissions pour les programmes de radio sonore à émetteur de haute puissance,
ainsi que les règles générales gouvernant ces permissions et les cahiers des charges
qui leur sont assortis, et notamment son article 9,

Arrête comme suit les dispositions du Cahier des charges à observer dans l'exploitation
de la permission renouvelée le 6 janvier 2006 au profit de l'Etablissement de
Radiodiffusion Socioculturelle,

Arrête:

I. Objet du cahier des charges

Article 1

Le présent cahier des charges a pour objet, en application de l'article 3 (3) et de l'article
13 de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques, appelée ci-après la
loi, de préciser les différentes règles particulières applicables à la permission et aux
programmes diffusés sous le couvert de cette permission.



II. Bénéficiaire de la permission

Article 2

Le bénéficiaire de la permission est l'établissement public créé par l'article 14 de la loi dans le but :

- d'exploiter une ou plusieurs fréquences de radiodiffusion luxembourgeoise destinées aux services de radio sonore à émetteur de haute puissance,

et

- d'organiser des services de radio socioculturelle, dont il assume la responsabilité.

III. Programmes visés par la permission

Article 3

Le bénéficiaire est autorisé à transmettre des services tels que définis à l'article 14 de la loi, dont il assume la responsabilité. Ces services seront conformes aux dispositions du présent cahier des charges. Leur durée sera de vingt-quatre heures par jour.

IV. Contenu des programmes

Article 4

(1) L'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle est un établissement public chargé d'assurer un service de radio à vocation de service public.

(2) Les émissions et programmes qui composent le service de radio sont élaborés en toute indépendance éditoriale.

Le service est conçu par l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle et composé par lui ou sous son contrôle. Il doit en toute hypothèse garder la maîtrise du contenu des émissions qu'il programme.

(3) Les émissions et programmes donneront une représentation équilibrée, impartiale et indépendante de l'actualité politique, économique, sociale et culturelle.

Ils auront une vocation de culture, d'information et de divertissement.

(4) Sur le plan de l'information, ils attacheront une importance particulière à :

- la représentation des réalités et forces politiques, économiques et sociales ;



- la prise de conscience de l'interdépendance complexe des réalités sociales, économiques, culturelles, nationales et internationales ;
- la communication sociale de toutes les couches sociales dans un contexte multilingue et multiculturel ;
- le respect de l'environnement naturel et humain et du patrimoine culturel et la compréhension des problèmes du développement.

(5) Sur le plan culturel, ils attacheront une importance particulière aux objectifs culturels suivants :

- la promotion de la création culturelle et artistique ;
- la sensibilisation culturelle du public ;
- le reflet des multiples réalités culturelles au Luxembourg ;
- la connaissance de l'histoire du pays ;
- la connaissance de la langue luxembourgeoise ;
- la coopération culturelle internationale.

Article 5

(1) Le service doit respecter les sensibilités intellectuelles et morales du public.

(2) Il ne peut ni mettre en péril la sécurité nationale ou l'ordre public, ni constituer une offense à l'égard d'un Etat étranger.

(3) Il doit se conformer aux bonnes mœurs ainsi qu'aux lois luxembourgeoises et aux conventions internationales en vigueur au Grand-Duché.

Il doit respecter en particulier les dispositions de la législation sur les droits d'auteur, sur la presse, sur la liberté d'expression dans les médias et sur la protection de la vie privée.

(4) Il doit respecter la personne humaine et sa dignité, et ne peut contenir aucune incitation à la haine ni promouvoir une discrimination pour des raisons de race, de sexe, d'opinion, de religion ou de nationalité.

(5) Sont interdits tous les éléments de programme susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, notamment des éléments de programme comprenant des scènes de pornographie ou de violence gratuites; sont également interdits tous les autres éléments de programme susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, sauf s'il est assuré, par le choix de l'heure d'émission ou par toutes mesures techniques, que les mineurs n'entendent pas normalement ces éléments de programme.



V. Autres dispositions applicables aux programmes

Article 6

L'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle doit assurer le pluralisme dans la présentation de l'actualité et des idées.

Article 7

A la demande du Gouvernement, les programmes incluront des émissions de formation ou de sensibilisation sur des thèmes définis relevant de l'intérêt national; ces émissions seront diffusées le cas échéant sous la responsabilité du bénéficiaire et avec la coopération des services publics concernés.

Les programmes visés par le présent article feront l'objet d'un financement spécifique par le Gouvernement.

Article 8

Le bénéficiaire s'engage à mettre ses installations gratuitement à la disposition de l'Etat et des autorités locales pour la diffusion de communiqués officiels ou d'informations relatives à la sécurité de la vie humaine et aux nécessités de police, cette diffusion se faisant à la demande du Gouvernement et ayant priorité sur celle des autres éléments du programme.

Article 9

(1) Le programme sera exempt de messages publicitaires.

(2) La retransmission d'événements parrainés est autorisée.

(3) Des émissions individuelles ou régulières peuvent être parrainées dans les conditions fixées pour les programmes de télévision par l'article 28 de la loi et le règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de publicité, de parrainage, de télé-achat et d'autopromotion dans les programmes de télévision réputés relever de la compétence du Luxembourg conformément à la directive « Services de médias audiovisuels ».

Article 10

L'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel est habilitée à soumettre aux organes responsables de l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle des propositions relatives à un contenu équilibré correspondant aux objectifs socioculturels.



Article 11

(1) Le programme s'identifie par l'annonce du nom de la radio au moins quatre fois par heure, sauf en cas d'impossibilité résultant de la nature de l'élément de programme.

(2) Le bénéficiaire informera le Ministre ayant dans ses attributions les médias et l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel de tout changement ultérieur du nom de la radio.

VI. Surveillance

Article 12

Le bénéficiaire est tenu de communiquer sur demande de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel toutes les informations lui permettant d'exercer le contrôle du respect des obligations qui sont imposées au bénéficiaire.

Article 13

(1) Le bénéficiaire est tenu d'enregistrer dans sa totalité le programme diffusé, et l'enregistrement doit être conservé pendant la durée d'un mois. Au cas où un élément de programme fait l'objet d'une contestation sur le respect de la loi ou du cahier des charges, l'enregistrement doit être conservé aussi longtemps qu'il est susceptible d'être utilisé comme un élément de preuve. Il en va de même si un élément de programme fait l'objet d'une demande de réponse ou d'information postérieure conformément à l'article 61 de la loi du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias.

(2) Une copie de l'enregistrement de l'élément de programme doit être délivrée sur demande à l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel ou aux instances judiciaires saisies d'une contestation à propos de l'élément de programme concerné.

VII. Sanctions

Article 14

En cas d'une plainte émanant d'un auditeur ou d'une autosaisine de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel relative à un manquement éventuel du bénéficiaire aux dispositions de la loi modifiée du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques ou du cahier des charges, la procédure et les sanctions prévues à l'article 35sexies de la loi sont applicables.



Fait et signé en double exemplaire à Luxembourg, le 30 AOUT 2016

Pour le Gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg,

Le Ministre des Communications et des Médias

Xavier Bettel



Lu et accepté à Luxembourg, le 01/09/2016

Pour l'Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle

Jean-Paul HOFFMANN



Françoise Foss



EBU

OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

PEER-TO-PEER REVIEW ON PSM VALUES

APRIL 2018

radio
100,7

To live out our core values requires constant efforts in organizations with very different backgrounds, histories and possibilities.
But we want to live up to our commitments, knowing that our values can be realized only by appropriate actions and behaviour.
Through our union's fundamental principle of solidarity, we shall help each other to realize our common pledge.
We shall monitor our progress permanently in a spirit of honest and open reflection.

Extract from EBU publication: "Empowering Society - A declaration on the core values of public service media", October 2012

PEER-TO-PEER REVIEW ON PSM VALUES

PEER REVIEW CONDUCTED BY:

Corinne Destoop
Senior Manager,
Financial Planning &
Analysis,
EBU, Switzerland

Tom McGuire
Head of Radio 1,
RTÉ, Ireland

Ulla Svensson
Head of Format
Development,
SR, Sweden

Nathalie Labourdette
Review Secretary, Head
of EBU Academy,
EBU, Switzerland

The following report assesses the management practices of the Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle du Grand-Duché de Luxembourg (ERSL) and the quality of the content it provides, according to the public service values defined by the EBU in 2012 in Strasbourg. The report is based on the self-assessment performed by ERS� combined with the on-site review carried out in Luxembourg by an international peer group on 24-25 January 2018.

The objectives of this report are to:

1. Provide ERS� with a statement on its current situation, highlighting best practices as well as areas for improvement;
2. Provide ERS� with recommendations and suggestions to help the media organization adapt to the challenges it faces and shape its strategy for the period 2018-2022;
3. Provide other media organizations with tools to improve their internal processes, develop best practices and challenge their own understanding of public service values.

This report reflects the peers' observations, opinions and suggestions further to their analysis of ERS�'s self-assessment and their on-site review. It starts with general comments. This is followed by an overview of ERS�'s performance in line with the six public service values (universality, independence, excellence, diversity, accountability and innovation). It highlights best practices (actions, ideas, activities, programmes) that could serve as a model for other EBU Members.

This report is divided into six chapters, each corresponding to the one of the six public service values defined by the EBU: universality, independence, excellence, diversity, accountability and innovation.

It focuses on key issues related to each public service value, with the aim of providing EBU Members with a comparative toolkit. For each public service value, the report describes the current situation and, where relevant, stresses the best practices implemented by ERS� along with suggestions for improvement.

PEER-TO-PEER REVIEW ON PSM VALUES TABLE OF CONTENT

Empowering society: Declaration on the core values of PSM	5
PART 1: REPORT	6
Foreword	6
Key figures for RTÉ	7
UNIVERSALITY	8
Audience reach	9
Accessibility	12
Social cohesion	12
INDEPENDENCE	14
Governance	15
Funding	16
Editorial decision-making	17
Contribution to an "Informed Citizenship"	18
EXCELLENCE	20
Quality of organization and improvement process	21
Quality of content	22
Audience research and audience satisfaction	24
Technical quality of content and reliability of delivery	25
Staff motivation and capacity building	27
DIVERSITY	30
Programming	31
Interaction with the audience	33
Organization	34
ACCOUNTABILITY	36
Transparency	37
Reporting	37
Self-regulation	38
Asset protection	39
INNOVATION	40
General	41
Content	42
Technical innovation	42
Exploring new perspectives and territories	43
PART 2: EXECUTIVE SUMMARY	44
Vision and strategy	44
Content	44
Organization	46
Conclusion: One Vision, One Brand	47
Peers' biography	48
Reviewers and participants to the Peer-to-Peer Review	50

EMPOWERING SOCIETY DECLARATION ON THE CORE VALUES OF PUBLIC SERVICE MEDIA

UNIVERSALITY

We aim to reach and offer our content to all segments of society, with no one excluded. Everyone, everywhere. We strongly underline the importance of sharing and expressing a plurality of views and ideas. We strive to create a public sphere, in which all citizens can form their own opinions and ideas. We are aiming for inclusion and social cohesion. We are multi-platform, sharing our content in all kinds of ways. We are accessible for everyone, without thresholds. We enable our audiences, and each individual, to engage and participate in a democratic society.

INDEPENDENCE

We want to be trusted programme-makers, trustworthy in all fictional and non-fictional programming, in all genres and formats, from news to entertainment, from science to sport, from culture to education. We make our choices only in the interest of our audiences. We strive to be completely impartial and independent from political, commercial and other influences and ideologies. Free to challenge the powerful, test prevailing assumptions, and contribute to an informed citizenship. We want to be autonomous in all aspects within our remit such as programming, editorial decision-making, staffing. Our commitment to independence needs to be underpinned by safeguards in law, and our commitment to the

safety of journalists needs to be underpinned in all our actions.

EXCELLENCE

We act with high standards of integrity and professionalism and quality; we strive to create benchmarks within the media industries. We foster our talent and train our staff. We want to empower, enable and enrich our audiences. We want our work to result in maximum participation and involvement. We understand that our audiences are also participators in our activities, and even at times contributors of news and programming.

This is what we are. This is what we promise.

DIVERSITY

Our audiences consist of a diverse range of interest groups: differing generations, cultures, religions, majorities as well as minorities. So we strive to be diverse and pluralistic in the genres we are programming, the views we are expressing, and the people who work with us. We support and seek to give voice to a plurality of competing views – from those with different backgrounds, histories and stories. Conscious of the creative enrichment that can derive from co-existing diversities, we want to help build a more inclusive, less fragmented society.

ACCOUNTABILITY

We want to be open. We listen to our audiences and engage in a permanent and meaningful debate. We publish our editorial guidelines. We explain. We correct our mistakes. We strive to report on our policies, budgets, editorial choices. We are transparent and subject to constant public scrutiny. We want our audiences to understand the workings of our media organizations. We strive to be efficient and managed according to the principles of good governance.

INNOVATION

We want to enrich the media environment of the countries and regions we work in. We strive to be a driving force of innovation and creativity. We aim at new formats, new technologies, new ways of connectivity with our audiences. We want to attract, retain and train our staff so that they can participate in and shape the digital future, serving our public.

Adopted at the 2012 EBU General Assembly in Strasbourg

Full document is available on the EBU website:

www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society_EN.pdf

PART 1 REPORT

FOREWORD

ERSL is so far the smallest public service media organization (PSM) that has applied for the Peer-to-Peer Review process. ERS� operates a radio station (Radio 100.7) and a website that, combined, reach 27,900 people (5.4% of Luxembourg population). Altogether ERS� has 44 employees and around 30 freelance contributors. Most of the content offer is in Luxembourgish.

In spite of its small size, ERS� faces the same challenges as other PSM organizations. As competition increases amid the exponential rise in (national and foreign) media platforms, PSM will only be able to survive if they are competitive, different (in a positive way), trustable and, to a certain extent, sustainable:

- Competitive: provide content that is of interest, attractive, modern, able to catch all kinds of audiences across generations (but without being a "catch-all" media organization; we are talking about targeted content for targeted audiences);
- Different: convey the public service values of universality and "common good", be representative of the national culture and diversity, contribute to democracy and having an informed citizenry;
- Trustable: offer fair and balanced content – especially news and current affairs programmes, independent from commercial and/or political bias and pressures, supported by strong professional (and journalistic) ethics;
- Sustainable: retain and increase audiences, offer quality services, have sound financial management in order to keep support from both the state and the citizens behind the PSM concept and, ultimately, PSM funding.



KEY FIGURES FOR



Budget

EUR **6.1**
million

Reach vs. national population

5.4 %
(27,900 inhabitants)

Staff

44

Number of channels

1
(radio)

In-house production

News **90%**

Cultural news **70-75%**

Topical long formats **40-50%** Long-format feuilleton **25%**

Classical music **75%** non-classical music **40%**

Proportion of total income from sponsorship

<2%

Proportion of independent producers vs. total producers

N/A

Number of professional journalists

30

Online consumption in proportion to total TV consumption

N/A

Programmes on internet in proportion to total programmes

Live streaming **100%**

Time-shifted approx. **90%**

Social media

(number of followers vs. overall reach)

Facebook **8,000**

Twitter **90**

UNIVERSALITY

”

I WAS ATTRACTED BY
THE CREATIVE ASPECT
WHEN I JOINED THE
STATION. I WAS ALREADY
A REGULAR LISTENER.

Jean-Paul Hoffmann
ERSL General Manager

SUMMARY

Radio 100.7 is ERS�'s main platform. It focuses on news, music and culture. Part of its public service remit is to reflect and support the Luxembourg language, culture and identity, as well as to giving a voice to social and cultural not-for-profit organizations. Radio 100.7 is the fifth radio station in Luxembourg by audience with a reach of 5.4%.

ERSL has also developed a website that so far mirrors the content broadcast by Radio 100.7 – as opposed to a platform with its own identity and content. After 25 years of existence, ERS� stands at a crossroads in its development: it can go on focusing on the radio station and offering catch-all programmes that meet the requirements of its remit, with the risk of not renewing its audience; or it can develop a true brand or signature – one that includes all platforms and guides programming choices, based on a better knowledge of the audience's needs and expectations.

AUDIENCE REACH

CURRENT SITUATION

Technically speaking, Radio 100.7 (ERSL's main platform) covers 85% of the Luxembourg territory and 95% of its population. However, Radio 100.7 only reaches 7.8% of the Luxembourg citizens and 5.4% of the total population (2017 figures). By comparison RTL, the leading radio station in Luxembourg, reaches 37% of the population.

ERSL competes with RTL on news and current affairs. For the rest of their offers, ERS� and RTL used to be complementary, with ERS� more oriented toward social issues and culture than its commercial competitor, because of its public service remit. Nonetheless, RTL has been developing its cultural offer and is increasingly competing with ERS� in this area. ERS� still differentiates itself from all other radio stations in Luxembourg by broadcasting classical music and focusing on the composition of music (non-classical and contemporary).

ERSL operates two platforms: Radio 100.7 (radio station) and a website. Both broadcast or publish in Luxembourgish, with a few exceptions. The website has little content of its own, mainly mirroring the content broadcast on the radio station. ERS� does not have an integrated vision and strategy for its two platforms: there is no cross-media content (some radio content is transformed for web use, but is not the same), no fully integrated newsroom and no brand thinking.

ERSL does not have an "audience research" culture or tools in place to get to know its audiences and their profiles. As a result, the content offer targets broad categories (such as "youth") instead of specific audiences.

ERSL has introduced several changes in its programming in the last three to four years, such as shortened formats, ½ hour music formats, a new show targeting youth (*Generator*) and a new website. This reflects a determination to renew part of the content offer and adapt formats to modern ways of consuming media, regarding which attention spans are short and users flip between content.

BEST PRACTICE(S)

In 2016, ERS� introduced a new radio programme targeting youth: *Generator*. This 60-minute programme is broadcast on Saturdays between 6:30pm and 7:30pm. The content is dedicated to young artists and creative types as well as cultural events and activities that may interest young people. The music programming focuses on non-mainstream music.

Every day from 2pm to 3pm, Radio 100.7 broadcasts a live programme dedicated to news on classical music: *Resonanzen*. The presenter uses new CD releases as a support for the programme. It is informative, educational and an effective way of introducing new audiences to classical music.

In both instances, ERS� launched the programmes without knowing much about the audiences it was targeting (see chapter below on *Excellence - Audience Research*) but nonetheless developed an innovative format. It would be useful for ERS� to gather a maximum amount of feedback from the audience on both programmes (through the online platform and social media) in order to measure if each one is on target. This would help garner ideas on how to improve the programmes and increase their reach. In this respect, we suggest that ERS� goes further and transforms, if not both of them, at least *Generator* into an interactive platform linking ERS� with its public. The programme should solicit participation from the audience, both live and afterwards, through social media, for instance.

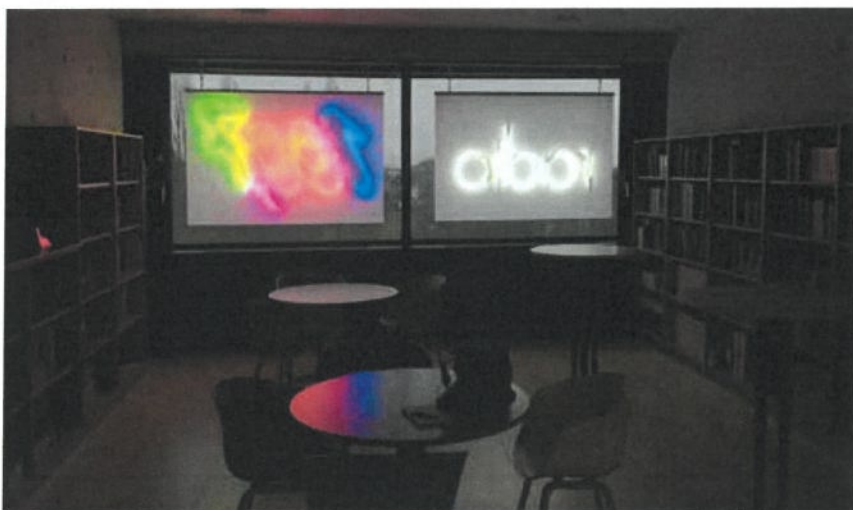
SUGGESTION(S)

- ERS� defined its ambition in 2016 as follows: to be "the most trusted source of information, the most sought-after source of radio entertainment, and the most credible and sought-after source of cultural content". This vision should be the motor that drives everything, from programming and platform development to internal organization, and the base upon which ERS� builds its strategy and objectives for the coming years.

Nonetheless, we feel that this vision is not fully connected to the strategy or the yearly objectives (which are more pragmatic, focusing on keeping up with developments in content and technology). Nor is it sufficiently shared or communicated among staff members or even among Board members. This is important: ERS� needs a clear and shared vision for the future if it wants to increase its audience and build a strong identity or brand, covering both the radio station and the online platform(s). For instance, ERS� could organize internal workshops to share the vision, discuss it with staff and hold group sessions to come up with ideas and suggestions for implementation and further development.

- ERS� needs to think of itself as a multiplatform media organization instead of simply a radio station with a website. This implies having an integrated vision for the two platforms: they are part of the same brand and complementary in their content offer, even though they still have their own identity, target audiences, shared (if possible multimedia) content as well as proprietary content. Staff should be intermixed too and not be tied to a specific platform. This applies to the News team but not exclusively.

- ERSL needs to be more focused instead of trying to be everything to everyone, with the risk of ending up with no audience at all. We suggest that ERSL identifies a few main audience categories (in terms of age, education, interests, ways of consuming media content) and develop its content offer accordingly (see subchapter below on *Audience Research*), even if this means stopping to produce and/or outsourcing certain types of content. ERSL should also adjust its platforms to target different types of audiences on each of them – and it is always possible to develop more platforms in the future for specific purposes (targeted audience or targeted content).
- There is room for ERSL to increase its audience base, as long as this fits with its vision and development strategy. Besides the main elements that we suggest above, there are several other avenues that ERSL could explore. The first one is the introduction of language(s) other than only Luxembourgish, both in radio programmes and in online content (see chapter below on *Diversity*). Another direction would be developing content that attracts a broader public such as sports news (but with a different angle than simply listing sports results) or entertainment programmes (for instance on-air and/or online quizzes on music or another aspect of culture). We also suggest that ERSL develops interactive content in which audiences can participate (see dedicated subchapter on *Interaction with the audience*).
- Last but not least, ERSL needs more visibility if it wants to increase its audience. It should be advertising its (new) offer and, primarily, its identity: what is ERSL's special signature, how is it different from its competitors? In other words, ERSL needs to develop a brand and communicate about it, targeting not only its existing audience but more so its potential audience, i.e. the Luxembourg population. This would mean combating some clichés ("Radio 100.7 is only for intellectuals", "Radio 100.7 is the voice of the government", "it doesn't address foreign residents of Luxembourg," etc.). But first programming would need to be improved.



ACCESSIBILITY

CURRENT SITUATION

ERSL's content offer does not address impaired audiences for lack of resources (time, dedicated people, money). The hearing-impaired audience can still visit the Radio 100.7 website to get a taste of the programmes by reading the written content.

BEST PRACTICES (S)

/

SUGGESTION(S)

ERSL needs to focus its resources on increasing its audience base, and on programmes and content that meet this goal. However, as a public service media organization, ERSL needs to consider impaired audiences.

There are few steps that ERSL could take to improve its offer towards impaired audiences without spending too much time and money. First of all, the news bulletins: as the News team has a script for each of them, it would not cost anything to make this available online (either separately, or embedded in podcasts). The same measure could be applied to any radio content that uses a pre-written draft. There also could be a "zoom" function on the website to help visually impaired users, or an option to change the white background colour, which might be too bright for some users.

SOCIAL COHESION

CURRENT SITUATION

ERSL plays a crucial role in the Luxembourg media landscape by supporting Luxembourg language, culture and identity. ERSL directly contributes to the spreading of national creative works by reporting and debating on literature, theatre, fine arts and music events. ERSL also broadcasts a high number of concerts every year thanks to its collaboration/partnership with the Luxembourg Philharmonic Orchestra, music festivals and others besides. In 2016, for instance, ERSL broadcast 100 concerts (live and recorded) taking place in Luxembourg.

ERSL also offers a platform for social and cultural not-for-profit organizations (associations) within the country so that their voice can be heard nationally, thus providing an opportunity for presenting their mission and gaining visibility. This mainly refers to air-time (as opposed to online content) and translates into three avenues which are to be pursued: interviewing representatives of the social and cultural not-for-profit organizations, reporting about them (topic related) and inviting selected representatives of these organizations to participate in the Radio 100.7 "carte blanche" programme (where they would speak for themselves, not as spokespersons of their organizations).

However, almost all ERSL programmes and content are in Luxembourgish, which reduces the impact of ERSL by automatically excluding half of the population. When ERSL was created, 22% of the Luxembourg population was foreign. In 2017,

50% of inhabitants were foreign and did not necessarily speak or understand Luxembourgish (mostly Portuguese, German, English or French).

BEST PRACTICE(S)

The show "Backstage" focuses on Luxembourg and local (non-classical) bands and their projects.

SUGGESTION(S)

- The changes that ERS� has made in the programming over the last three to four years reflect a determination to develop content that addresses younger generations as well, as opposed to the average public service audience, which tends to be well educated and middle aged and above. We would encourage ERS� to go further in this direction and work on the format and ways of delivering the content according to target audience. This should be part of a broader rethink on what ERS� wants to be, its identity and the message it wants to convey in order to develop a platform and programming strategy that are focused. This is where vision plays a role.
- The fact that the ERS� content offer is almost exclusively in Luxembourgish excludes broad layers of the population and, as such, frustrates social cohesion and diversity. ERS� should doubtless extend its content offer in other languages, mainly in English, both on-air and on its online platform(s) (also see chapter below on *Diversity*).
- Over the years ERS� has developed a unique audio database on Luxembourg culture and history, namely its archives. ERS� has started cataloguing this material. We can only support this project and suggest that ERS� takes advantage of the archives from both a programming perspective (re-use of parts or all of recorded programmes) and an educational perspective (partnerships with schools, art centres, museums, etc.).

INDEPENDENCE



MY PRIORITY IS TRUST.
WE ARE BETTER WHEN
WE MOVE SLOWLY.

Jean-Paul Hoffmann
ERSL General Manager



SUMMARY

ERSL fully depends on the Luxembourg government for its budget, the approval of its non-editorial decisions and the appointment of its Board members. Nevertheless, ERS� offers reliable news content – independent from political or commercial influence – that is supported by high-quality investigative journalism.

ERSL contributes to delivering a critical, informed view on both national and international affairs. However, as a Luxembourg public service broadcaster, ERS� needs to reinforce its local presence and coverage of local news. Additionally, ERS�'s next challenge is to develop its online news offer in order to retain its audience and increase reach.

GOVERNANCE

CURRENT SITUATION

ERSL's Board is composed of nine Directors: one President and eight board members. The government appoints all of them for five-year renewable terms. Four of the eight members directly represent the State. The other four are social and cultural figures from Luxembourg society. The Board of Directors appoints the General Manager. The Finance and the Communication Ministry approve the main decisions taken by ERS� regarding its organization and expenditure. The government approves ERS�'s annual accounts and activity report.

The fact that Board members have a five-year mandate gives some stability to the Board, disconnecting it from government terms of office. Additionally, Luxembourg political culture tends to be consensus-driven – something which favours continuity. As a matter of fact, the former General Manager served for more than 10 years. The current General Manager took office in 2013. While we acknowledge the intention of lawmakers to balance the general interest of the community and the specific focus provided by the representatives of socio-cultural organizations, the current system of governance underlies a risk of politicization, which could be a threat to ERS�'s independence.

BEST PRACTICE(S)

The Board of Directors participates in discussions on strategy (including not only budget but also content and platform development, technology, staffing, etc.) and is aligned with ERS�'s management on vision and priorities for the media organization. This is a key factor for maintaining government financial backing and administrative support.

SUGGESTION(S)

In theory, the mixed composition of the Board (even number of State and civil society representatives) ensures a wide-ranging representation of the Luxembourg community and its interests. Nonetheless, the fact that the government appoints all of the members of the Board of Directors underlies the risk of politicization in the Board and might jeopardize ERS�'s independence. Even though the decision does not belong to ERS�, we suggest that ERS� works with its Board and the parliamentary committee for media and broadcasting in order to explore and, where applicable, propose alternative options. The EBU legal department can help in this matter and provide examples on how PSM boards are appointed in other European countries with a similar public service media system.

FUNDING

CURRENT SITUATION

The broadcasting licence agreement between the State and ERS� runs for 10 years. In addition, ERS� has a five-year renewable budget contract with the State. ERS� totally depends on the State for its funding (98.5% of its annual budget). Funding does not come from a special tax or from a license fee, as is the case in several other European countries, but straight out of the State budget.

This system makes ERS� dependent on political decisions for its budget, though the five-year package gives some visibility to ERS� and makes planning possible. In a comparison, ERS�'s yearly budget (EUR 6.1 million) is somewhat higher than the average budget of similar PSM, but this is only a matter of perspective. ERS� is weighed down by salaries (based on the salary grid for State employees) and additional social costs (+15% mandatory social security contributions).

The law prohibits ERS� from obtaining income from advertising, although sponsorship is allowed within specific limits. Sponsorship represents less than 2% of ERS�'s total income.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- We believe ERS� could use its annual budget more efficiently if it reviewed how this is allocated. That would open the way to developing and running new projects while remaining within the current annual budget of EUR 6.1 million. However, 60% of ERS�'s operating costs (2016) relate to staff, as explained above. This represents a genuine constraint.
- ERS� assesses the general cost of each show (fees, technical support, additional expenses, etc.) and takes this cost into account in its programming decisions. However, there is no day-to-day monitoring of costs for each programme. By implementing a detailed analytical ("activity-based costing") accounting system (even if "only" in Excel, which is feasible given the size of the organization), ERS� would have detailed knowledge of costs and could continuously monitor the cost of its programmes and activities. This would give ERS� firm control over production costs and provide a precise benchmark for assessing programmes and purchasing external content. This would also

enable management to review and refine the budget allocation (see point above).

- We recommend that ERS� finds ways of diversifying income - within legal limits. For instance, ERS� could extend sponsorship to other existing programmes or even fund new programmes with the help of a specific sponsor. Online platforms offer opportunities for advertising that the radio programmes do not have: ERS� should work on this. ERS� could also think about how to obtain additional income from archives (by licensing some of the audio tracks or recorded music, for example).
- Attracting sponsors and advertisers depends on both audience reach and the public image of ERS�. The more ERS� is focused around a vision and brand (as a unique selling proposition - see subchapter above on Reach) and the more its offer is clearly presented and developed (radio station and online platform), the more it will be able to reach out to new sponsors and advertisers. ERS� would benefit from the advice of an industry expert in that respect.

EDITORIAL DECISION-MAKING

CURRENT SITUATION

The General Manager is legally liable for all news published, but the Editor-in-Chief is internally responsible for all news produced. The News team works according to an editorial charter (*Redaktionskonzept*) and rules, including the Journalist Code of Ethics. No journalist working for ERS� has ever been prosecuted for any news content produced.

ERS�'s Newsroom accounts for most of the company's staff (22 out of the 44 employees and most of the freelancers and interns) and produces 90% of all broadcast news and current affairs content. Altogether, the team is responsible for 18 daily live news bulletins and is expected to contribute to additional news items for the website.

The News team is mostly composed of young, motivated journalists who deliberately chose to work for Radio 100.7 on account of its independence and in-depth treatment of stories.

According to direct feedback from ERS� employees, partner organizations and audiences, ERS�'s news content is more credible and accurate than the news of its direct competitors [even though precise statistics on the reliability of news are lacking for Luxembourg]

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- ERS� gives priority to on-air news and does its best to keep the website up to date on news, adding content whenever the team have time to do so. This is not a workable long-term strategy. Its audience is used to receiving news in almost real-time on their phones (through dedicated apps with breaking-news

alerts) and on the Internet. ERS� needs to develop a “digital first” strategy, where any breaking news is immediately reported online without waiting for the next on-air live bulletin.

- Aside from breaking news, at least equal priority should be given to on-air and online news in terms of quality and published content. ERS� should develop a fully integrated newsroom and publish news content on both platforms at the same time (record video at same time as audio when interviewing or covering events; when preparing articles for on-air broadcast, immediately publish the on-line version, perhaps including additional information, etc.). ERS� should also develop more specific news content for the online platform. It has room for more development, including news in other languages, which would attract other types of audience.
- The above suggestions would mean reorganizing the News team, the workload distribution and the news offering. For instance, the News team could prepare fewer or shorter live news bulletins each day (18 is rather a lot) and dedicate the time saved to online news content and development.

CONTRIBUTION TO AN “INFORMED CITIZENSHIP”

CURRENT SITUATION

ERSL is “a significant contributor to media plurality in Luxembourg”, according to its self-assessment report, as opposed to other news publishers, which are party-oriented. At the moment, ERS� journalists are praised for their critical interviewing technique and their reporting on current affairs and political issues.

ERSL supports investigative journalism (within its budget limitation) in which it has produced some tangible results. The ERS� team, for instance, was instrumental in breaking a story on the secret service that ultimately led to the demise of the ruling government coalition.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- ERS� offers news on national and international affairs. It does not focus on local news, but its news content is in Luxembourgish. ERS� should be more local, which means talking about local villages, places and people. It means being less in the studio and more out and about. This sense of ownership is crucial: ERS� has to sport its Luxembourg identity and that entails covering local breaking news in order to outplay the competition. Additionally, ERS� could do more traffic bulletins, review their schedule and format, or maybe offer them in English as well to address the non-Luxembourg citizens who work in the country and who are also commuters. From the same perspective, ERS� should offer more news content in English (and possibly French) so that it can become THE news reference in the country.

- Considerable value is placed on investigative journalism, which is one of Radio 100.7 strengths. As such, it should be further developed. ERS� could achieve this by reorganizing the team and reducing the length of some news bulletins (12 minutes is rather long for radio). ERS� should set a target, for instance three to four investigative stories a year.
- Both for multimedia and local reporting, ERS� journalists should get used to working more with dedicated applications that turn their smartphones into portable recording studios.



EXCELLENCE



HERE WE CARE FOR
WHAT WE DO.

Pierre Reyland, journalist



SUMMARY

ERSL produces in-house programmes of high technical and editorial quality. Nonetheless, it has some adjustments to make in its structure and workflow in order to guarantee the consistency of its editorial quality and the full integration of its on-air and online platforms.

There is also a discrepancy in the quality of the general content offer that goes beyond the fact that ERSL relies on external content that does not always meet the same requirements. This is clearly an issue that ERSL needs to address if it wants to grow its audience. ERSL content would also have a higher impact if it were to develop an "audience culture" and thus be able to offer targeted content to targeted audiences.

ERSL's staff members are for the most part professional and highly motivated, which of course is an asset. ERSL needs to maintain this commitment by offering career prospects and learning curves to its team members, including the freelancers and, to a lesser extent, the interns as well.

QUALITY OF ORGANIZATION AND IMPROVEMENT PROCESS

CURRENT SITUATION

ERSL is a small structure that functions with 44 employees, 30 freelancers and numerous interns. The team is mostly dedicated to content (mainly news and music) production. The administrative part is minimal and these duties are mainly fulfilled by the General Manager.

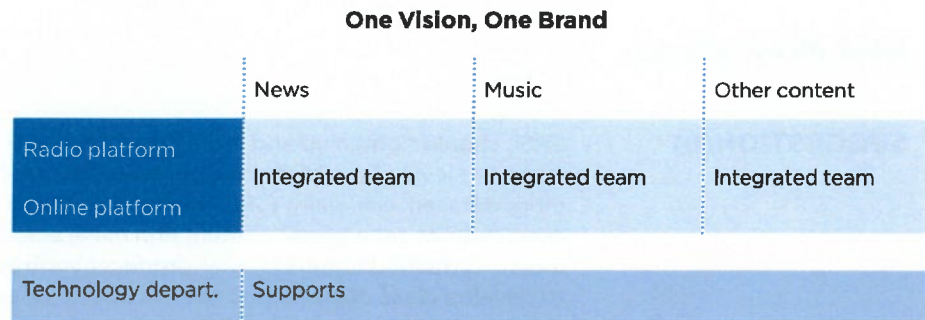
ERSL has rules in place for finance and administration as well as defined workflows for content production and for commissioning productions. ERSL's organization chart is simple and structured around programme production: newsroom / music / other content / technology.

BEST PRACTICE(S) /

SUGGESTION(S)

- The General Manager seems to have too many roles to fulfil at once and thus not enough time to work on strategy (including innovation). ERSL should think about changing its organization structure by delegating most of the General Manager's administrative tasks to other members of the staff.

- ERSL has organized its internal structure around content production, which is how things should be: content comes first. Even so, ERSL is no longer simply a radio station but a two-platform media organization. The internal structure should reflect this reality and be totally devoted to the production of content for both platforms, including original content for each of them. This means having one vision, one brand and fully integrated teams working for both on-air and online content production (see chart below).



QUALITY OF CONTENT

CURRENT SITUATION

ERSL has criteria and rules in place relating to content quality, both for news (*Redaktionskonzept*) and other content. ERS� also has a process to check the quality of content before it is broadcast, whether the content is crafted in-house or externally produced. ERS� tries to apply the quality check systematically. However, it may happen – mainly for lack of time – that a programme goes on-air without having been checked, which occasionally results in the broadcasting of content that does not meet ERS�'s quality standards.

While news content is almost totally internally produced (90%), as is classical music programming (75%) and half of the non-classical music offer, external producers are mostly in charge of the rest of the content (between 50% and 75% depending on genre and format)¹.

-
- ¹ During weekdays, the split between in-house and externally produced programmes is as follows:
- Night programme (01.00-06.00) in-house produced.
 - Early morning show (06.00-09.00): created and presented by in-house presenters; news and current affairs provided by ERS� staff with 10-20% of external input.
 - Mid-morning show (09.00-12.00): created and presented by in-house presenters; news and current affairs provided by ERS� staff with around 25 minutes of features and cultural reporting provided by external producers.
 - Midday show (12.00-13.30): created and presented by in-house presenters; news and current affairs mainly provided by ERS� staff (partly re-using content from the morning show).
 - Non-classical music (13.00-14.00): 3 out of 5 shows per week externally produced.
 - Classical music (14.00-15.00): all shows internally produced but with external input.
 - Non-classical music (15.00-16.00): all shows produced by external producers (freelance) but using ERS� technical support.
 - Late-afternoon show (16.00-18.30): created and presented by in-house presenters; news and current affairs provided by ERS� staff.
 - English-language programme (18.30-19.30): all shows produced by external producers (freelance) but using ERS� technical support.

This can result in discrepancies in content quality. It also impacts the overall perception of Radio 100.7 because of an uneven offering and inconsistent messages.

The issue is more than simply a question of content quality. It is actually connected with ERS�'s programming strategy (see chapter below on *Diversity - Programming*) and overall vision for its platforms.

BEST PRACTICE(S) /

SUGGESTION(S)

- ERS� should tighten up and more clearly define the criteria regarding the expected level of quality from external producers. Expectations should be more detailed. Generally, ERS� needs to create clear, documented quality criteria for its (non-news) content and make sure that every producer receives a copy (attached to the external-producer contract for instance). ERS� needs to develop clear, documented specifications for each content type/programme (length, detailed type of content, values conveyed, etc.) and systematically check before broadcasting that the final content meets quality requirements and specifications. In the case of external producers, the final payment could be tied to compliance with both quality criteria and content specifications.
- Whenever programmes produced externally have not been checked or do not meet ERS� standards, we recommend replaying high-grade past programmes so that there is no drop in quality. Additionally, if ERS� would broaden its content in English (or even French or German), it could expand the number of potential external producers, which in turn would allow ERS� to be more selective and impose higher requirements.
- ERS� needs to establish editorial control over all the programmes and content which it broadcasts or publishes on its platforms (radio as well as web and other online platforms). An internal producer should be responsible for the quality of each item of content (which includes: matching ERS� identity, meeting all ERS� content requirements as well as passing the quality test before broadcast or publication). It should not be possible to publish content without the green light from the producer in charge.
- The above suggestion is also valid for the News team. The team of journalists and additional Newsroom collaborators produces 18 news bulletins a day as well as other news content, either for the radio or for the online platform. Even though ERS� news is considered as quality news, the amount of content produced and the amount of people involved underlie a risk for quality and editorial consistency, at all levels (grammar, spelling, copyrights on images and sounds used, wrong references, incomplete source checks, etc.). Designated editors should be responsible for approving each news item that is published. Some media organizations have a collective system for checking content,

1 (continued)

- Non-classical music (19.30-20.00): 3 out of 5 shows per week externally produced.
 - Music, classical and non-classical (20.00-01.00): half in-house and half externally produced (over the course of one month there are around 25 hours of external programming and 22 hours of original internal programming, the rest being repeats).
- Non-classic music programming on Saturdays is almost evenly split between in-house and external productions; on Sundays, in-house programmes predominate.

where every newsroom member can see any piece on news prior to publishing. This is a good way to share the information and improve the quality and consistency of content, but it only works if somebody is formally responsible for giving the final green light. Additionally, newsroom members should take further advantage of online tools and software for checking spelling and grammar, digital newsgathering sources, etc.

AUDIENCE RESEARCH AND AUDIENCE SATISFACTION

CURRENT SITUATION

ERSL does not have detailed data on its listeners. Nor does it have the tools in place to know its audiences in depth. The only regular figures come from a broad survey that twice a year assesses the audience of all media available in Luxembourg (print, radio, television, online, etc.). There exists some technical data relating to the website and use of ERS� streams, but they are not used efficiently from the perspective of content and audience development. As a result, ERS� cannot properly target its content offer and programming and instead tries to propose a broad spectrum of programmes in the hope of catching all types of audience.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- In spite of its limited resources, ERS� still needs to get to know its audiences better (existing as well as potential) so that it can offer content that targets specific audiences (including people who do not understand Luxembourgish). This would be extremely helpful for programming purposes as the same content scheduled in another time slot may have differentiated audience results.
- ERS� cannot afford to pay an external service provider to continuously assess its audience and audience profile, but it can use its existing tools to gather and analyse more data on its audience. For instance, it could monitor online traffic (number of single visitors, at what time of the day and night, what kind of content, etc.) and use the website to do fast, to-the-point surveys. It could also monitor "likes" and "comments" on ERS� social media and ask specific questions to its followers on social media. It would also be possible to test new formats and content through focus groups, or create a group of volunteers who accept to give weekly feedback on a specific content. For example, the Dutch news television programme EenVandaag has created a community of 50,000 people to help shape its programming. Every week over 20,000 people participate in broad surveys on current topics. With this opinion panel, EenVandaag gives a voice to a large and often silent majority, providing its journalists with insights that no other competitor has (see <https://eenvandaag.avrotros.nl/panels/opiniepanel/>). ERS� could also try to partner with other (small) Luxembourg media organizations to share the cost of regularly gathering quantitative audience data, or even team up with the local university to obtain specific qualitative analysis.

- ERSL also needs to understand how different audiences consume media content. While older audiences are still traditional radio listeners, other audiences tend to use "on demand" services – they do not have the habit or the time to listen to scheduled on-air programmes. They want to consume media content fast, when they can or want to, on devices other than traditional ones. All these data on audiences are vital for ERSL so that it might adapt its content and platform offering as well as its formats and programming.
- As ERSL does not have any audience research teams or processes, the PR person is the interface between ERSL and the outside world. As such, PR may be able to collect data of interest on audience satisfaction and expectations. There needs to be a process in place to ensure that such data are transmitted to the General Manager and the relevant managers, then used for programming and discussions on content development.

TECHNICAL QUALITY OF CONTENT AND RELIABILITY OF DELIVERY

CURRENT SITUATION

ERSL does not own its broadcasting infrastructure. Instead it uses a dedicated service provider (BCE). The quality of the service is good, and the population coverage is 95% (85% of the territory). ERSL broadcasts on two frequencies and has several levels of redundancy for both as well as a contingency player (automated switch in case of problems) to ensure the reliability of its broadcasting service.

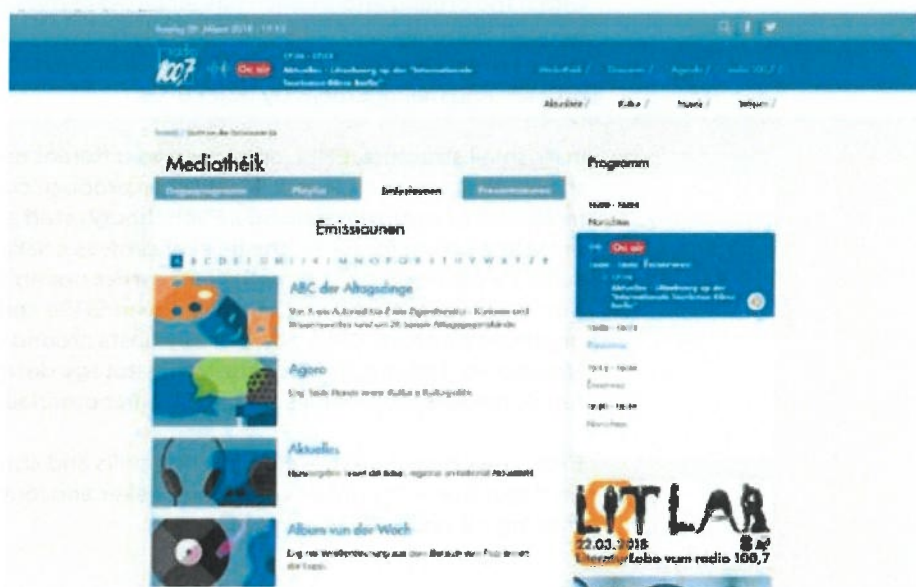
ERSL benefits from modern, high-tech studios and technical facilities that have been designed according to the needs of the team in order to optimize content production. As a result, in-house audio programmes are of high technical quality. That is not always the case for the externally commissioned content that Radio 100.7 broadcasts.



Radio 100.7, Studio 1 (Image: ERSL, <https://img.100komma7.lu/uploads/media/default/0001/60/8523327d3fdd1e6af480e15df8ffa7107379e00.jpeg>)

BEST PRACTICE(S)

- ERSL's main building is new. It was designed to foster efficiency and meet the workforce's needs in all respects. Prior to construction, staff members participated in brainstorming groups, including an ergonomics group, and had the option of submitting their own suggestions. The building also meets energy saving requirements.
- Radio 100.7 offers unique content free of charge. Internet users can find all the available programmes in replay mode (i.e. content that is not bound by external copyright) in a well-organized "Mediatheik".



SUGGESTION(S)

- ERSL should take full advantage of its online platform(s) and available technology to offer more "on-demand" content (replays, podcasts, etc.) and customized ways of accessing its content (live content broadcast online and on social media platforms, apps, use of YouTube to capture younger audiences, etc.). This implies improving the speed of ERSL streams.
- As we have said, ERSL has excellent studios and produces content that is of a high technical quality. It is unfortunate that all the listeners cannot benefit from it. This is because ERSL has only two frequencies, which is not enough to ensure the same quality of reception everywhere in the country. ERSL has a territorial coverage of 85% according to lower quality standards. This falls to 70% if measured according to EBU standards. We do not have sufficient technical information to recommend a solution. We can only suggest exploring and assessing the cost and feasibility of options for improving technical coverage such as applying for an additional FM frequency, working with the broadcasting company to increase the capability of its transmitters and investing in digital radio.

STAFF MOTIVATION AND CAPACITY BUILDING

CURRENT SITUATION

ERSL does not have a HR dedicated person. The General Manager is in charge of all matters relating to staff – and some of his staff-related decisions are subject to the approval of the State. Since he was appointed in 2013, ERSL's General Manager has already introduced many changes to professionalize management within the organization, which has included human resources. Most recently, the General Manager has focused on skills and experience, which mainly translates into a reinforcement of training (in-house and external), a more structured hiring process and management by objectives.

In its small structure, ERSL employs two different categories of people who share office space and work together to produce content: employees (44) and freelancers (approximately 30). Even though staff are committed and express pride in working for ERSL, the level of professionalism and training is not the same for all. Nor are the benefits and career possibilities – although there is no formal career path due to the small size of ERSL and the relative flatness of its organization chart. ERSL additionally hosts around 35 interns a year, mainly in the Newsroom. This is part of a long-term strategy designed to create a pipeline of future media professionals that ERSL can potentially use as a talent pool.

ERSL uses training to develop internal skills and stay competitive. The focus is on direct needs for on-air content (speaker and journalist trainings) as well as on training for online development.

BEST PRACTICE(S)

ERSL applies management by objectives: staff members have annual objectives to attain and their annual appraisal is based on how close they have come to meeting those objectives. That then translates into a year-end bonus (between 80% to 120% of one month's salary).

SUGGESTION(S)

- ERSL should introduce some degree of internal mobility to afford career opportunities to staff (employees and freelancers) and to develop flexibility, creativity as well as the exchanging of ideas and best practices. So far there is only a small degree of crossover between departments and cooperation has been insufficient. The development of integrated platforms and cross-media content would help in that respect.
- Even though ERSL's organization is rather flat, with only a few management positions, ERSL needs to help people grow within the organization and raise their level of talent. It is important to keep motivation intact and retain skills within the organization. Structural changes such as the introduction of more producers to ensure editorial supervision over all content (internal and external) could be one way of fostering internal promotion. We suggest that ERSL appoints a managing editor in charge of News and Programming and create two senior producer roles². From a longer-term perspective, ERSL

² The producer is responsible for final content and gives the green light for its broadcast or publication. This person also checks the quality of each item of content under his/her responsibility. By quality we mean: matching ERSL identity, meeting all ERSL content requirements, respecting the predefined specifications of the programme/content as well as passing the quality test before broadcast or publication.

should think about a basic career path for its staff members in addition to a general learning curve. Staff needs and their progress could be assessed during the annual appraisal.

- We suggest that ERS� bases hiring and training strategy on the skills which it needs for implementing its (future) platform and content development. This first implies having a clear vision for the future of the organization (see chapter above on *Universality - Reach*) and on how this will translate in terms of content offer and programming. ERS� will ultimately need specific multilingual and multiplatform skills but in a planned way that matches the requirements of the equipment and technology used as well as fitting with content development (genre, format, etc.).
- ERS� welcomes numerous interns every year – almost as many as the number of permanent employees. As stated above, this is part of a long-term strategy to create a pool of potential talent. In order to make this strategy efficient, we suggest that ERS� introduces a formal process to manage interns that would include in-house training, formalized supervision (each intern would be under the responsibility of a producer) and a learning curve to follow. This investment would require time and supervision from ERS� management. For this reason, ERS� should prefer long internships (three months and above) as opposed to shorter-term placements that could be as brief as one week.



DIVERSITY



WE TEND TO LIVE IN A
BUBBLE.

Jean-Paul Hoffmann, General Manager,
ERSL

SUMMARY

ERSL offers a variety of programmes that covers the spectrum of its remit, and addresses different types of audiences. However, the content offer does not reflect the diversity of the Luxembourg population as it automatically excludes the 50% of foreigners who live in the country and who do not necessarily speak the Luxembourg language. In addition to the language issue, ERS� team members are highly educated and develop content that corresponds to their own centres of interest but not necessarily to the expectations of their broader audiences. As a result, ERS� appears to be a cultural niche in the Luxembourg radio landscape. To extend its audience reach, ERS� needs to develop a content and programming strategy that reflects its vision and mission but also speaks to the person in the street. In that respect, ERS� should focus on diversity (in terms of targeted audience, topics considered and accessibility) and developing interaction with the Luxembourg population.

PROGRAMMING

CURRENT SITUATION

Radio 100.7 is a general-interest radio station with a cultural orientation. It offers news content, classical and modern music, programmes on literature and arts, and dedicated airtime for social and cultural organizations. At first sight, Radio 100.7 and its extended offer (which includes the website) seem to perfectly embody diversity.

However, ERS�'s offer suffers from a lack of consistency – not only in terms of content quality but also in terms of “signature” (identity). The offer is at the same time too broad and too specific. The main focus is clearly on news and current affairs (of the 44 employees, 30 have a press ID) and on music. Currently, Radio 100.7 broadcasts on average 4.5 hours a day of news, current affairs and features, and 17 hours of music and entertainment. All other programme types combined represent 2 hours a day. The remaining 30 minutes is promotional time³. The website more or less mirrors the Radio 100.7 offering, with few additional items of content.

The Luxembourg population includes 50% of foreign residents. Luxembourgish, French, German, English and Portuguese are the main languages spoken. Luxembourg is a multicultural country. However, ERS� is not focused on diversity: diversity is not part of its thinking on programming (ERS� does not even measure the diversity of its offer). The content offer only targets foreign residents marginally. Neither does it reflect the social and cultural realities of Luxembourg's population.

³ Figures inferred from Radio 100.7 annual programming structure that states: news and current affairs 1,643 hours, music 6,209 hours (incl. 2,443 of classical music), promotional time 178 hours, other programmes 730, making a total of 8,740 hours (365 days, 24 hours).

BEST PRACTICE(S)

Radio 100.7 broadcasts a one-hour programme in English on weekdays. The programme contains news and music and targets the foreign population of Luxembourg. This marks a first step toward multilingual content.

ERSL should advertise more about it so that non-nationals hear about the programme. ERS� should also find a way to obtain feedback about the programme (by asking questions about it on its website and social media pages, for instance) to check whether it reaches its targeted audience and to garner ideas on how to improve it.

SUGGESTION(S)

- ERS� needs to rethink its offer and develop a programming strategy (including formats, genres, schedules) based on its vision (see chapter above on *Universality – Reach*) and the audiences it targets. Diversity should be part of the discussion and reflected in the offer in a way that is consistent with ERS�'s global vision, brand and platform identity.
- ERS� needs to be more focused in its content offer and programming: there are too many programmes (in number and in genre) and the scheduling is too complicated, with too many clusters. A telling example of this lack of continuity is the Radio 100.7 morning show: there is a presenter in charge of the show, but somebody else is in charge of the interview slot that takes place in the middle. As a result, the show lacks leadership and continuity, and the audience loses the momentum. ERS� should use the possibilities offered by its two platforms (and potentially more if needed) to devote more time and energy to diversity while also being more specific. Radio 100.7 could concentrate on what it is good at, whereas the online platform could have a broader offer – as long as both platforms have their own identity and are consistent within their own offering and with ERS�'s overall vision.
- ERS� can also harness the formats both to simplify programming and to make it more attractive. ERS� could produce more fast-moving talk shows, for instance, and increase the length of some of its successful music programmes. ERS� could also concentrate its niche programmes. This could entail improving their focus and quality and broadcasting them once a week (as opposed to short programmes every day).
- Music represents an important part of ERS� programmes, both in terms of dedicated team and on-air time. The creation of a new position in the company two years ago, with the hiring of a coordinator for contemporary music, shows ERS�'s determination in wanting to rejuvenate its music offer and attract younger and broader audiences. ERS� now offers greater prominence to contemporary music and to Luxembourg music producers and artists. Luxembourg artists represent 4.5% of the yearly musical programming (280 hours in 2016), which is rather high taking into consideration the fact that Luxembourg is a small country. We would encourage ERS� to continue re-orienting its music offering, using audience research to better match music and audiences. According to time of day and type of programme, playlists should focus on a specific audience and offer targeted music content accordingly.
- ERS� should review how it interacts with its not-for-profit partner organizations. Times have changed since ERS�'s remit was drafted. Nowadays, all these organizations have their own window (website, social media) where they can broadcast their own programmes if they want to. ERS� should rethink the way it gives them a voice, and develop more innovative ways of supporting and including them in some of its programmes, under the editorial responsibility of ERS� producers

- Last but not least, we recommend that ERS� develops content in different languages, both on-air and online, in order to be more representative of the country's diversity (and multilingualism). ERS� could take small steps at first such as broadcasting short news bulletins and online news in English, interviewing guests in their native language whenever possible (French or English), or introducing a bilingual radio programme (for instance the morning show) with two co-hosts, each of which speaks a different language. At the next stage, after having analysed the reaction of audiences, ERS� could go further and develop specific bilingual (or even multilingual) formats and content. We suggest that ERS� look at other public service radio stations for inspiration. The Swedish experience shows that bilingual radio programmes, when they find the right recipe, can attract audiences.

INTERACTION WITH THE AUDIENCE

CURRENT SITUATION

ERSL suffers from a lack of interaction with its audience – at all levels. There is hardly any possibility for the listeners to directly participate in a radio programme or interact with a member of the ERSL team. Dialogue on social media is patchy. The audience has the possibility of “liking” content or reacting to it on the social media platform operated by ERSL, but there is limited follow-up from the ERSL team.

BEST PRACTICE(S)

In 2015, ERSL launched a competition for original radio plays: authors and creative professionals from Luxembourg and its surrounding region are allowed to participate and can submit their work in Luxembourgish, German, French or English. The winner receives a prize of €3,500 and Radio 100.7 produces and broadcasts the winning play. There is one contest a year, each time around a different theme

Bernd Marcel Gonner wins radio 2017 radio fiction award 100.7



This is a creative way of engaging with audiences. It nonetheless targets only a small fraction of the listeners, i.e. those who are educated and capable of writing radio plays. Based on a similar principle, ERS� could launch other competitions for its audience. For instance, it could target younger audiences by holding a contest where they have to produce a three-minute programme on their smartphone about something representative of Luxembourg culture. The best 3, 5 or 10 could then be published on ERS�'s online platform and on social media..

SUGGESTION(S)

- We suggest that ERS� develops a structured approach to interaction with its audiences that includes all platforms and social media, and goes beyond one-way reactions (such as "likes" on the Facebook page) to foster genuine dialogue so that a personal bond can be developed between ERS� and its audience. This would also allow ERS� to get to know its audiences better and constantly assess the relevance of its content offer – by analysing spontaneous reactions (likes and comments on social media platforms and website) as well as directly asking for audience contributions in order to develop content (suggestion box, participation in opinion surveys and focus groups, requests for testimonials in relation to investigative journalism cases, etc.).
- Radio 100.7 should focus on live programmes (and make fewer and better packaged taped formats). This is still the best way to generate a relationship of proximity with audiences. The language is more fluent and colloquial too, as opposed to pre-recorded content. Live formats allow the audience invite itself into the programmes and be part of the discussion (by phone, live comments or questions on social media, but also by attending programmes in person, e.g. in studios or remote broadcasts from town halls, for instance). This works for all types of programmes, including musical offerings.
- We have already suggested that ERS� journalists should be more locally oriented and be out and about more often. This is true for all programmes. Radio 100.7 should record more programmes outside its studios and interact with the public. Introducing webcams in its studios would also help ERS� generate interaction – but only if the audience takes an active part in the programme and appears on the video stream.
- Last but not least, ERS� needs to be more active on its social media platforms and use them as tools for encouraging interaction.

ORGANIZATION

CURRENT SITUATION

ERS�'s team does not reflect the social and cultural diversity of Luxembourg. Most of team members are highly educated (to university level) and Luxembourg nationals. There are few employees of foreign origin or who do not hold a Luxembourg passport. In terms of gender ratio, ERS� is almost perfectly balanced (21 women out of the 44 permanent staff members in December 2017).

Even though ERS� does not have formal rules in this respect, the producers try to invite in experts who are representative of political and gender diversity – with the inherent limitation arising from the smallness of Luxembourg's population and the exclusive use of Luxembourg language.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

It is time for ERS� to transform its content offer and become more focused as well as reflect more the diversity of the country (see subchapter above on *Programming*). This not only implies working from a different perspective to target new audiences and innovate with formats. It also means diversifying the social and cultural background of ERS�'s team and working with new external producers who are representative of Luxembourg's diversity.

Adding one or more languages to the content offer would automatically require introducing more diversity amongst staff and programme guests/experts. To attract younger audiences, ERS� will also need to hire young talent that speaks the language of millennials and uses their communication tools.



ACCOUNTABILITY

A man in a dark suit and white shirt is seated at a desk, holding a black telephone receiver to his ear. His reflection is visible on the polished surface of the desk. A red rectangular overlay is positioned on the left side of the image, containing a quote and the name of the speaker. The word 'ACCOUNTABILITY' is written in large, bold, red capital letters at the top left of the image.

”

WE ARE SERVICE
ORIENTED.
WE SHOULD NOT
MIX SPEED WITH
PRECIPITATION.

Pascal Tesch, CIO

SUMMARY

ERSL more than meets its legal obligations in terms of reporting, self-regulation and asset protection. However, we suggest that ERSL communicates more with its stakeholders (mainly the public) on its projects, achievements, use of the budget and platform development. On the one hand, this would increase ERSL's level of transparency; on the other, it would contribute to increasing ERSL's visibility and developing a brand image.

TRANSPARENCY

CURRENT SITUATION

ERSL publishes its simplified annual activity report and basic financial figures online, as well as some information on corporate governance.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- Transparency is mainly about the (right) level of information ERSL gives to its stakeholders so that they can scrutinize how it works and manages public money. In that respect ERSL should post not only general data on its budget but also more detailed information on how it spends this money (proportion devoted to content production, content purchasing, staff expenses, etc.).
- ERSL should also communicate on how the organization meets the additional quantitative objectives assigned by the government when attributing ERSL its budget. This would show ERSL's commitment and accountability to its stakeholders.
- A monthly online newsletter could be an excellent two-way communication channel for ERSL management to inform both its staff, including freelancers and interns, and its audience on what is happening at the company with regard to finances, organization, content and platforms.

REPORTING

CURRENT SITUATION

Once a year, as per legal requirements, ERSL provides the government with an activity report, a financial report and the auditor's report.

From an internal perspective, the General Manager reviews ERSL's revenue and costs relative to the budget on a monthly base.

BEST PRACTICE(S)

ERSL is legally bound to report to the government and to the government only (annual accounts and activity report). However, ERS� voluntarily tries to meet the parliamentary committee for media and broadcasting once a year.

SUGGESTION(S)

ERSL's activity report focuses on Radio 100.7. It also needs to include data and achievements relating to the online platform. This is all the more important since ERS� is undergoing a transformation to become a true multimedia/multiplatform organization.

SELF-REGULATION

CURRENT SITUATION

ERSL does have a process in place to handle audience complaints. If the complaint relates to a factual error, the relevant department will take care of it and supply the appropriate answer. If the complaint is of editorial or ethical nature, the person with editorial responsibility and the General Manager will deal with it. Complaints are very rare.

ERSL is one of the Luxembourg-based broadcasters and, as such, is under the supervision of the *Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel* (ALIA). ALIA is an independent body that ensures that broadcasters are complying with the law on audiovisual content (especially relating to the protection of children and the respect of human dignity/non-discrimination) and advertising. ALIA does not act as an ombudsman as it does not offer a mediation service. All breaches of the law are duly sanctioned.

BEST PRACTICE(S)

ERSL is willing to improve its organization and offer. ERS� has volunteered to be part of this Peer-to-Peer review. Prior to this, ERS� participated to an informal benchmark involving other European broadcasters that offer programmes in a language spoken by a minority (German-speaking Belgium, German-speaking Italy and Romansh-speaking Switzerland).

SUGGESTION(S)

- ERS� should formalize (write) and complement its process on audience complaints. The development of online content and social media (neither of which come under ALIA's remit), on top of the important share of external content in ERS�'s broadcast programmes, may generate more complaints or questions from audiences. The process should make it clear who is in charge according to type of complaint, who is part of the decision process, who bears the final responsibility for the answer, what the timeframe is for the answer and so forth.
- We suggest that ERS� informs its stakeholders (government, cultural and social associations and the public) about its voluntary participation in the Peer-to-Peer review, and shares with them the core findings of the associated report.

ASSET PROTECTION

CURRENT SITUATION

ERSL duly ensures that work conditions, equipment and the working environment are safe and in line with industry standards.

ERSL is a small organization. It does not have the resources (i.e. the time, the money or the people) to check if somebody uses its content without authorization, especially online content. This is also part of the reasons why ERS� wants to transfer the management and protection of its archives to the National Audiovisual Centre.

The contract between ERS� and its employees defines and settles intellectual property issues on in-house content production. In the case of external content, ERS� mostly buys broadcasting rights (number of broadcasts in a defined period of time).

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- Physical security is only enforced at the building entrance, which requires a badge. Security could probably be improved by activating the badge requirement at the every entrance to each floor (both main stairs and emergency staircase) or at least when entering the studios.
- ERS� should define clear internal and contractual rules on intellectual property with regard to online content (whether produced in-house or otherwise).

INNOVATION



I AM NOT IN FAVOUR OF
TECHNOLOGY-DRIVEN
CONTENT.

Pascal Tesch, CIO



SUMMARY

ERSL does not have a culture of innovation. Instead it operates a traditional idea of content production and programming. ERSL's main focus is still on radio programmes – at the expense of the online platform. As a result, the changes introduced by ERSL in the last few years have resulted more from a “need to keep up” mentality than from a clear development strategy based on a specific innovation-driven vision.

ERSL has the technology in place to be more innovative with its platforms and formats. It is up to the top management to foster a new internal culture that is more creative and supported by a clear vision of where ERSL is heading.

GENERAL

CURRENT SITUATION

ERSL encourages its staff (including freelancers and interns) to contribute new ideas and suggestions for improvement. This has resulted in healthy feedback, especially relating to content and formats.

However, ERSL's programming strategy and platform development are more a reflection of efforts so as “not to be left behind” than the result of an innovation-driven strategy. There is no time, budget or people dedicated to innovation.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

Having limited resources does not mean that ERSL cannot be proactive in terms of innovation. The team leaders (programme, news, music, Director General, technology) could hold a quarterly meeting dedicated to innovation, for which the main preparation homework would be to monitor what competitors and similar PSM within EBU are doing and developing (in all respects: platforms, apps, content, formats, IT, etc.).

We recommend that ERSL should continue sampling ideas from staff and trial those suggestions that have potential. A good way of proceeding in such circumstances would be to define a group of two or three people from different departments (to allow for different points of view and expertise) who will work on an idea (as a project on top of their regular tasks) and then test it in live conditions.

Innovation has to become part of ERSL's strategy.

CONTENT

CURRENT SITUATION

ERSL presents a traditional programme offer in terms of format and concept. Even the website is not used as a platform in its own right but as a window for Radio 100.7 content.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

The content offer needs to push back the boundaries and be more innovative. This means trying new formats, developing web and multimedia content, testing new schedules, involving the audience in programmes, using social media as broadcasting platforms and more besides. The first step is for ERS� to get to know its audiences better (see section on Excellence – Audience Research) so that it can innovate in relation to a targeted audience, its centres of interest, the platform(s) it uses and the way it consumes media content. Subsequently, ERS� can trial new content and formats on various platforms and see what works.

For instance, SRF (Switzerland) last year launched a new concept called “acoustic news”, based on the fact that younger generations do not listen to, watch or read news in the same way as their parents. Instead of waiting for the next radio bulletin, they pick up the headlines on their smartphone. This means that news on the radio has to be different to attract them. Bearing that in mind, SRF introduced a new format that gives more details than the online version as well as some contextual explanations to help understand a news item. The language is more colloquial, and there are “sounds” in the background (relating to the topic), used to paint a sonic picture linked to the one created by images. This is only an example but it could still inspire ERS�. Radio 100.7 could customize some news content according to its targeted audience (for instance news targeting young people immediately before or after the programme Generator).

ERSL would gain in creativity by developing more cooperation between its departments and producers. Trans-platform and trans-genre projects could be used to enable news, music and other content producers to work together, for example in celebration of an important national event.

TECHNICAL INNOVATION

CURRENT SITUATION

ERSL uses modern technology and equipment, which is an asset, as it can develop new formats and platforms.

In 2016/17, ERS� gave its journalists an application that simplifies and improves mobile reporting from the field.

The technology department is currently working on a content application for mobile phones.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

- Any technological development only makes sense if it fits with ERS�'s overall vision, mission and strategy, if it reinforces the brand and if it contributes to serving target audiences better. In other words, developing a platform or an application because competitors have one is a worthless endeavour. A platform/application needs to target a specific audience and deliver a certain type of content in accordance with targeted audiences.
- ERS� needs to make sure that it not only has the technology but also the internal IT skills to develop what it decides to implement. This will impact both hiring policy and training strategy.
- Visual radio would be a plus in terms of audience reach and would be quite easy to implement thanks to the already high quality of the existing studios. ERS� would only need to invest in streaming enabled cameras. Visual radio would also allow ERS� to innovate in terms of formats and produce dedicated multimedia content.

EXPLORING NEW PERSPECTIVES AND TERRITORIES

CURRENT SITUATION

ERSL is trying to broaden partnerships with concert organizers to expand its musical programming.

BEST PRACTICE(S)

/

SUGGESTION(S)

ERSL could explore new partnerships in order to diversify its content offer (not only with regard to music) and increase audience reach. This could include partnerships with independent young producers from Luxembourg and its region (not only in Luxembourgish but also in other languages spoken in the area), with commercial media companies (when it makes sense, e.g. for covering special events) or with universities. In the later case, ERS� could take matters a step further and ask its partner universities to put forward innovative pilot programmes. This could even be conducted as a competition, with the best ones or even the winning programme actually produced and broadcast under ERS� editorial supervision.

ERSL could also try extending its sponsor base to fund the development of new content through sponsorship.

PART 2

EXECUTIVE SUMMARY

ERSL's management is aware of the challenges faced by the organization and has a relatively accurate view of its strengths and weaknesses.

The quality of journalism and the dedication of staff is a particular asset. The team assigns priority to content (as opposed to internal organization or image) and holds its public service mission in high esteem. ERS� also has modern, high-tech and reliable equipment and studios.

VISION AND STRATEGY

Even though ERS�'s top management has developed a vision for the organization that is more than simply fulfilling ERS�'s public service mission, we are under the impression that its development strategy is more reactive than pro-active – the website itself seems more like a need-to-do exercise than the result of an integrated multiplatform vision.

ERSL should take advantage of everything it has achieved over the past five years to review, redefine (where necessary) and share its vision – within the organization and outside as well. This seems to be the right moment as ERS� will soon be defining its strategy and objectives for the next five years. In this respect, we would suggest that ERS� stresses in its vision the fact that it represents the identity of Luxembourg in all its cultural diversity. We also strongly suggest that ERS� should include a multimedia and integrated perspective, whereby two (or more) platforms are part of the same brand (in the sense of a recognizable signature), have common content as well as identity and content of their own.

Strategy comes after vision and sets out how to attain the vision, taking into account every angle: objectives, milestones and budget. After defining strategy, ERS� can adapt its content offer accordingly and then define which skills its staff members need to develop.

CONTENT

REACH AND AUDIENCE STRUCTURE

ERSL operates two platforms, Radio 100.7 and its mirror-website www.100komma7.lu. Their content offer focuses on news, music and culture, and places a special emphasis on events taking place in Luxembourg.

Radio 100.7 reaches 7.8% of the Luxembourg citizens, but only 5.4% of the total population, if we include residents. This is rather low compared to other European PSM – except that ERS� only has one radio station, which reduces its visibility and

weakens its position in terms of branding (and combined penetration rate). ERS� needs a strategy to increase its audience. The first step is to get to know existing and potential audiences better so that it can adapt the content offer and programming accordingly. So far, ERS� does not have an “audience culture”, nor a structured process in place to gather or analyse data on audiences and their profiles. As a result, the content offer targets broad categories instead of specific audiences. The risk is that by trying to be everything to everyone, ERS� ends up with nobody.

The fact that ERS� broadcasts and publishes content exclusively in Luxembourgish (except for one hour a day in English on weekdays) is a real hurdle in a country where 50% of the population is foreign and may not speak Luxembourgish. We cannot emphasize strongly enough that ERS� should explore bilingual/multilingual radio programming and develop some of its content offer in English – at least on its online platform.

Visibility matters, too. To increase its audience reach, ERS� needs the Luxembourg people to know that its offer exists. Communication (beyond self-advertisement that only addresses the existing audience) is key in this respect. Communication should be aligned with the vision and advertise the brand as opposed to individual content, at least until the brand becomes more of a household name.

CONTENT OFFER AND PROGRAMMING

News, current affairs and music are central to the ERS�’s offer as measured by the resources dedicated and on-air time. ERS� also broadcasts other types of content, mainly focusing on culture and arts. The overall impression is that ERS�’s offer lacks consistency: the programming is both too broad and too specific at the same time. There is also a discrepancy in quality and “identity” between various items of content which makes it more difficult to establish a consistent ERS� brand. A significant portion of ERS�’s programmes is externally produced, which is one reason for the discrepancy but by no means not the only one. The question of consistency is more than simply one of production method. It also encompasses vision and strategy concerning content and programming and the directives on content that ERS� management gives to its producers.

ERS� needs to rethink its content offer and programming based on its vision and mission, and on the needs and expectations of its (existing and potential) audiences so that it can offer targeted content to targeted audience. This will, in turn, increase its reach. ERS� must adapt its offer not only to its different audiences but also to the way each of them consumes media content. While older audiences are still traditional radio listeners, younger audiences tend to use “on demand” services – they are not used to or do not have the time to listen to scheduled on-air programmes. What they want is to consume media content fast, when they can or want to, on devices other than traditional ones. In this respect the development of online platforms and services is fundamental for ERS� to ensure its sustainability. The development of online platform(s) requires a vision and a strategy. It cannot be a catalogue of radio-programmes that is made available online. ERS� needs to integrate all its platforms, develop cross-media content and train all staff in multimedia skills.

ERSL should use the possibilities offered by its two platforms to become more focused. Radio 100.7 could concentrate on what it is good at, whereas the online platform could have a broader offer – as long as both platforms have their own identity and are consistent within their own offering and with ERSŁ's overall vision.

NEWS AND EDITORIAL RESPONSIBILITY

ERSL news offer is considered reliable and politically balanced. The News team is highly professional and follows strict and clearly defined editorial rules. Some of the journalists even left competitor media organizations to join ERSŁ because of the way it handles news. The Editor-in-Chief is internally responsible for all broadcast and edited news content, even though the General Manager is legally liable for this.

Nonetheless, there is room for improvement in order to increase the impact of ERSŁ news offer:

- The News team mainly provides radio-format content and raw material that the online team then adapts for the website. The News team does not feed the website with dedicated news content on a regular basis. However, a significant part of the audience obtains news first from online platforms (including smartphones) and wants to be informed of events as soon as they happen. Therefore, ERSŁ should change its news approach to "digital first". This implies changing workflows and structuring the Newsroom differently. The News team should be fully integrated and work for both platforms at the same time. Consideration should be given to reorganizing the team into a small number of larger groups, each under the supervision of a managing editor and in charge of some of the bulletins, other news formats (for radio and online) and one or two investigative stories a year.
- News programmes are mainly in Luxembourgish but focus on national and international news. This is a double gap that ERSŁ should work on: on the one hand, news should be rooted locally (by mentioning names of village, interviewing local people and fostering interaction with listeners) and deliver practical local information; on the other, part of the news offer should be in English to capture the international audience living in Luxembourg (50% of the population).

ORGANIZATION

GOVERNANCE AND FUNDING

The Luxembourg government appoints the President and the eight members of ERSŁ Board of Directors. It also approves ERSŁ's annual accounts and activity reports and sets the budget on a five-year basis. This automatically makes ERSŁ politically dependent, with a risk of politization within its Board, even though the spirit of the governance rules is to represent the interests of the community in its broader sense.

The current situation does not seem to affect ERSŁ's editorial independence negatively. As we mentioned above, ERSŁ has been praised for the quality of its news and investigative journalism as well as for its balanced reporting before and during elections.

ERSŁ's financial management is sound and transparent. The fact that the government allocates a five-year budget allows ERSŁ management to plan and invest in the necessary technology.

Nonetheless, ERSŁ would gain in independence – at least from a financial point of view – if it could increase the share of own revenue in its budget. This would not be easy to achieve as the law prohibits ERSŁ from advertising on-air. However, ERSŁ could develop online advertising – which implies becoming “online first” and turning the website into a genuine online platform with an identity and audience of its own. ERSŁ should also expand sponsorship arrangements (less than 2% of its income in 2017) in relation to existing programmes and seek sponsors for funding and developing new programmes.

INTERNAL STRUCTURE

ERSŁ is a small structure, centring on the production of radio programmes. Technology and equipment meet these requirements but could do more if needed. The studios are ultra-modern. From a technical point of view, ERSŁ has the resources to develop more platforms and multimedia content. However, this might require additional internal skills (through training or recruitment). Additionally, ERSŁ is no longer simply a radio station but a two-platform media organization. The internal structure should reflect this and be organized around the production of content for both platforms.

Administrative tasks are entrusted to a few managers, with the General Manager having the final say. ERSŁ does not have any HR-dedicated staff. The General Manager is in charge of staff-related issues on top of all his other tasks. As a result, ERSŁ lacks of a proper HR strategy in terms of training and staff development (learning curve, possibility of promotion, career path). Such things are important to keep staff motivated, retain and build up internal talent, and achieve ERSŁ's vision.

CONCLUSION: ONE VISION, ONE BRAND

With 25-year celebrations around the corner, the challenge for the future is to engage with a new generation under the guidance of a strategic plan. This will require a media organization that has a strong vision for its future, which has clearly defined its identity, which knows its audience and which has an evolving schedule that at all times is relevant to listeners. This public service radio station, developed over a quarter of a century, must enhance its offering by embracing multiple platforms and adding new languages and new visual experiences – all within the same vision and brand. Thought must also be given to introducing a new programming structure where staff and content are led by a producer-grade person working in a fully integrated multimedia environment in which all staff members have a career path.



PEERS' BIOGRAPHY



Corinne Destoop

Senior Manager, Financial Planning & Analysis, EBU, Switzerland

After graduating from a French Business School in 1992, Corinne started her professional life holding different Finance and Administrative roles in a French sugar-trading company in Moscow (Russia). In 1999 she moved to Switzerland where she worked for Nestlé Nespresso near Lausanne (Switzerland) as Corporate Management Accountant until 2006. She joined the EBU in Geneva (Switzerland) in October 2006, first as Manager of Financial Services, then as Head of Finance, until she was promoted Senior Manager of Financial Planning and Analysis in 2014. She is now managing a team of 5 financial analysts, and is in charge of management accounting and reporting, of budgeting and planning, and of providing support and advice to all EBU departments in terms of business planning and strategy.



Tom McGuire

Head of Radio 1, RTÉ, Ireland

Tom McGuire began career as a journalist in 1990 with a small independent regional station, where he was employed as a current affairs presenter and as Head of News. In 1993 he joined RTÉ Regional studios as a radio presenter/producer and reporter on the 'Nationwide' television programme. In 1999 he was appointed Current Affairs Editor of RTÉ Radio 1. He served as Regional Editor (2003 -2008). In 2013 he was appointed Head of RTÉ Radio 1.

RTÉ Radio 1 is the main radio channel of Irish public service broadcaster RTÉ and is the direct descendant of Dublin radio station 2RN, which began broadcasting on a regular basis on 1 January 1926. The station is a rare modern example of a mixed radio channel, offering a wide spectrum of programming which is a mainly speech-based mix of News & Current Affairs, Sport, Arts & Culture and Documentaries alongside Music and Entertainment. In 2017 RTÉ Radio 1 was honoured as 'National Radio Station of the Year' and also selected as 'Broadcaster of the Year' at the New York Festivals. Latest listenership figures give the station a national audience share of 22.6% with a national reach of 24%.



Ulla Svensson

Head of Format Development, SR, Sweden

2013- Head of format development at the Swedish Radio
 2016- 2017 Part of the strategic C2S-team at the Swedish Radio
 2009-2012 Head of Strategic recruitment and talent management
 2007-2008 Commissioner of P3, the young channel
 2005-2006 Founder of "Din Gata" - a new young local Channel in Malmö
 2002-2004 Head of news and current affairs, P3 Stockholm
 2000 Awarded "Stora Radiopriset", for being an excellent coach and leader
 1999 - teacher in managing creative groups at the radio bachelor of arts at "Stockholms konstnärliga högskola"



Nathalie Labourdette, Head of EBU Academy, Switzerland

Nathalie joined the EBU to create a professional-to-professional model and international training programmes for Broadcast professionals. EBU Academy, sets the standards for excellence and is a recognized leader in media training business.

Previously, she spent some years in Brussels at the European Commission where she was administrator in the Audiovisual Policy unit. Before, she had been for 10 years a very active producer of documentaries and works of fiction, moved on to film distribution and also produced programmes for Radio Sweden.

Nathalie is secretary to WEM, the EBU Women Executives in the Media (WEM) network.

PEER VISIT OF ERSL

THE PEER REVIEW MEETING OF PSM VALUES
24-25 JANUARY 2018, LUXEMBOURG

REVIEWERS

Corinne Destoop, Senior Manager, Financial Planning & Analysis, EBU, Switzerland
Tom McGuire, Head of Radio 1, RTÉ, Ireland
Ulla Svensson, Head of Format Development, SR, Sweden

EBU SECRETARY

Nathalie Labourdette, Head of EBU Academy, Switzerland

PARTICIPANTS TO THE PEER-TO-PEER REVIEW

Jean-Paul Hoffmann, General Manager

News

Pierre Reyland
Fanny Kinsch
Simon Larosche
Christina Heidt (producer)
Jean-Claude Franck (editor-in-chief)
Yves Stephany (online manager)
Chris Zeien
Claude Biver
Maurice Molitor
Serge Kessler

Music and culture departments

Jean-Claude Franck
Yves Stephany
Guy Engels (classical music)
Fred Medernach (non-classical music)

Technology and platforms

Pascal Tesch, CIO
Dirk Schleder, deputy

Finances

Anne Schroeder
Staff delegation
Carole Schimmer

Coordination committee

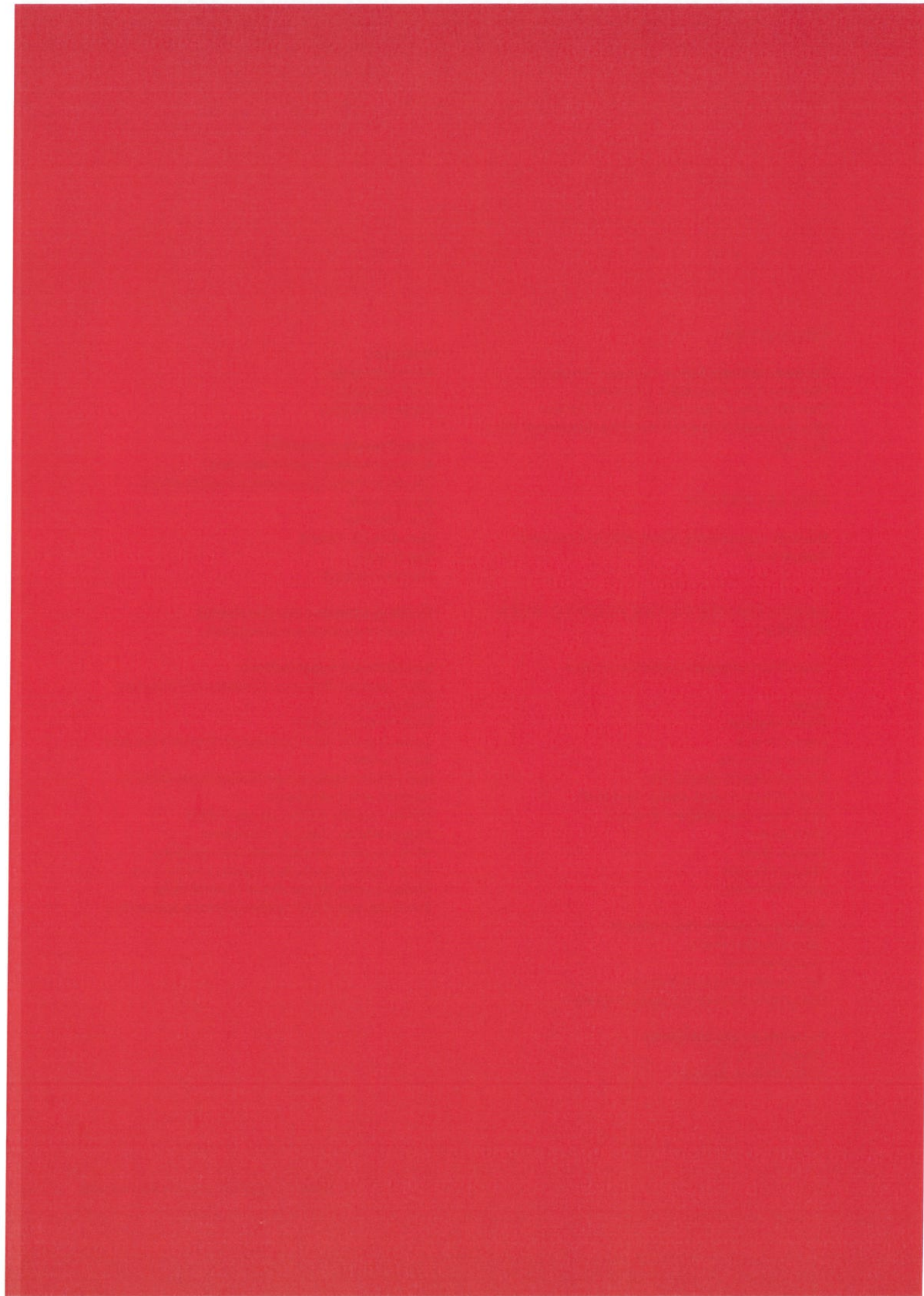
Anne Schroeder (public relations)
Claude Mangen (programme coordination)
Pascal Tesch
Dirk Schleder
Jean-Claude Franck
Guy Engels
Fred Medernach

Board of Directors (by telephone)

François Mousel (board member)

Sociocultural organizations:

Jean-Jacques Rommes, Luxembourg Business Federation
Paul Herber, UNICEF
Laura Zuccoli, ASTI (Immigrant Workers Support Association)
Roby Steinmetzer, Luxembourg Federation of Authors and Composers
Olivier Landini, OGB-L (trade union)
Peggy Wurth, Theatre Federation
Marc Hostert, Artistic Circle Luxembourg
Theo Peporté, Catholic Church Luxembourg
Stefan Braum, University of Luxembourg
Steve Heiliger, CGFP (public sector trade union)





EUROPEAN BROADCASTING UNION

L'Ancienne-Route 17A
PO Box 45
1218 Le Grand-Saconnex
Geneva, Switzerland

Tel. +41(0)22 717 21 11
www.ebu.ch



OPERATING EUROVISION AND EURORADIO

EBU Contribution to Parliamentary debate on ERS� legal and governance framework

CONTEXT AND SUMMARY

In early 2018, the European Broadcasting Union (EBU) carried out a Peer-to-Peer review of the Etablissement de Radiodiffusion Socioculturelle du Grand-Duché de Luxembourg (ERSL) in the light of the Public Service Values as defined by the EBU General Assembly 2012 in Strasbourg. The findings have been put together in a Report finalized in April 2018, based on the self-assessment performed by ERS� combined with an on-site review carried out in Luxembourg by an international peer group on 24-25 January 2018.

One of the findings of the Report is that “the current system of governance underlies a risk of politicization, which could be a threat to ERS�’s independence”. It notes that “ERS� fully depends on the Luxembourg government for its budget, the approval of its non-editorial decisions and the appointment of its Board members”. It criticizes in particular “the fact that the government appoints all of the members of the Board of Directors” and suggests working with the Board and the Parliamentary Committee for media and broadcasting “in order to explore and, where applicable, propose alternative options”. At the same time, the Report notes that “the current situation does not seem to affect ERS�’s editorial independence negatively”. Even if risks for independence resulting from weaknesses of the current governance system have so far not materialized, it seems important to reduce these risks.

In preparation of Parliamentary discussions due to start in autumn 2019, the EBU Permanent Services have reviewed the current governance and funding framework of ERS� and compared it to European standards and best practice in the field, in particular as regards legal safeguards to ensure independence of public service media (PSM).

According to European standards and best practice, as laid down in recommendations by the Committee of Ministers and by the Parliamentary Assembly of the Council of Europe, the governance system of PSM should ensure editorial independence and institutional autonomy from political powers, and in particular from the government.¹ The European Court of Human Rights also held that States have a positive obligation to ensure pluralism and that “domestic law and practice must guarantee that the [PSM] system provides a pluralistic service”. The Court found a violation of Art. 10 ECHR by Moldova as “domestic law did not provide any guarantee of political balance in the composition of TRM’s senior management and supervisory body, for example by the inclusion of

¹ See in particular *Recommendation CM/Rec (1996)10 on the guarantee of the independence of public service broadcasting*; *Recommendation CM/Rec (2012)1 on public service media governance*; *Recommendation CM/Rec (2018)1 on media pluralism*; *Parliamentary Assembly Resolution 2179(2017) on political influence over independent media and journalists*; *Parliamentary Assembly Resolution 2212(2018) on the protection of editorial integrity*.

members appointed by the political opposition, nor any safeguards against the interference from the ruling political party in these bodies' decision-making and functioning".²

This independence must also be protected when it comes to decisions on the remit and funding of PSM. "States should ensure stable, sustainable, transparent and adequate funding on a multiyear basis to guarantee PSM independence from governmental, political and market pressures and enable them to provide a broad range of pluralistic information and diverse content".³

In **summary**, the current legal and governance framework of ERS� shows a number of weaknesses in the light of these standards:

- The legislative framework has **not been modernized since 1991**, i.e. when a single provision on ERS� was introduced in the electronic media law and the government adopted a regulation on the structure and functioning of ERS� (even though successive Conventions concluded between the government and ERS� have brought some changes).
- This framework **falls behind European standards on the independence, governance, remit and funding of PSM** which have been elaborated since the 1990s by the Council of Europe, in particular in recommendations by the Committee of Ministers and decisions by the European Court of Human Rights;
- In particular, the framework **lacks effective safeguards for the editorial independence and institutional autonomy of ERS�**, in particular as regards protection against undue interference by the Government;
- **It leaves the main parameters of the governance system, of the public service remit, and of the funding of ERS� up to the government to decide**⁴ - a unique case in Europe, as these parameters are normally laid down in the Law on PSM adopted by Parliament;
- A comparison with other EU countries shows a **severe underfunding of ERS�, which risks compromising its role for society**, i.e. to meet the "democratic, social and cultural needs of each society and (...) the need to preserve media pluralism" (in the terms of the Amsterdam Protocol Nr 29 attached to the EU Treaty).

We would therefore recommend

- **regarding FUNDING: to review the level of funding of ERS�**
- **regarding ORGANIZATION AND GOVERNANCE: to design a new governance system with effective safeguards for independence and pluralism**
- **regarding the LEGAL FRAMEWORK: to lay down, the essential elements of ERS�'s governance, remit and funding in a separate Law on ERS�.**

The reasoning behind these recommendations is outlined below.

² ECtHR, *Case of Manole and others v. Moldova*, judgment of 17.09.2009, par. 101, 107. The case was about TRM, the public service broadcaster in Moldova.

³ *Recommendation CM/Rec (2018)1 on media pluralism*, Guideline 2.10

⁴ Even if the final amount of public funding is laid down in the annual State budget law, it is the government that negotiates the multiannual funding framework with ERS�.

1. FUNDING OF ERSL

ERSL's funding in perspective

ERSL's operating revenue was EUR 6.24 million in 2018, which was one of the smallest PSM funding across the EBU area.

Due to huge differences in market sizes, a benchmark of PSM funding cannot be based on absolute funding values, unless restricted to countries of similar sizes. In the case of ERSL, this would mean benchmarking against public service media in small European countries such as Cyprus (0.86 million inhabitants), Iceland (0.35 million), Malta (0.47 million) and Montenegro (0.62). However, PSM organizations in these four small European countries are radio-and-TV organizations, and do not provide with any breakdown of their funding or expenditures by media. Without the possibility to isolate the radio-related funding for these organizations, there is little sense in benchmarking ERSL with them.

ERSL funding was therefore rather benchmarked against other European radio-only broadcasters: CRo (Czech Republic), Radio France (France), Deutschlandradio (Germany), PR (Poland) and SR (Sweden). Thanks to the availability of funding breakdown by media for ARD (Germany), the regional radio offer of ARD was included in the analysis, which allowed to better capture the relative funding situation for radio PSM in Germany.

The five countries chosen for the benchmark are clearly bigger than Luxembourg, thus the data are all weighted by several economic and demographic indicators to make it comparable.

Table 1 displays radio PSM funding as a percentage of GDP. Naturally, the Luxembourgish GDP is higher than the rest of Europe in relative terms. However, the ratio is not based on GDP per capita, which would indeed reflect the relative economic wealth of a country, but on the absolute GDP. The ratio therefore aims at neutralizing, at least partly, the wealth differences from one market to another and at comparing the funding received by PSM independently of the size of their economy.

Table 2 displays radio PSM funding per capita. This ratio is another benchmarking tool to enable the comparisons between markets of different sizes. The funding data were converted into purchasing power standards in order to not only take into account the size of the country but also the differences in price levels and purchasing power between countries.

Data displayed in tables 1 and 2 thus allow for a relevant comparison between the Luxembourgish PSM and several significant European radio broadcasters. Both tables illustrate the fact that ERSL is underfunded compared with its European counterparts.

Table 1. Radio PSM funding as a % of GDP in selected markets (2018)

Market	Organization	% of GDP
Sweden	SR	0.061

Czech Republic	ČRo	0.043
Germany	ARD regional radio + Dradio	0.037
France	Radio France	0.031
Poland	PR	0.016
Luxembourg	ERSL	0.011

Source: EBU MIS based on Members' data

Table 2. Radio PSM funding per capita in selected markets (Purchasing Power Standard, 2018)

Radio PSM funding per capita in selected markets (PPS, 2018)

Market	Organization	Funding (in PPS) per capita
Sweden	SR	32.39
Germany	ARD regional radio + Dradio	19.31
Czech Republic	ČRo	16.01
France	Radio France	14.03
Luxembourg	ERSL	11.44

Source: EBU MIS based on Members' data

ERSL's funding mix

ERSL's funding was 97.6% derived from the State budget. This makes Luxembourg the third EBU countries in terms of reliance on the State budget.

How to ensure independence in the process

The current direct financing of ERSI from the State budget is problematic, in terms of independence, in particular as it puts the government in a decisive role. One of the most advanced systems in Europe can be found in Finland, where parts of the tax receipts are earmarked for a special Audiovisual Fund and thus remain outside the yearly State budget.

2. ORGANIZATION AND GOVERNANCE OF ERSI

The legal and governance framework is essentially laid down by a government Regulation ("règlement grand-ducal"). The Law on Electronic Media contains a single article on public service radio and delegates to the government the powers to lay down, in a regulation, the framework for the structure and functioning of ERSI.

The current government Regulation does not include the necessary safeguards to ensure editorial independence and institutional autonomy from the government; instead it opens many ways for the government to exert direct or indirect control or influence over ERSI's activities:

- It leaves the appointment of all nine members including the chair of the Administrative Council to the discretion of the government (with the only requirement that four of the members should be representing social and cultural life) – Art. 3(2) du règlement grand-ducal;
- It gives the government the power to recall such members, without safeguards to prevent politically motivated dismissals – Art. 3(2);
- It subjects all engagements or dismissals of ERSI staff (i.e. not only staff in leading positions) to the approval of the Council – Art. 3(6);
- It subjects a number of important decisions by the Council, in particular on financial and personnel matters, to the approval of two Ministers – Art. 3(7);
- It subjects the internal rules of the Council to approval by the government – Art. 3(10);
- It allows the government to appoint a commissioner ("commissaire") to supervise ERSI, with the right to take part in Council meetings in a consultative role (except for programme matters) and with the power to suspend Council decisions in financial and administrative matters if he/she considers them contrary to laws, regulations or the remit ("cahier de charge") – Art. 4;
- It entrusts the Minister in charge of the media with the supervision of ERSI's programme content, with participation of the independent regulatory authority for the audiovisual sector (ALIA "Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel") – Art. 6.

When reviewing this governance framework, we would recommend paying particular attention to the following:

- ERSI should be distanced from the government by entrusting all supervisory tasks to **one or several independent supervisory bodies** (e.g. Administrative Council, Board of Directors, etc.), which should act as a "buffer" between PSM and the political powers.
- The **pluralistic composition** of the main supervisory body (hereinafter called "Council") should be guaranteed by the Law on PSM, thus reflecting the diversity of society and of political views; this requires **transparent appointment procedures** with appropriate **checks and balances**. Pluralism, independence and de-politicization might be favored by giving civil society and independent institutions a say in the nomination of candidates, by requiring objective qualifications from candidates (e.g. 10-years professional experience) and/or by making appointments by Parliament subject to an agreement between majority parties and the opposition.
- Members of the "Council" should have a **protected independent status** and should be exposed to dismissal only in exceptional and objectively justified cases defined in law.
- Managerial and supervisory tasks should be clearly defined and separated. The "Council" should **not interfere with the day-to-day management** of ERSI and should not be involved in the engagement or dismissal of staff (except in limited cases for certain senior managers, see point 10 below); moreover, it should be clarified that the "Council" does not exercise any *ex ante* editorial control before broadcast/publication, i.e. does **not interfere with the daily work of journalists**.
- To ensure **high ethical standards** in the journalistic work, including as regards independence and impartiality, further measures should be considered, in particular **editorial guidelines** to

be published on the website; an internal body involving programme-makers, with its role defined in editorial statutes, and/or an independent ombudsman, can help to uphold those standards.

- The **Director** should be selected and appointed by the “Council” with qualified majority (e.g. 2/3 of members), with the qualified majority requirement laid down in the Law on PSM (and not only in the Council’s internal rules). Candidates proposed by the Director for key positions such as Head of Radio or Editor-in-Chief may also be subject to approval or appointment by the “Council”.

3. SPECIAL LAW ON ERSŁ

As already indicated, the current Law leaves it essentially to the government to determine the governance system of ERSŁ. The Law also says little about the definition of the public service remit and the funding of ERSŁ, leaving it to the government to conclude a pluriannual agreement with ERSŁ. The government can thus at any time change the governance system and the rules of the game; it also has determining influence on the definition of the remit and the level of funding, since the law gives it a free hand in negotiating an agreement with ERSŁ, which is highly dependent on the government and in a weak negotiating position.

Instead, the essential parameters of the governance, remit and funding should be laid down in a specific Law by Parliament and thus be determined in a transparent process following broad consultations and a public debate.

When preparing such a Law on ERSŁ, we would recommend paying particular attention to the following:

- The Law should define the **organizational and governance framework** for ERSŁ, including the appointment procedures for the supervisory and management bodies of ERSŁ and effective safeguards for ERSŁ’s editorial independence and institutional autonomy
- This law should also define (in broad terms) ERSŁ’s **public service remit**⁵ and lay down a framework for its **appropriate and stable funding**, including safeguards to prevent decisions on funding from being used to exert political pressure.⁶ Within such a legal framework, which would need to be compliant with the EU State aid rules, there could still be room for an agreement (between ERSŁ and the government) fixing concrete objectives for the fulfilment of the public service remit over a period of time combined with a certain amount of guaranteed public funding for the same period (e.g. 5 years).
- When defining the **public service remit**, Parliament needs to decide whether ERSŁ should

⁵ See in particular *Recommendation CM/Rec (2007)3 on the remit of public service media in the information society*; *Parliamentary Assembly Resolution 2255(2019) on public service media in the context of disinformation and propaganda*; EBU, [PSM Remit Principles for the Digital Media Age](#), 2017

⁶ See in particular *Recommendation CM/Rec (2018)1 on media pluralism* (Footnote 3); *Parliamentary Assembly Recommendation 1878(2009) on the funding of public service broadcasting*; *Parliamentary Assembly Resolution 2179(2017) on political influence over independent media and journalists* (Footnote 1), para. 7.8, recommending PSM funding systems to provide for an independent body to determine and regularly review the level of funding, with limited room for parliaments and governments to adjust the proposals by this independent body; EBU, [Public Funding Principles for PSM](#), 2017

- provide a full-programme service, i.e. meet the **social, cultural and democratic needs of the entire population** (in line with the Amsterdam Protocol) and support a pluralistic public debate, promote a broader democratic participation of individuals and act as **a factor of social cohesion and integration of all people, groups and communities** (in line with Council of Europe standards),
 - or merely (as it seems to be currently the case) a **socio-cultural “niche” service** promoting the Luxembourgish language and domestic cultural creation, which would be a very reductionist approach to PSM that is unique in Europe.
 - Parliament will also have to decide in a future-proof way on ERSI’s **online role and presence**. To remain relevant in the digital world, and for all generations, it will no longer be enough to podcast radio programmes, but to be present on all relevant online platforms with dedicated content offers. The financial needs and technical means will obviously depend on these choices.
-



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 continuels. 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-considération, 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 continuels 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

**AVIS N° 02/2020
du 10 février 2020**

**du Conseil d'administration
de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel
relatif au sujet de la mission de service public dans les médias audiovisuels**

Par courrier du 18 décembre 2019, le Premier ministre, ministre des Communications et des Médias a demandé à l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel de lui transmettre son avis dans le cadre de la réflexion sur les missions, le cadre légal et la gouvernance de l'établissement public de radiodiffusion socioculturelle en particulier et au sujet de la mission de service public dans les médias audiovisuels en général, et ce en vue de l'organisation d'un débat de consultation à la Chambre des Députés.

Introduction

Le Conseil d'administration de l'Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel voudrait en guise d'introduction rappeler que « *la radiodiffusion de service public (...) est directement liée aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias* » (préambule du protocole n° 29 sur le système de radiodiffusion publique dans les Etats membres, annexé au traité sur l'Union européenne et au traité sur le fonctionnement de l'Union européenne). Par ailleurs, dans un monde caractérisé par l'augmentation inquiétante de la diffusion de fausses informations et des pressions de toutes sortes exercées sur les médias, le service public dans les médias constitue un gage de confiance.

1/Objectif général du service public dans les médias audiovisuels

- Quel service public pour le Grand-Duché de Luxembourg ?

Il est évident que le débat prévu à la Chambre des Députés ne saurait faire abstraction de la situation existante. Ainsi, dans le domaine radiophonique, il s'agit d'intégrer dans les réflexions à mener l'existence de la *radio 100,7*, et dans le contexte télévisuel les missions de service public qui ont été confiées à *RTL Télé Lëtzebuerg*. Mais, selon l'Autorité, le présent débat de consultation est surtout l'occasion de dépasser les contingences de terrain qui ont émaillé la discussion publique et médiatique ces derniers mois et d'élargir la discussion au rôle que pourraient jouer d'autres acteurs du paysage audiovisuel.

Pour l'Autorité, il paraît clair qu'une réorganisation du service public doit se faire dans la complémentarité de ce qui existe déjà comme offre dans le domaine des médias électroniques. Il va de soi qu'un programme de service public, afin de répondre aux exigences qui sont généralement adressées à un tel service, doit comporter des volets d'information, d'éducation et de divertissement (« inform, educate, entertain »), mais qu'il doit en même temps assurer son attractivité en proposant une grille de programme généraliste comportant une plus-value en termes de diversité et de profondeur dans la vocation éducative, culturelle, de divertissement et de thématiques abordées, sans pour autant être élitiste ou élitaire, ceci dans le but de toucher un auditoire le plus large possible, incluant toutes les tranches d'âge et toutes les catégories socio-professionnelles de la population, et reflétant la diversité des idées et des communautés linguistiques représentées au Luxembourg.

Dans ce contexte, l'Autorité s'est interrogée sur l'opportunité de conférer, dans le domaine radiophonique, également des missions de service public, en l'occurrence un pourcentage à définir de thématiques, à d'autres radios existantes (*Radio Ara*, *Radio Latina*, *L'Essentiel Radio*), qui, d'ores et déjà s'adressent aux diverses communautés culturelles et/ou linguistiques et/ou socio-professionnelles. Ainsi, l'ALIA plaide pour une intégration voire une extension de l'offre existante dans un projet global de service public. L'objectif ne serait pas nécessairement de transformer ces radios en radios de service public, mais de leur confier des missions limitées de service public, à définir dans le cahier des charges ou un document contractuel, pour lesquelles elles seraient contraintes de respecter les exigences qui s'adressent à un média de service public en contrepartie d'un soutien (essentiellement financier) de la part de l'Etat pour assurer le financement de ces volets. A terme, on pourrait imaginer que ces entités forment une sorte de réseau de service public, au sein duquel elles pourraient échanger leurs expériences, leurs bonnes pratiques et leurs recherches sur un sujet en vue d'être exploitées dans le cadre de l'exécution de la mission de service public.

Il va de soi que ce dernier doit, de toute évidence, inclure la télévision. Pour l'instant, une offre de service public de télévision existe sous la forme de missions de service public attribuées à un opérateur commercial. Cet agencement peut se targuer à l'heure actuelle de prendre appui sur l'expérience et les moyens d'un opérateur confirmé, mais il peut susciter des interrogations sous l'angle du concept même de service public (qui, aux yeux de l'Autorité, doit faire l'objet du débat parlementaire à venir), dès lors qu'un service public de média audiovisuel doit être soumis un degré soutenu de transparence et de contrôle du public. Si cette situation devait ne pas être maintenue (soit que l'opérateur en question abandonne son offre télévisuelle destinée au marché luxembourgeois, soit que le pouvoir politique décide de ne plus inclure de telles obligations dans le cahier des charges de l'opérateur en question), le Conseil estime qu'une offre de service public en matière de télévision reste indispensable aux besoins de la population vivant sur le territoire du Grand-Duché. L'Autorité est consciente du fait que la création d'une télévision de service public implique

des réflexions approfondies sur d'autres aspects non négligeables, notamment sur le coût qui est autrement plus élevé que pour un service radiophonique.

Dans ce même ordre d'idées, il paraît évident à l'Autorité que le débat doit impérativement inclure Internet afin de s'assurer que les règles applicables aux émissions de services publics sur les antennes s'appliquent aussi aux contenus correspondants à ces contenus de service public se retrouvant sur les sites Internet.

- Quelles valeurs pour le service public au Grand-Duché de Luxembourg ?

D'autres pays ont été précurseurs en la matière. Il va de soi que l'Autorité s'est largement inspirée des textes déjà présents qui ont fait leur preuve, pour ne citer que ceux gouvernant le régime de la BBC au Royaume-Uni ou encore les dispositions en vigueur en Allemagne. Bien que la majeure partie de ces valeurs devraient en principe s'appliquer à tous les médias, il paraît évident que ceux de service public doivent y prêter une attention accrue et particulière :

- L'indépendance éditoriale d'un service public est le pilier du bon fonctionnement d'une rédaction. Le métier de journaliste au sein d'un média de service public implique une indépendance à toute épreuve du journaliste face à une éventuelle prise d'influence de quelque nature qu'elle soit. Dans le traitement d'un sujet, il ne s'expose pas à un conflit d'intérêt, du moins révèle l'existence d'un conflit avéré.
- Le pluralisme de l'information doit être assuré.
- Les journalistes sont tenus de fournir des informations impartiales, équilibrées, approfondies et de haute qualité. Ceci implique de toute évidence le respect strict, intégral et inconditionnel des principes essentiels de la profession de journaliste, dont la loi modifiée du 8 juin 2004 sur la liberté d'expression dans les médias et le Code de déontologie des journalistes (publiés au Mémorial A, 30 avril 2010, n° 69)
- Le principe de la séparation entre la fourniture (exhaustive et objective) d'informations brutes d'un côté et les commentaires de l'autre doit être respecté avec la plus grande rigueur possible afin d'assurer la plus grande neutralité possible dans le traitement des informations.

Les exigences ainsi mises en exergue touchent de toute évidence en premier lieu le volet journalistique, informatif, du service. Il n'en est pas moins évident que les volets de divertissement et surtout éducatifs sont aussi soumis à des contraintes particulières en termes de diversité et de qualité sans pour autant, tel que relevé déjà ci-dessus, verser dans l'élitisme, au risque de ne pas attirer et fidéliser des auditeurs et spectateurs en nombre suffisant.

2/Financement du service public dans les médias audiovisuels

A l'heure actuelle, une convention pluriannuelle (de 5 ans) entre l'État et la *radio 100,7* assure le financement de cette dernière. Une convention entre l'Etat et la CLT-Ufa régit également le financement des missions de service public en matière de télévision.

Si le régime de la dotation étatique comportant une prévisibilité sur plusieurs années dans le futur paraît la solution la plus adéquate pour assurer une gestion sur le long terme d'un service public, l'Autorité a analysé également d'autres moyens de financement, notamment la publicité et le parrainage.

Alors que le programme de la *radio 100,7* est exempt de messages publicitaires, la retransmission d'événements parrainés est autorisée.

Le programme de *RTL Télé Lëtzebuerg*, quant à lui, est soumis aux dispositions du règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de communications commerciales dans les services de médias audiovisuels qui, lui, découle des dispositions fixées dans la directive 2010/13/UE du 10 mars 2010 « Services de médias audiovisuels » et qui régit les seuls services de télévision linéaires et non-linéaires, et à l'avenir les plateformes de partage de vidéo, à l'exclusion des radios. Dans la logique de ce qui précède, le financement moyennant des recettes publicitaires est donc autorisé également pour les services de télévision de service public ou comportant de tels éléments.

L'Autorité tient à souligner dans ce contexte qu'elle considère avant tout le parrainage comme étant difficilement compatible avec les missions de service public. Si cette possibilité était maintenue, l'Autorité estime qu'elle ne devrait être autorisée que dans les seules limites des valeurs fondamentales régissant un média de service public (décrites sous le point 1), la prise d'influence d'un parrain sur le contenu d'une émission, bien qu'expressément interdite par la réglementation sur le parrainage, étant un risque réel dans les faits. Il faudrait notamment d'une part qu'il n'existe aucun lien entre le sujet et/ou l'émission parrainé et l'activité du parrain et d'autre part que les revenus générés par un parrainage soient limités à l'instar de ce qui est proposé ci-dessous pour la publicité.

Finalement, en vue d'exclure toute dépendance d'un média de service public des recettes publicitaires en général et des recettes en provenance d'un annonceur en particulier, l'Autorité estime que les recettes publicitaires d'un média de service public devront être plafonnées (soit en valeur absolue, soit en proportion à son chiffre d'affaire et/ou budget) et que les annonces en provenance d'un seul client ne pourront pas dépasser un certain seuil du total des revenus publicitaires.

3/Gouvernance du service public dans les médias audiovisuels

La gouvernance d'un média de service public se traduit par une exigence d'indépendance la plus large. Indépendance ne signifie cependant pas absence de responsabilité et de contrôle. Comme toute entité, le média de service public doit rendre des comptes (« accountability »).

Dans ce contexte, le Conseil d'administration de l'Autorité tient à préciser les points suivants :

A/ Parmi les nombreuses informations concernant la gouvernance de la *radio 100,7* publiées récemment dans les médias, l'ALIA a lu avec grand intérêt que le gouvernement envisage la création d'une structure de surveillance bipartite, à savoir un Conseil d'administration qui assurera les ressorts financiers et les ressources humaines d'une part, et de l'autre un Conseil de surveillance à vocation plutôt stratégique dont pourrait faire partie l'ALIA.

Si l'Autorité attache une grande importance à l'existence d'un service de radio public fort au Grand-Duché, l'Autorité estime qu'en tant que régulateur chargé de surveiller le contenu des programmes, donc aussi ceux des opérateurs de service public, elle ne saurait en même temps faire partie intégrante d'une structure à la tête d'une radio chargée d'élaborer justement ce contenu.

B/ La responsabilité au sens de rendre des comptes (« accountability ») doit s'exercer au profit de ceux aux services desquels le fournisseur de service de média agit, à savoir le public, la société. Il en découle que cette opération de rendre des comptes devrait s'exercer à l'égard de la Chambre des Députés.

C/ La gestion saine et efficace de l'organisme prenant en charge un média de service public requiert que cet organisme soit organisé de façon à assurer une répartition claire et précise des fonctions, rôles et responsabilités. Différentes modalités d'organisation interne sont concevables. Afin de contribuer au débat, et en prenant comme point de départ les différents domaines de compétence et les décisions afférentes qui doivent être prises au sein d'un tel organisme, l'Autorité avance comme suggestion la structuration suivante.

L'Autorité préconise, à la tête de la structure d'un média de service public, un Conseil d'administration qui contrôle les missions de service public et est responsable de la nomination du directeur général sur appel à candidature public. Les membres du Conseil d'administration, quant à eux, devraient chacun disposer de compétences avérées pour accomplir leur mission, représenter un éventail diversifié de la société et être nommés suite à un appel à candidatures public. En vue d'assurer la plus grande indépendance possible de ce



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

Conseil d'administration, le pouvoir de nomination pourrait être réparti entre différentes institutions, tel que par exemple le gouvernement, le parlement et l'ALIA.

Le directeur général, dont la fonction est à comparer avec celle de l'« Intendant » dans les services publics en Allemagne, devrait être investi de la plus large responsabilité de gestion quotidienne et donc responsable pour tout ce qui a trait aux programmes diffusés dans le cadre des missions de service public (sous tous ses aspects), des finances et de la gestion des ressources humaines. Il devrait être le supérieur hiérarchique des responsables des différents secteurs (rédacteur en chef pour le volet information, directeur des programmes pour le volet animation, directeur administratif pour le volet administration, finances, et ressources humaines) qu'il choisirait et engagerait sous sa responsabilité. Il doit être le garant incontournable et proactif de l'indépendance éditoriale.

Le directeur des programmes serait responsable pour la grille des programmes, le choix des programmes et leur agencement, le marketing d'antenne et finalement l'équilibre des programmes. Il dirigerait l'équipe à l'exception de la rédaction. La rédaction rapporterait au rédacteur en chef, responsable du choix des sujets traités quotidiennement par ses journalistes et la répartition des sujets entre les journalistes composant la rédaction, dont il contrôlerait également le respect des valeurs inhérentes au service public et à la déontologie journalistique en général. Le directeur administratif serait en charge de la gestion financière et matérielle de l'entité, comprenant le budget, les finances, l'entretien des locaux, l'acquisition de matériel, la gestion des ressources humaines.

D/ Le caractère sensible de l'activité d'un service de média requiert parfois que des arbitrages soient faits entre positions divergentes, ce qui peut mener à des tensions internes et/ou personnelles, surtout dans le cadre du travail rédactionnel et journalistique. Si de tels problèmes peuvent être réglés par voie d'autorité dans le cadre d'une structure privée qui n'a pas à se soucier du regard extérieur, il semble approprié que dans le cadre d'un opérateur de service public les différents protagonistes puissent avoir recours à un mécanisme de médiation impartial et indépendant. Le cas échéant, le Conseil d'administration de l'Autorité, dont la mission oblige à un devoir d'indépendance, marque sa disponibilité pour participer à la mise en place et à la mise en œuvre d'un tel mécanisme.



Autorité
luxembourgeoise
indépendante de
l'audiovisuel

Ainsi fait et délibéré lors de la réunion de l'Autorité du 10 février 2020, où étaient présents :

Thierry Hoscheit, président
Valérie Dupong, membre
Marc Glesener, membre
Luc Weitzel, membre
Claude Wolf, membre

Pour expédition conforme.

Thierry Hoscheit
Président

Instruction:



INTERNATIONAL

Table 1 - Independence of public service broadcasters from state

Last update: June 2017

Contact: laura.sboarina@cullen-international.com

The table below shows:

- if measures (related to the governance, the financing or the editorial obligations imposed on the PSB) are set in the different countries to guarantee the independence of the PSB from the state;
- any recent or planned reform of the PSBs governance or funding framework.

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
DE	Yes Following the landmark decision of the Federal Constitutional Court (BVerfG) from March 25, 2014 court, the fundamental freedom of broadcasting principle (laid down in art. 5.1 of the basic law) requires a continuous focus on the principle of ensuring diversity and the strict limitation of the proportion of state or government related	The supervisory bodies of PSBs shall ensure the independence of the high level management. They • elect and dismiss executive staff • supervise the general management • approve annual budgets • monitor and advise the chairman of the PSB on programming	Every two years, the broadcasting councils of the PSBs (in case of ZDF: television council) have to submit a written report to the parliaments of the Lander which covers the economic and financial situation of the broadcasting corporations. (The state governments of the Lander are in charge of the legal supervision of the PSBs.)	4 years	The amount of the monthly fee is established by the Interstate Treaty of the Lander on the Financing of PSBs (RfFinStV). The following procedure is used to determine the amount of the fee. First, the PSBs communicate their financial needs to the independent expert commission, KEF, for revision. The main criterion for KEF's assessment is the preciseness, cost effectiveness and the parsimony of the declaration. Along these lines, KEF	No	Discussion about the introduction of an index model to fund PSBs, however, no decisions yet. In October 2016 the prime ministers of the German Lander had asked PSBs ARD, ZDF and Deutschlandradio to submit joint reform suggestions to ensure a stable broadcasting

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
	members in the institutional set-up of PSBs. The share of members in the supervisory bodies of PSBs (broadcasting and administrative councils) who are part of the state authority or close to it must not exceed one third of all members (i.e. only one third max can come from the state). Furthermore, representatives of the executive may not have a controlling influence on the selection of the members who are detached from state authorities and additional safeguards ensuring independence of these members should be adopted.	- supervise the legality of programs (and digital services) - determine general PSB rules and guidelines - agree on programme and advertising guidelines Supervisory bodies are composed of independent members delegated by so-called groups of societal relevance, e.g. trade unions, industry associations, culture, sport religion, political realm (see also left column).			identifies the financial needs of the PSBs and submits a report to the federal states. Based on this report the Länder define the amount of the monthly fee. Länder have to decide by unanimous vote.		licence fee by end-September 2017. ARD favours the introduction of an index model in 2021 (which corresponds to the start of the next licence fee period). The licence fee would be indexed following the evolution of the German gross domestic product.
ES	Yes Art. 20.3 of the Spanish Constitution guarantees the independence of PSBs	<u>Board of directors</u> 9 members: 5 nominated by the Congress of Deputies and 4 by the Senate. All appointed by a 2/3 majority of each house following a public hearing in both houses.	Yes, accountable to: - the Parliament (i.e. annual report on RTVE activities, compliance with its public service obligations and specific legal framework) - the regulator (i.e. CNMC may require any	Yearly	The so-called 'Mandato Marco' (i.e. 9 years legal framework that sets RTVE public service objectives) and the related 3 years contract agreements between the government and RTVE (see table below) should define the required funding of RTVE's activity and the	RTVE cannot hire a single provider for more than 30% of its external services and foreign or mixed productions, with the exception of companies with	A proposed law amending Law 17/2006 of RTVE proposes to return to a system of 12 board members (as originally approved) and to prevent that a party with absolute

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
		• Mandate of 6 years (non-renewable). Half of the board members are renewed every 3 years. • Dismissal: Congress may decide to dismiss members of the board if it gathers approval by 2/3 of its members, including in case of incompatibility. Dismissal of the whole board may occur if: • RTVE exceeds 10% or more of the budget approved. • the approved total budget (CAPEX and OPEX) is exceeded by 10% or more. <u>President</u> Congress designates which board member is president of the board. Congress may appoint the designated board member as president by a 2/3 majority. (Source: chapter II of Law 17/2006 of RTVE, as modified by Royal Decree Law 15/2012)	reports and data necessary for the monitoring of compliance with the public service obligations of RTVE, and the suitability of the public resources allocated to it in accordance with the provisions of Title IV of Audiovisual Law 7/2010 .		allocation from the general State budget. The State Budget allocation is annual and cannot exceed the net cost of the public service provided in the corresponding budget year (difference between total costs and income from other than compensations, see Table). (Source: art. 3 & 8 of Law 8/2009 on the Financing of RTVE and art. 31-33 of Law 17/2006 of RTVE)	significant market power or holders of exclusive exploitation rights (art. 9h of Law 8/2009) • RTVE acts with absolute independence, without instructions, guidelines or any kind of imperative indication of the government or the general administration of the state, political, economic, social groups or other institutions or entities. • Likewise, RTVE guarantees the neutrality, pluralism, impartiality and rigor of its contents (art. 9 of RTVE's legal framework Mandato Marco).	majority can control the PSB. This bill will be discussed and voted on June 22, 2017 at the Parliament. • Law 8/2009 on the Financing of RTVE prohibited advertising on RTVE channels and levied a compensatory tax on telecommunications operators, private television providers and pay TV providers (Table).
FI	Yes (not in constitution, but in legislation)	The administrative organs of YLE consist of an	The Administrative council reports to the parliament	Yearly	Board of directors decides the budget .	No	Until 2013, YLE was financed by a

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
	YLE is allowed to operate without licence and broadcasting capacity is guaranteed in legislation. Source: Information society code	Administrative Council, a Board of Directors, and a Director General acting as Managing Director. The Administrative Council must have 21 members, who are all elected by Parliament in its first session of the parliamentary term. Their term of office begins as soon as the election has been completed, and continues until the election of the new members of the Administrative Council. The members of the Administrative Council must include representatives from the fields of science, art, education, business and economics, as well as representatives of different social and language groups. The members of the Administrative Council elect a chairman and a vice chairman from among themselves. The board consists of 5-8 people and is elected by the Administrative council. Board members cannot be members of the	annually at the end of April. The report must contain information on implementation of public service and on the guidance and supervision activities practised during the previous calendar year. The board of directors must submit an annual report of YLE's operations to FICORA.				television licence fee. Since 2013 the funding is based on YLE tax. Changes on Governance framework proposed. If they pass, then the Administrative council would be responsible for the strategy of YLE. Source: Government bill (available in FI and SE)

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
		Administrative council or senior management of YLE. The board selects the director general Source: Act on YLE					
FR	Yes CSA, the regulator, independent public authority (with legal personality): - guarantees the freedom of audiovisual communication via any electronic communication means - ensures equal treatment; guarantees the impartiality and independence of the audiovisual communication public sector (art. 3-1, General broadcasting law)	Board of France Télévisions (FT) is composed of one president and 14 members (appointed for 5 years). These members are: 2 members of Parliament 5 state representatives 5 independent experts appointed by the CSA 2 representatives of FT staff (art. 47-1, General broadcasting law) President of FT appointed for 5 years by the CSA by the majority of votes of CSA members. Dismissal of follows the same rule. Appointment must be motivated and based on criteria of experience and expertise. Four years after appointment, the CSA sends	Board accountable to: Government/Ministry - Contract on objectives and means ('<i>contrat d'objectifs et de moyens</i>'), concluded with the state (for max 5 years). - Terms and conditions ('<i>cahier des charges</i>') to be agreed with the government, following consultation of the CSA. - France Télévisions to send to the minister in charge of communication an annual report on the execution of the terms and conditions. Parliament - As part of its annual report, France Télévisions informs Parliament of its compliance with its	Yearly (€1.871bn in 2007, €2.51bn in 2017, i.e. a growth of 31% over 10 years)	Source of funding of FT is mainly the licence fee (90%). Established through annual finance law adopted by the government. Budget allocated depends on the missions assigned to FT in its ' <i>contrats d'objectifs et de moyens</i> '. Budget allocated cannot exceeds the costs incurred to execute the public service missions, taking into account direct and indirect revenues generated. Costs must be included in separate accounts and subject to a yearly report approved by the Ministry of culture and communications. Reports are also sent to Parliament and Ministry of budget. If revenues exceed costs by more than 10%, the surplus is deducted from the budget allocated. (art. 44 & 53.III, General broadcasting law ; Decree of May 15, 2007 on the financial	Yes CSA guarantees honesty, independence and pluralism of information and programmes (art. 3-1, General broadcasting law)	Law of Nov. 15, 2013 on the independence of audiovisual public service (now codified in the general broadcasting law) reinstated the power to appoint the president of France TV and Radio France from the President of the Republic into the hands of the CSA (see 2 nd column). Senate discussed in 2015 a new model for funding the public audiovisual on the funding of FT to reach to the creation of a " <i>France Medias 2020</i> "

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
		to Parliament a report on the results of FT (with regards to the strategic plan for FT). In the first two months of his mandate the president of FT sends an orientation report to the Parliament. Parliament Culture committee can hear the president based on that report. (art. 47-4, 47-5 General broadcasting law)	public service obligations. - Annual presentation to cultural and finance committees of the two chambers of report on execution of the contract on objectives and means - Public funding of France Télévisions to be approved by Parliament in the annual finance law. - Before it is signed, the contract on objectives on means is transmitted to parliamentary committees and can be debated in Parliament. The Regulator - France Télévisions to send to the CSA an annual report on the execution of the terms and conditions - CSA controls the compliance with legal and regulatory obligations, with sanctioning powers in case of non-		relationships between the state and audiovisual public service broadcasters)		

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
			compliance, after unsuccessful formal notice. The public • Publication of annual and financial reports • Mediation procedure, which can be initiated by viewers. Mediators are independent. They decide whether their opinions are to be made public, e.g. on the websites of France Télévisions' channels. Their annual reports are published online • Regular satisfaction surveys Consultative committee, composed of viewers, delivering opinions on programmes.				
IT	Yes The Constitutional Court ruled in 1974 (225) and in 2022 (284) that the governing bodies of the PSB cannot "represent (directly or indirectly) the exclusive or predominant expression of the executive power".	<u>Board of directors</u> 7 members: 4 appointed by parliament (2 by each house); 2 appointed by the Ministry of Economy and Finance, and 1 appointed by RAI employees. Mandate: 3 years (renewable once)	Yes RAI (the board of directors) has several regular reporting obligations to the ministry, the 'Parliamentary Committee' and AGCOM.	Every year before November.	By decree of the minister of economy. The level is set to cover the cost of the public service foreseen on the basis of the latest annual reports, the inflation rate and the needs linked to technological developments.	All broadcasters (including commercial broadcasters) must broadcast objective, comprehensive, honest and impartial news and must ensure equal access to news programmes, impartiality and equal treatment to	• Law of Dec. 2015 amended the Audiovisual Media Code to reform the PSB governance by giving more powers to its CEO and by reducing the influence of the 'Parliamentary

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
		Grounds for dismissal not explicitly stated by law (but Ruling 69/2009 of the Constitutional Court confirmed that in case of dismissal of a board member, the ministry must "vote in accordance with the deliberation" of the Parliamentary commission for general guidance and supervision of RAI, 'Parliamentary committee'). Board chairman nominated by the ministry amongst the 2 board members appointed by it, and appointed with approval (by two-third of votes) of the 'Parliamentary committee'. <u>CEO</u> Following governance reform, CEO was granted voting powers (within the board) and powers to approve contracts up to €10m, appoint and promote journalists, and appoint directors with the agreement of the board. Opposition of board majority is binding only for the appointment of news directors.				politicians and political parties (specific 'Par condicio' rules apply before election - law 28 of February 22, 2000 - and outside election time - Agcom decisions 200/00/CSP and 22/06/CSP). (Art.3 and 7 of AVMS Code n. 177 of July 31, 2005) In addition, Art.4 of the public service contract currently in force (new contract pending signature) sets that RAI must guarantee pluralism, comprehensiveness, objectivity, impartiality, independence of news, openness to different political/social opinions, gender equality and accuracy/good faith.	Committee' through the appointment of board of directors members (Update). • Publishing Law of October 4, 2016 (Update) amended the Audiovisual Media Code to clarify that the PSB concession has a ten-year duration, follows a public consultation on PSB's obligations, and is granted by means of a government decree that also sets a draft public service contract (both submitted to non-binding opinion of parliamentary commission for general guidance and supervision of the public service). • Decree 94 of May 13, 2016 revised the method of collection of licence fee for private individuals to fight high evasion rate (included in

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
		Appointed by the board of directors, with the approval of the shareholders meeting (i.e. in practice by the ministry).					electricity bill to be paid in 10 instalments) and decreased the amount of the licence fee (see Update and Update).
NL	Yes Explicit requirement of independence from government (Art. 2.1§2d of the Media Law)	Supervisory council Mandate 5 years, once renewable Requirement of independence on nomination	Nominated by the minister responsible for media. One member can be nominated by the broadcasting organisations. Appointed by Royal decree. Can be dismissed by the minister responsible for media. Justifications: • incapacity • dysfunction • own request • conflict of interest.	Yearly	The broadcasting organisations are funded by their membership fees (11 organisations) and from the national budget. This national budget is defined by the minister responsible for broadcasting and consists of public money (a government grant) and the revenues from the STER (the public organisation managing all advertising on the three PSB channels). This national budget also funds the media regulator.	Yes Independence from commercial interests, advertisers, sponsors and other content providers.	No
		College of broadcasters Requirement of independence on nomination	Each broadcasting organisation appoints one member. Religious/philosophical broadcasting organisations collectively appoint one member.				

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
			A member can be dismissed by the college of broadcasters. Justification: Conflict of interest.				
		Board of directors Mandate 5 years, once renewable Requirement of independence on nomination	Appointed by the supervisory council with the approval by the minister.				
PL	Yes Regulatory body - Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT) is envisaged in Art. 213 of Polish Constitution as an independent body responsible for safeguard the freedom of speech, the right to information as well as safeguard the public interest regarding radio broadcasting and television. KRRiT acts as a regulatory body for all broadcasters (both public and private) and is responsible for distributing proceeds from licensee fee to the radio and tv PSBs.	Since July 2016, Members of the Board of Management and Supervisory Board of PSBs are appointed and recalled by a newly created supervisory body: Rada Mediów Narodowych (National Media Council – Art. 26 and 27 of Broadcasting Act). Rada Mediów Narodowych consists of five members, of which three shall be appointed by the Sejm (lower house of the parliament) and two by the President for term of six years. The President of the Rada Mediów Narodowych appoints members from amongst candidates	To the specific supervisory body – Rada Mediów Narodowych.	Yearly	Every year by 15 April public radio and television PSBs, acting in agreement with KRRiT shall prepare financial & programme plans of projects involving performance of public service tasks that require to be financed with public funds, having regard to a part of costs of operation and development of these organizations. The scope of these plans is determined by the Regulation of KRRiT . Annually by June 30 at the latest KRRiT determines, the method of distributing the proceeds from licence fee amongst the PSBs in the following calendar year. KRRiT's decision is preceded by an analysis of programme & financial plans and reports	Yes PSBs full independence as a broadcaster in determining the content of the programme service is guaranteed by Art. 13 of Broadcasting Act . State authorities may take decisions concerning the functioning of public radio and television broadcasting organisations only in circumstances specified in the existing legislation (Art. 22 of Broadcasting Act)	Yes Current shape of PSB governance system is a result of entering into the force the Act of 22 June of 2016 on the National Media Council . The Act created new supervisory body – Rada Mediów Narodowych responsible for appointing members of governing bodies of PSBs. On May 29, 2017, a new draft law amending Licence Fee Act and Broadcasting Act was sent to Parliament.

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
	KRRIT used to appoint members of PBSs Supervisory Boards.	nominated by opposition parliamentary groups. Abovementioned regulations had been challenged by Commissioner for Citizens' Rights who made application to the Constitutional Tribunal. In judgement of December 13, 2016 (Case No K 13/16) the Constitutional Tribunal ruled that depriving the KRRIT of its powers that are necessary to "safeguard the freedom of speech, the right to information as well as safeguard the public interest regarding radio broadcasting and television" – are inconsistent with the Constitution. However, no further legislative steps have been made to enforce the judgement of the Tribunal.			for the preceding calendar year and an analysis of costs specified therein (art. 8 of Licence Fees Act).		The draft law is aimed to improve the effectiveness of licence fee collection. It foresees that pay tv providers must provide the collecting agency (appointed postal operator) with data on its subscribers necessary for collecting licence fee.
SE	Yes Explicit requirement of independence from "the state, as well as different economic, political and other interests and powers in the society" is	Three national PSBs are owned by an independent foundation, <i>Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB</i> . The Foundation was created to ensure - through the	The foundation's board consists of 13 politicians, representing all political parties in parliament. All appointed by the government following a proposal by the political parties.	Yearly	The amount of the required budget is proposed by the government as part of the annual national budget – respective chapter under the Ministry of Culture (see section 14.5.6). The final amount is approved by parliament as well as the exact amount of the	Yes SVT may not transmit commercial advertisements. Product placement is not allowed. Sponsored programmes are	Yes On Dec. 20, 2016 the government established a parliamentary committee with the task to review the funding framework of

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
	set out in the PSB licence .	ownership and management of all shares of PSBs - the independence from the state or commercial interests.	Appointed for 8 years, with the chairman appointed for 4 years. Foundation has no control over programming activities.		annual licence fee – the main funding source for PSBs.	only allowed for certain special events (sports events and EBU arranged programmes)	PSBs and propose a new future financing system. The committee has to present its proposals by Sep. 30, 2017.
		Board of directors	Appointed by the foundation's board, for one year at a time with a possibility of reappointment. <i>Accountability to government:</i> Provisions on content and programming principles, availability, conditions for advertising and sponsoring are set in PSBs licence issued by the government. Government also approves specific conditions for PSB activities every year after the parliament has decided on the amount of the licence fee. Any new permanent programmes must be notified to the government and the media regulator to confirm compliance with PSB requirements. <i>Accountability to parliament:</i> Parliament approves guidelines for every				

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
			forthcoming PSB licensing period (four to five years)				
UK	Yes. The BBC Royal charter contains an explicit provision on independence concerning the fulfilment and the promotion of its public purposes (in particular with regard to editorial and creative decisions, the times and manner in which its output is supplied and in the management of its affairs) (Royal Charter 2016, point 3)	The charter period has changed from 10 to 11 years to remove it from the political cycle. The BBC is governed by a Board, which replaces the BBC Trust. The board is composed of 14 members. No more than half are appointed by the government. - The Chair is appointed via a public appointments process coordinated by the Department for Culture, Media and Sport (DCMS). The selection panel for this appointment is chaired by a Public Appointments Assessor, nominated by the Commissioner for Public Appointments; - four non-executive board members representing each of the devolved nations, are also appointed through a public appointments	The BBC is regulated by Ofcom. The Secretary of State is allowed (but not obliged) to carry out a mid term review focussing on the governance and regulatory arrangements of the BBC. It cannot be undertaken before 2022 and must be completed by 2024. The BBC's annual reports are submitted to the government and discussed in Parliament. Its accounts are audited and the audit reports are sent to the government and Parliament.	The BBC licence fee is guaranteed for a period which runs between April 1 2017 and March 31, 2022. The next period will start on April 1, 2022 and will last for another five years.	The funding is determined by the government (the Secretary of State) in consultation with the BBC and by taking into account the level of funding needed to ensure the effective fulfilment of the mission and public purposes of the BBC, and taking into account the BBC's commercial income and activities.	See first column	The Royal Charter was renewed and entered into force in Jan 2017 and will be in force until December 31, 2027.

	Any measure to guarantee the independence? (yes/no) Mention if any constitutional protection exists	Governance		Financing		Regulation	Recent or planned reform of PSB governance/funding framework?
		Any measure to ensure independence of high level management (board of directors/director general) or body for strategic guidance/control? (e.g. measures on nomination/appointment procedures, duration of mandate, dismissal, etc.)	Are these bodies accountable to government/ministry, Parliament, or regulator?	How often funding/budget is determined? (e.g. yearly / 2 - 4 years / 5 - 7 years / longer)	What's the method to determine the amount of the required funding/budget?	Any editorial requirement specifically aimed at ensuring independence?	
		process coordinated by DCMS; - five non-executive board members appointed by the BBC Board; and - four executive members appointed by the BBC, including the BBC Director General, (Tony Hall)					

The table below shows the instruments applied in the different countries to define the PSB's remit and details the procedure to be followed for its revision.

	How is the PSB's remit defined? (multiannual agreement, law, license, etc.)	Detail procedure to amend PSB's remit (e.g. every X-years through agreement between the PSB and the relevant ministry on the basis of guidelines from the regulator)
DE	The remit of PSBs is defined by law in art. 11 of the Interstate Broadcasting Treaty.	Remit for linear PSB services defined by law. According to art. 11f of the Interstate Broadcasting Treaty the supervisory councils of the PSBs have to undertake a 'three-step test' before the introduction of new (online) telemedia. In the course of this test the broadcasting corporation must demonstrate to its competent council that the planned, new or modified offer is covered by its remit. The tests must include the examination of - how the services are relevant to the democratic, social and cultural needs of society, - their qualitative impact on competition; - the financial costs in providing the services. The councils shall offer the opportunity to third parties to comment on the planned new offer. To examine its market impact the councils have to consult an external expert opinion.

	How is the PSB's remit defined? (multiannual agreement, law, license, etc.)	Detail procedure to amend PSB's remit (e.g. every X-years through agreement between the PSB and the relevant ministry on the basis of guidelines from the regulator)
ES	'Mandato Marco': legal framework approved by Parliament that sets the PSB objectives for 9 years (see Mandato Marco of December 2007 in force until a new framework is adopted) 'Contrato Programa', i.e. 3-year long agreement between the government and RTVE that should determine the PSB's specific objectives on the basis of the 'Mandato Marco' and the financing model necessary for compliance. In practice, no agreement was finalised following the approval of the 2007 Mandato Marco.	- Every 9 years through approval of a new 'Mandato Marco'. Revising an existing Mandato Marco is also possible upon decision by Parliament. - Every 3 years by agreeing on a new 'Contrato Programa'. Proposal by RTVE to be submitted to government before Feb. and to be agreed before the end of June of the last year of validity of the previous contract. Parliament must be informed by government of the content of the contract prior to its approval and of its execution and results annually. CNMC issues a report to government on the draft contract in relation to its fields of competence.
FI	Law, Source: Act on YLE	Normal legislation procedure.
FR	General Broadcasting law (art 43-11) sets out the scope of the public remit and the general orientations and missions assigned to France Télévisions and each of its channels (e.g. cultural diversity, social cohesion, sports, education, entertainment, women rights, citizenship, honesty...) - Statutes ("Cahier des charges") are set by decree and implement the general orientations and principles applicable to, and the missions defined by the general broadcasting law to France Télévisions. It can be modified by the government. The "contrat d'objectifs et de moyens" aims to determine the relationships between France TV and the State, i.e. between the commitments made by the PSB in terms of programmes and developments and the funding promised by the state to implement these commitments. It defines for between 3 and 5 years the strategy of FT with specific indicators for each objectives (e.g. commitments in terms of investment, production, economic perspectives, anticapted costs, etc).	General Broadcasting law (art 43-11) is modified through the normal legislative procedure - Statutes ("Cahier des charges") are set and modified by government decree. France Télévisions' board must be consulted on any new proposed statutes or their modification. Any modification of the statutes can only take place during an extraordinary general meeting of FT. Modifications only come into force after having approved by government decree. (Decree of Oct. 19, 2009 approving the statutes of France Televisions, as amended; art. 47, General Broadcasting law)
IT	By the public service contract between RAI and the Ministry of Economic Development	Renewed every 5 years (prior to governance reform, every 3 years). The ministry is required to send a draft to the parliamentary commission (for opinion) at least 6 months before the expiration of the current contract.
NL	5 year licence	A PSB licence is issued to maximum six broadcasting organisations every five years.
PL	By law (Art. 21 para. 1 and 2 of Broadcasting Act):	Amending of general definition of PSBs remit requires legislative changes. However PSBs tasks are precised annually in the process of preparing financial & programme plans of projects involving performance of public service tasks.
SE	5 year licence	Every 4-5 years issued by the government on the basis of guidelines approved by parliament.
UK	By the Royal Charter 2016 (points 5 and 6)	The remit is defined in the Royal Charter which runs for 11 years. Section 59 of the Royal Charter contains the detail of the review of the Charter. The secretary of state undertakes the review of the charter following consultation of the Scottish, Welsh and Northern Ireland minister. The secretary of state publishes the conditions under which the new planned charter and framework agreement before the UK houses of Parliament. The nations' parliament are also consulted. The public, the BBC, Ofcom and any other person are also consulted in the process.