

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n° 129-2015

Contrôle de la réalisation des obligations prévues par le contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2014

Table des matières

1.	Offre de services de médias audiovisuels (art. 6 et 42 CG) et moyens de diffusion (art. 46 CG).....	5
1.1	Télévision (SMA télévisuels)	5
1.2	Radio (SMA sonores).....	6
1.3	SMA non linéaires.....	6
	Catalogue de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande.....	7
	Catalogue de contenus sonores à la demande	7
1.4	Offre en ligne de référence et réseaux sociaux	7
	Sites internet.....	7
	Réseaux sociaux	8
1.5	Service universel (art. 43.1 CG).....	8
1.6	Evolution technologique et pluralité des modes de diffusion	9
2.	Production	10
2.1	Production propre (art. 11).....	10
	En télévision.....	10
	En radio.....	10
2.2	Productions « transmédia » (art. 10).....	10
2.3	Mise à disposition des infrastructures (art. 16.2)	11
2.4	Production indépendante (art.12).....	12
	Investissements	12
	Fonds spécial (art. 12.5).....	14
	Fonds spécial pour les séries belges (art. 12.4.3).....	15
2.5	Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (art. 25.5 d & art. 56.2)	17
	Soumission de projets	18
2.6	Archives et plateforme pédagogique avec la Sonuma (art. 17).....	18
	Exploitation des archives	18
	Mise à disposition des archives	19
	Plateforme numérique.....	19
3.	Information	20

3.1	Déontologie de l'information	20
3.2	En télévision.....	20
3.3	En radio.....	21
3.4	Nouvelles plateformes.....	21
3.5	Période électorale.....	21
3.6	Modération sur les plateformes numériques	22
4.	Éducation permanente (art. 28)	22
4.1	En télévision.....	22
4.2	En radio.....	23
4.3	Éducation aux médias (art. 29, 36 et 37)	23
	En télévision.....	23
	En radio.....	23
	Hors antenne	24
	Nouvelles plateformes.....	25
	Education aux médias pour les enfants et la jeunesse	25
5.	Culture.....	25
	En télévision.....	26
	En radio.....	26
	Nouvelles plateformes.....	26
5.1	Promotion culturelle (art.25.3).....	27
5.2	Captations	28
	En télévision (art.25.4, a)	28
	En radio (art.25.5, a).....	28
5.3	Collaborations avec les acteurs culturels (art.56.1)	28
5.4	Quotas.....	29
	En télévision (art. 19).....	29
	En radio (art. 25.5)	29
5.5	Mise en valeur sur les nouvelles plateformes	31
6.	Sport (art.34).....	32
6.1	En télévision.....	32
6.2	En radio.....	32
6.3	Nouvelles plateformes.....	32
7.	Programmes pour la jeunesse (art.36 & art. 28bis).....	33
	En télévision et sur Internet.....	33

En radio et webradio	34
7.1 Programmes pour enfants (art.37).....	34
7.2 Programmes destinés aux adolescents et à la production desquels ils sont associés (art.38)	34
8. Concertation et partenariats (art. 14 & 51)	35
8.1 Tissu associatif (art. 28)	35
8.2 Presse écrite.....	36
8.3 Partenariats internationaux (art. 14 a).....	36
8.4 Arte (art.26).....	37
8.5 Télévisions locales (art. 56)	37
8.6 VRT	39
8.7 Enseignement.....	39
9. Services au public.....	39
9.1 Programmes concédés.....	39
Cultes et manifestations laïques (art. 39.1 a).....	39
Associations représentatives (art. 41)	40
9.2 Informations de service.....	41
9.3 Plan d'urgence (art. 39.2).....	41
9.4 Médiation.....	41
Programmes de médiation avec les publics (article 30, §1).....	41
9.5 Respect des horaires (art. 21)	44
10. Accessibilité des programmes aux publics déficients sensoriels (art. 40)	44
Publics sourd et malentendant	44
Publics aveugle et malvoyant	45
11. Gestion du personnel.....	45
11.1 Dialogue.....	45
11.2 Égalité et diversité.....	45
11.3 Finances.....	46
Coût net de la mission de service public (art. 64).....	46
Transparence et informations financières.....	47
12. Evaluation des nouveaux services	48
13. Publicité	50
13.1 Règles publicitaires : décisions concernant la RTBF en 2014.....	50
13.1 Recettes nettes de publicité (art. 71.4).....	52
Recettes publicitaires 2010-2014	52

13.2	Publicité dans les services en ligne.....	52
	Avis du Collège d'autorisation et de contrôle.....	54

En exécution de l'article 136 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA est chargé de rendre un avis sur la concrétisation par la RTBF des obligations prévues par son contrat de gestion. Cet avis se fonde sur le rapport d'activités que l'éditeur de service public établit annuellement selon les modalités décrites par le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

L'article 24 du décret du 14 juillet 1997, portant statut de la Radio-télévision belge de la Communauté française, tel que modifié le 21 février 2003, énonce que « *le rapport annuel d'activités est soumis à l'examen du Collège des commissaires aux comptes au plus tard le 31 mai avant d'être soumis au gouvernement et au Conseil supérieur de l'audiovisuel au plus tard le 1^{er} septembre* ».

À l'occasion du contrôle annuel, le Collège s'assure également du respect des dispositions du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, notamment ses articles 6, 9, 20, 33, 36, 37, 40, 42, 44, et 46, que le contrat de gestion prend d'ailleurs en considération dans différentes dispositions, générales ou particulières.

La RTBF a transmis son rapport annuel 2014 dans les délais prévus. Cependant, la version initiale ne contenait pas l'entièreté des éléments figurant dans le questionnaire préalablement élaboré en concertation entre le CSA et la RTBF. Dès lors le CSA a requis des compléments d'informations et a posé des questions spécifiques. La RTBF a répondu de manière réactive à ces sollicitations.

1. Offre de services de médias audiovisuels (art. 6 et 42 CG) et moyens de diffusion (art. 46 CG)

1.1 Télévision (SMA télévisuels)

En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes complémentaires et clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs, constituant l'offre principale de la RTBF en télévision.

Service	Public visé	Descriptif
La Une	Tout public	Généraliste, rencontre plusieurs des missions de service public : information, divertissement, sports, éducation permanente, information culturelle et citoyenne.
La Deux	Tout public	Généraliste, rencontre plusieurs des missions de service public : information, divertissement, sports, éducation permanente, information culturelle et citoyenne. Programmation alternative à celle de La Une.
La Trois	Jeunesse et tout public	Chaîne dévolue l'après-midi aux programmes destinés à la jeunesse. En matinées et en soirées : programmes d'archives, rediffusions ou diffusions différées de La Une et La Deux, programmes culturels.

Chaîne	Hertzien analogique	Hertzien numérique (TNT - DVB-T)	Câble coaxial	Câble bifilaire	Satellite
La Une	sans objet	oui	oui	oui	oui*
La Deux	sans objet	oui	oui	oui	oui*
La Trois	sans objet	oui	oui	oui	oui*

* TéléSAT

1.2 Radio (SMA sonores)

La RTBF doit éditer cinq services de médias sonores complémentaires : deux généralistes et trois musicaux (classiques et non classiques) ainsi qu'un programme international. En 2014, elle a proposé cinq services radiophoniques linéaires destinés aux auditeurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, à savoir :

Chaîne	Public visé	Caractéristiques
La Première	Tout public	Radio généraliste de référence pour les amateurs d'information et de culture
VivaCité	Familles	Radio généraliste proche de son public grâce à son ton et son ancrage régional, chaîne de l'information sportive, chaîne de proximité
Musiq3	Tout public	La radio de tous les classiques, mais aussi du jazz, de l'opéra, de la musique de films, de la chanson française, captations pour diffusion de concerts en direct ou en différé
Classic 21	Tout public	Chaîne musicale avec une programmation axée sur les classiques du rock et de la pop, radioguidage (flashes Mobilinfo)
Pure FM	Jeunes adultes	Radio des jeunes qui mise sur la découverte de nouveaux talents belges et internationaux, présente sur presque tous les festivals

La RTBF a également poursuivi également en 2014 l'édition de RTBF International (RTBFi), la chaîne radio internationale de la RTBF. RTBFi diffuse une grande partie des émissions de La Première et de Vivacité et permet aux francophones résidant à l'étranger d'être à l'écoute de la Belgique, de son actualité politique, sociale, économique, culturelle, sportive et musicale.

La disponibilité en 2014 des différents services selon les plateformes de diffusion peut être synthétisée comme suit :

Diffusion Radio										
Chaîne	FM	Ondes moyennes	Ondes courtes	DAB	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Streaming Internet
La Première	oui	oui	non	oui	non	oui	oui	oui	oui***	oui
VivaCité	oui	oui	non	oui	non	oui**	oui	non	oui***	oui
Classic 21	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Musiq3	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Pure FM	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
RTBFi	oui*	oui	non	non	non	non	non	non	oui****	oui
7 Webradios	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui

* Kinshasa

** Viva Bruxelles

*** TélésAT

**** AB3 en Afrique (Bande C)

1.3 SMA non linéaires

L'offre de services de médias audiovisuels non linéaires de la RTBF doit comporter au moins, selon l'article 42.3. du CG, un catalogue de télévision de rattrapage, un catalogue de vidéos à la demande et un catalogue de contenus sonores à la demande tels que détaillés par le contrat de gestion. L'offre

doit être accessible sur toutes plateformes que la RTBF juge pertinentes dont notamment son site internet, ses applications mobiles et l'ensemble des plateformes des distributeurs de services de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

La RTBF transmet au CSA la liste des programmes offerts gratuitement et de manière payante (vidéo transactionnelle) de manière non linéaire et en fonction des différentes plateformes durant l'exercice 2014.

Catalogue de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande

Le CSA constate que la RTBF propose gratuitement ses programmes en rattrapage pendant les 7 jours suivant la diffusion sur une des trois chaînes ou, pour les vidéos produites en interne, de manière illimitée via le site de chacune des trois chaînes de télévision ou sur les sites propres dédiés à l'« Info », le « Sport » ou la « Culture ».

Le catalogue de vidéo à la demande est composé essentiellement des vidéos issues de la programmation linéaire des trois services télévisuels de la RTBF (La Une, La Deux, La Trois). Le CSA constate que la RTBF a étendu son catalogue de VOD en 2014 avec, en plus des œuvres du catalogue de la télévision de rattrapage, des films diffusés « en preview » avant leur diffusion sur les services télévisuels. Via la télévision numérique interactive des plateformes des distributeurs de services Belgacom, KPN, VOO et Telenet ainsi que sur les plateformes mobiles (tablettes, smartphones), la smart TV (Samsung) et enfin via la playstation (Sony PS3 et la Sony PS4), la RTBF met à disposition toutes les vidéos diffusées en télévision - pour lesquelles la RTBF dispose des droits de diffusion non linéaires - gratuitement pour les utilisateurs durant une période de 7 jours.

Catalogue de contenus sonores à la demande

La RTBF dispose sur son site Internet d'un catalogue d'émissions disponibles en podcast ou « radio on demand ». La plupart des programmes des cinq chaînes radio de la RTBF sont disponibles sur leur site respectif. Des concours sont proposés de manière complémentaire à ces programmes ou séquences de programmes.

1.4 Offre en ligne de référence et réseaux sociaux

Sites internet

Dans le cadre de ses missions de service public, la RTBF développe et exploite une offre en ligne de référence en Fédération Wallonie-Bruxelles « *faisant de l'internet et de ses réseaux sociaux des médias à part entière aux côtés de la radio et de la télévision (...)* » (article 42.4).

Le site internet de la RTBF s'est décliné en 2014 en différents « sous portails » : « Info », « Sport », « Culture », « Tendances », « Ouftivi », « Vidéo », « TV », « Webcreation », le « Livecenter » et enfin « Radio ». La RTBF déclare qu'en 2014 c'est l'ensemble de sa production propre qui est offerte sur Internet : « *toutes les productions vidéo fabriquées par les équipes de la RTBF, à destination des différents médias (télévision, web, radio) sont à disposition sur le site web pour une durée illimitée* ». Un accès à du contenu « en live » est offert au public sur le portail « Info » et le portail « Sport ». Le portail « Radio » s'est étendu à des « *vidéos en relation avec les émissions des différentes radios* ». Les sites internet de la RTBF contiennent également certains contenus qui ne sont diffusés que sur le web à l'instar de ce qui est prévu par l'article 42.4 du CG (points a à k). Il s'agit notamment d'interviews, vidéos en exclusivité ou encore des concours.

Enfin, la RTBF a continué en 2014 la diffusion de plusieurs webradios thématiques lancées en 2008 :

Web Radio	Caractéristiques
Classic 21 60'S	Webradio des Golden Sixties ou des « Vynile Victimes » - Christine Goor.
Classic 21 80'S	Le son des années 80 – Bernard Dobbeleer.
Classic 21 Les Classiques	Pour les fans de classic rock et des « Classiques de Marc Ysaye ».
Francosphère Première	100% chanson française – Pierre Collard-Bovy.
Ouftivi	Webradio des jeunes de 8 à 13 ans, le complément à l'offre jeunesse de La Trois – Cathy Constant et Muriel Dujardin.
Pure FM 2	Le complément à l'offre de Pure FM.
Webradio « évènement »	Au fil de l'année, et des événements ou manifestations en partenariat avec la RTBF, cette webradio change de ton.

Réseaux sociaux

La RTBF est active principalement sur Facebook et sur Twitter. Sur Facebook, la RTBF développe des pages individuelles pour les émissions (145 pages). La RTBF a également développé une page Facebook « RTBF info », une page « RTBF Sport » et une page « RTBF TV », faisant le lien avec les comptes Twitter du même nom. La RTBF compte 1 460 668 « fans » au 1^{er} décembre 2014 (pour 952 128 en décembre 2013).

L'éditeur a également développé sa présence sur Twitter (@RTBF), qui avait été utilisé pour la première fois de manière importante avec l'émission « The Voice » et qui compte 46 374 abonnés au 1^{er} décembre 2014 et 4247 tweets à son actif. Cette présence permet une interaction avec les programmes en direct et en différé. Le nombre total de « followers » au 1^{er} décembre 2014 s'élève à 367 129 (pour 209 101 en décembre 2013).

1.5 Service universel (art. 43.1 CG)

La RTBF est tenue d'assurer le service universel permettant un accès, dans le respect du principe d'égalité entre les usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, à toutes les chaînes généralistes en clair de la RTBF au moins par voie hertzienne en radio (FM) et en télévision (TNT). Ces modes de diffusion principaux peuvent être complétés par le biais de tout moyen de communication électronique approprié compte tenu des modes de consommation les plus usuels, en ce compris l'internet et les appareils de réception mobile.

Qualité de couverture des différents réseaux de diffusion :

En mai 2014, la RTBF a été victime d'un incendie criminel sur le site des émetteurs de la RTBF à Wavre, qui a eu des conséquences graves sur la diffusion de certains services de médias sonores et de la TNT, principalement à Bruxelles et dans le Brabant wallon. Les solutions suivantes ont été mises en œuvre :

- La semaine suivant l'incendie, deux antennes provisoires ont été installées sur le site de Wavre, pour les émissions en TNT et les fréquences radio 96.1 MHz pour la Première, 101.1 MHz pour Pure FM. Une petite antenne pour le 97.3 MHz pour VivaCité Brabant wallon a été mise en place.
- En octobre 2014, pour la couverture des fréquences 96.1 Mhz de La Première et 101.1 Mhz de Pure FM, deux câbles provisoires ont été installés sur l'antenne FM. La qualité d'écoute et la couverture

de retour ont été renforcées à un niveau qui se situe au-delà des 90% de ce qu'elles étaient avant l'incendie. Le retour à une couverture à 100% est prévu pour l'été 2015, lorsqu'une installation définitive sera mise en place.

- En ce qui concerne la TNT, des câbles provisoires ont été également installés sur l'antenne FM en juin ce qui situe la couverture à 25% de la puissance nominale.

Couverture FM analogique

La RTBF indique que la couverture FM n'évoluera plus, vu qu'elle ne dispose pas de fréquences supplémentaires. La RTBF estime que 95% des routes sont couvertes, mais indique ce chiffre n'est pas précis, car il n'existe pas d'étude rationnelle le justifiant.

Couverture DAB

DAB	Automobile	Indoor
Région bruxelloise	99,9%	97,4%
Brabant wallon	97,8%	90,9%
Hainaut	93,3%	81,3%
Liège	85,7%	78,4%
Luxembourg	58,2%	44,3%
Namur	72,5%	55,9%
Fédération Wallonie-Bruxelles	89,2%	80,4%

Couverture DVB-T

TNT	Réception « Outdoor »	Réception « Indoor »
Région bruxelloise	100,00%	95,2%
Brabant-wallon	100,00%	84,8%
Hainaut	99,7%	76,6%
Liège	93,6%	74,2%
Luxembourg	81,5%	38,3%
Namur	95,1%	63,7%
Fédération Wallonie-Bruxelles	96,8%	77,5%

1.6 Evolution technologique et pluralité des modes de diffusion

Selon les articles 8 g et 44, la RTBF s'engage à être un vecteur de veille et de développement technologique, et à ce titre, à suivre de près les développements relatifs à la société de l'information et aux nouveaux médias et de proposer aux usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les applications médiatiques et techniques les plus adaptées de la société de l'information.

Trois développements technologiques ont permis en 2014 de proposer aux usagers de nouveaux services :

- En novembre 2014, la RTBF a lancé l'application Windows 8, disponible gratuitement pour PC et tablettes via le Windows store, donnant accès à l'actualité « Info », « Sport », « Culture » et « Tendances », au programme TV de la soirée, aux 5 radios en live, au service « Livecenter », au site « Vidéo » et à la météo ;
- Mis en place en juin 2014 avec l'aide d'autres partenaires, MediaMap+ est une infrastructure qui aide les producteurs et consommateurs d'information à organiser, partager et échanger les

données ; ce système global d'information a reçu le Prix d'excellence dans la catégorie « Services et applications » du Cluster Eureka-CelticPlus en avril 2015 à Vienne ;

- Au cours de l'exercice, la RTBF a également travaillé sur le nouveau studio média permettant de développer la « *smart radio* », alliant son et image (plateau de 120 m², 9 caméras robotisées, 30 projecteurs...);
- Enfin, en avril 2014, la RTBF a choisi une nouvelle plateforme numérique englobant l'ensemble des processus de production en télévision, en radio et sur le web ; l'objectif de la plateforme est d'intégrer « *les processus les plus automatisés possibles pour distribuer facilement les contenus vers les médias traditionnels, les sites web, les tablettes, les smartphones mais aussi vers des environnements encore non identifiés* ».

Outre la radio filmée de Pure FM avec Pure Vision, le département « RTBF Interactive » avait également lancé en 2013 une application de télévision de rattrapage pour la Sony PS3 et la PS4 de Playstation. Cette application permet aux utilisateurs de retrouver les programmes de la RTBF gratuitement pendant les 7 jours qui suivent leur diffusion en télévision sans décodeur et gratuitement. En 2012, la RTBF avait lancé son application sur la tv connectée de marque Samsung permettant d'accéder au contenu de rattrapage de la RTBF sans décodeur et gratuitement, ainsi que l'application RTBF disponible sur les appareils IOS (iPhone et iPad) et Android (smartphones et tablettes).

Enfin, la RTBF dispose d'une chaîne sur la plateforme de Youtube permettant d'accéder gratuitement à certains contenus.

2. Production

2.1 Production propre (art. 11)

En télévision

La RTBF a pour obligation de diffuser au moins 9 heures quotidiennes de programmes télévisés produits en propre. Pour l'exercice 2014, la RTBF déclare avoir proposé, sur ses trois services cumulés, une moyenne quotidienne de 30 heures 56 minutes, parts en coproductions comprises. Conformément au contrat de gestion, cette durée intègre les programmes de radio filmée et les programmes rediffusés d'une année à l'autre.

L'obligation est rencontrée.

En radio

La RTBF a l'obligation de produire minimum 18h par jour et par service. Avec un minimum de 21h pour chaque service.

L'obligation est largement rencontrée.

2.2 Productions « transmédia » (art. 10)

La RTBF démontre qu'elle a porté un intérêt particulier à la production de programmes « transmedia » « *en s'appuyant sur les spécificités de chaque média partie prenante à la production ou à la diffusion dudit programme* » (article 10 §3).

La cellule « webcreation & transmedia » est née le 27 septembre 2014, s'accompagnant d'un site dédié, présentant notamment ses créations transmédia : <http://www.rtbf.be/webcreation/transmedia>. Pour citer différents exemples démontrant la volonté de la RTBF d'utiliser la spécificité de chacun des médias dans ses projets, le documentaire « *Le Prince charmant* » se décline notamment sur la télévision, internet et la radio, la websérie « *Typique* » comporte également une dimension transmedia et enfin le programme « *What the fake* » est un programme transmedia interactif destiné aux adolescents.

2.3 Mise à disposition des infrastructures (art. 16.2)

Selon des modalités qu'elle détermine, la RTBF doit mettre des éléments de son infrastructure de production à disposition des artistes-interprètes de la Communauté française et de ses producteurs audiovisuels indépendants.

Lors des derniers contrôles annuels, le CSA et la RTBF ont échangé plusieurs courriers relatifs aux implications concrètes de cette mise à disposition.

Dans son avis relatif au contrôle de la RTBF pour l'exercice 2011, le Collège clarifiait les contours de l'obligation : « *elle doit être comprise comme une participation de la RTBF à la concrétisation de projets créatifs en Communauté française (production de pilotes, de maquettes, de programmes...). Elle n'a de sens que dans la mesure où elle sert en premier lieu les intérêts des créateurs. En effet, si la contrepartie de cette mise à disposition peut prendre la forme d'une acquisition par la RTBF des droits de diffusion du contenu produit (article 16.2 du contrat de gestion), cette dernière ne saurait être réduite à un accès aux studios dans le cadre de l'enregistrement d'un programme de la RTBF. Auquel cas, elle se confondrait avec les objectifs de l'éditeur en matière de culture (valorisation des talents de la Communauté française) et perdrait son objet puisque toute prestation d'un artiste dans un programme produit par la RTBF pourrait être valorisée comme rencontrant l'objectif. (...) La mise à disposition implique donc la possibilité pour un créateur d'accéder contre rémunération à l'infrastructure technique de la RTBF afin de mener son processus créatif en toute indépendance par rapport aux objectifs programmatiques de l'éditeur. La rémunération pourra prendre la forme d'une acquisition des droits de diffusion dans le cas où le contenu produit est susceptible d'intéresser la RTBF mais ce mode de rémunération ne saurait être automatique du fait d'une interdépendance totale entre la mise à disposition et la diffusion ».*

Le rapport initial de la RTBF détaille à nouveau les démarches entreprises par ses soins en vue de définir les conditions de location de ses installations de « Médiarives » (studios 40 et 41). En partenariat avec le Pôle images de Liège, l'éditeur développe une réelle stratégie commerciale de rentabilisation de ces infrastructures (intendance, tarification, promotion). Pour rappel, lors de récents contrôles, le Collège soulignait l'utilité de ces réflexions tout en émettant « *une réserve quant à la voie qui semble celle choisie par l'éditeur pour concrétiser l'article 16.2 de son contrat de gestion. En effet, la configuration de certaines installations de « Médiarives » semble a priori disproportionnée au regard des besoins d'une majorité des artistes-interprètes et des producteurs audiovisuels indépendants de la Communauté française* ».

D'ailleurs, lors du contrôle annuel de l'exercice 2010, le Collège prenait bonne note de l'argumentaire de la RTBF, qui justifiait la faiblesse de la concrétisation de l'article 16.2 du contrat de gestion par les travaux entrepris dans ses studios de Reyers. Le Collège constate pourtant que la RTBF n'a pas clarifié depuis lors les « modalités » de mise à disposition de ces infrastructures. Dans son rapport annuel

pour l'exercice 2014, l'éditeur renseigne la location du studio 6 pour le tournage de spots publicitaires. Ceci sort évidemment du champ de l'obligation de mise à disposition.

En réponse à une demande d'information complémentaire, la RTBF ne fournit pas de précision particulière.

La RTBF rappelle régulièrement que l'article 16.2 de son contrat de gestion n'est qu'une obligation de moyen et non de résultat. Force est de constater que les moyens consistent en la clarification des modalités de la mise à disposition.

En conséquence, conformément à l'article 16.2 du contrat de gestion, le Collège invite la RTBF à « fixer les modalités » de mise à disposition de ses infrastructures (studios disponibles, créneaux horaires, tarifs...) et à donner à ces informations une visibilité suffisante sur son site internet, en identifiant notamment un point contact général.

2.4 Production indépendante (art.12)

Investissements

Dans le cadre de sa mission de service public visant à soutenir et promouvoir la création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants.

À cet égard, le quatrième contrat de gestion prévoit l'affectation par l'éditeur d'un montant minimum de 7.200.000 € à des contrats passés avec des producteurs audiovisuels indépendants, dont la résidence, le siège d'exploitation ou le siège social est situé en Région de langue française ou un région bilingue de Bruxelles-Capitale. Ce montant est indexé annuellement à partir de 2014 sur la base de l'indice général des prix à la consommation¹. De ce fait, le montant que doit affecter la RTBF à l'obligation pour 2014 s'élève à 7.281.876€.

Après vérification, le Collège établit que la RTBF a affecté un montant total de 9.638.782€ à cette obligation² pour 2014, ce qui représente une augmentation de 31,45% par rapport à l'exercice précédent. L'obligation est dès lors rencontrée.

¹ Défini par la loi du 2 août 1971.

² Ce montant s'entend hors fonds et moyens levés par la société de *tax-shelter* filiale de la RTBF (Casa Kafka Pictures) ou par toute autre société similaire, conformément à l'article 10.3 *in fine* du contrat de gestion.

Son engagement dans la production indépendante est détaillé comme suit par l'éditeur :

Ventilation des montants affectés à la production indépendante (réalisé)

COPRODUCTIONS 2014	Numéraire (€)	Services (€)	Total (€)
Téléfilms	2.040.000		2.040.000
Films (long métrages)	457.203	297.646	754.849
Documentaires	1.254.604	212.229	1.466.833
Animations	1.008.600		1.008.600
Courts métrages	24.325		24.325
Fonds spécial pour les séries belges – Provisions ³	2.096.000		2.096.000
Séries belges hors fonds (développement)	133.350		133.350
Total coproduction	7.014.082 €	509.875 €	7.523.957€
Emissions de flux produites en tout ou en partie en sous-traitance	2.114.825		2.114.825
Total affecté à la production indépendante	9.128.907 €	509.875 €	9.638.782 €
Proportions (%)	94,7%	5,3%	100%
Proportion par rapport à l'engagement minimum	125,6%		

Le contrat de gestion impose, en son article 12.4.1.a), que 50% des investissements soient consacrés à des œuvres dites « majoritaires »⁴. L'objectif est atteint puisque ces dernières représentent 58,3% des montants investis. Une réserve doit toutefois être exprimée s'agissant des montants affectés au fonds séries. En effet, ceux-ci étant en grande partie provisionnés, la confirmation de leur utilisation conforme au décret ne pourra intervenir que suite à leur affectation concrète.

Plus de la moitié des budgets consacrés à la coproduction (94,7% du montant total) ont été affectés en numéraire conformément à l'article 12.4.1, b) du contrat de gestion.

³ Voir ci-dessous quant à l'affectation de ces provisions.

⁴ Les critères permettant de qualifier une œuvre comme telle sont énoncés par les annexes 2, 3, 4, 4/1, 4/2 et 4/3 de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 29 mars 2012 (M.B., 8 mai 2012) ou par le Centre du cinéma et de l'audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Pourcentage d'œuvres majoritaires (par genre)

Œuvres majoritaires			
Genre	Majoritaires (€)	Total genre (€)	% Majoritaires
Courts métrages	24.325	24.325	100%
Téléfilms	0	2.039.999,7	0%
Documentaires	1.292.239	1.466.833	88,1%
Fonds séries belges	2.096.000	2.096.000	100%
Série belge hors fonds	133.350	133.350	100%
Films (longs métrages)	360.525	754.849	47,8%
Animation	479.000	1.008.600	47,5%
Total	4.385.439€	7.523.956,7€	58,3%

La RTBF a investi 7.523.957€ (+33%) dans des programmes de stock. Ce montant représente 103,3% de l'engagement minimum dans la (co)production avec des producteurs indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles (7.281.876€). Le Collège constate que le seuil de 70% prévu à l'article 12.4.2.a) du contrat de gestion est respecté. L'obligation est dès lors rencontrée.

La RTBF a investi 1.466.833€ (-3%) dans des documentaires. Ce montant représente 20,14% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 20% prévu à l'article 12.4.2.b du contrat de gestion est tout juste respecté.

La RTBF a investi 2.096.000€ (+46%) dans le « fonds spécial pour les séries belges ». Ce montant représente 28,8% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 20% prévu à l'article 12.4.2.c du contrat de gestion est respecté.

La RTBF a investi 2.114.825€ (+27%) dans des programmes de flux. Ce montant représente 29% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le plafond de 30% prévu à l'article 13 du contrat de gestion est respecté.

Fonds spécial (art. 12.5)

Le Fonds spécial est un crédit budgétaire géré par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA) destiné à stimuler la coproduction entre la RTBF et les producteurs indépendants. En application de l'accord-cadre du 2 mars 1994 conclu entre le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF, cette dernière dispose d'un droit de tirage sur ce fonds d'un montant de 1.368.681,00 € pour 2014, réparti entre longs métrages, documentaires et courts métrages (cf. tableau ci-dessous).

Ce montant est égal à l'exercice 2013, lui-même inférieur à celui de l'exercice 2012 (1.914.679 EUR). En effet, suite à l'adoption du nouveau contrat de gestion de la RTBF, et compte tenu de la priorité qui y est accordée au développement de séries télévisuelles belges de fiction, les montants du Fonds spécial antérieurement consacrés aux téléfilms et séries, soit 545.998 EUR, ont été réaffectés au nouveau Fonds FWB/RTBF pour les séries télévisuelles belges.

Dans son bilan 2014, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel admet les montants engagés par la RTBF dans le cadre du fonds spécial sous la réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations

complémentaires encore à fournir. Le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel a donc constaté l'exercice correct du droit de tirage par la RTBF sur le Fonds Spécial pour l'exercice 2014.

Répartition du droit de tirage sur le fonds spécial

Types d'œuvres	Montant du droit de tirage (€)	Répartition du droit de tirage
Longs métrages	900.998 €	65,8%
Documentaires	427.683 €	31,3%
Courts métrages	40.000 €	2,9%
TOTAL	1.368.681 €	100%

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir en parallèle, sur ses fonds propres, un montant minimum qui s'élevait à 1.092.269,77€ en 2014⁵.

Dans son bilan 2014 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements consentis par l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 2.245.599€ pour 2014⁶.

Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.153.329,23€ par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994.

Enfin, l'article 12.5 du contrat de gestion prévoit que la RTBF crédite annuellement ce fonds spécial d'un quart des sommes dépassant le seuil de 25% des recettes nettes de publicité qu'il perçoit, déduction faite de la T.V.A. et des commissions de régie publicitaire. Ces recettes nettes de publicité représentant 20,63%⁷ des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2014, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'imposait pour 2014.

Fonds spécial pour les séries belges (art. 12.4.3)

La RTBF s'est engagée à « mener des stratégies de financement coordonnées en vue de créer un effet de levier destiné à développer une industrie de production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires, impliquant toutes institutions publiques et sociétés privées intéressées ». Conformément à l'article 12.4.2.c du contrat de gestion, ces « séries locales et populaires peuvent valoriser l'identité de la Fédération Wallonie-Bruxelles et des régions qui la composent, par leur ancrage en Fédération Wallonie-Bruxelles ou par la mise en valeur de son, patrimoine ». L'objectif que se fixe la RTBF est d'atteindre progressivement la mise à l'antenne, au terme du quatrième contrat de gestion, d'un épisode de série télévisuelle belge francophone par semaine.

⁵ Ce montant est supérieur à l'obligation de 2013 (1.079.317,59€), lui-même inférieur à celui de l'obligation 2012 (1.511.015,17€). Il est calculé en proportion de l'enveloppe globale du Fonds Spécial, elle-même revue à la baisse en 2013.

⁶ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles – le bilan 2014 », http://www.audiovisuel.cfwb.be/index.php?id=avm_bilancca, pp. 83-86 (avec détails des montants par contrat).

⁷ Cf. ci-dessous, point concernant les recettes publicitaires de l'éditeur.

Afin d'atteindre ces objectifs, un fonds spécial pour les séries belges (ci-après « fonds séries ») a été créé. Ce dernier est alimenté par une contribution obligatoire de la RTBF fixée par le contrat de gestion. Le montant minimal de cette contribution s'élève à 23% de l'obligation d'investissement totale dans la production indépendante, soit 7,2 millions € indexé. L'éditeur a rempli cette obligation en 2014 à hauteur de 1.676.000€ et a complété cette enveloppe minimale par un montant supplémentaire de 420.000 €.

Outre la contribution de la RTBF, ce fonds séries est alimenté chaque année par la Fédération Wallonie-Bruxelles, à hauteur de :

- 545.998 € constants, provenant du Fonds spécial visé à l'article 12.5 du contrat de gestion ;
- 800.000 € complémentaires engagés sur le budget de la Fédération.

Le fonds séries peut en outre être soutenu par toute institution ou société privée désireuse de s'associer au projet.

Les modalités de fonctionnement de ce fonds spécial sont fixées dans une convention conclue le 22 janvier 2014 entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF. Celle-ci prévoit notamment que les différentes contributions annuelles au fonds peuvent faire l'objet d'un report sur les années ultérieures s'ils n'ont pas pu être totalement affectés au cours de l'année concernée (art. 2). Elle prévoit également sous quelles formes et à quelle hauteur le fonds peut intervenir annuellement dans le développement de la production de séries (art. 3). Il peut s'agir d'apports (i) pour le développement de la bible et des synopsis, (ii) pour le développement des versions dialoguées de projets de plus de dix épisodes, (iii) pour la réalisation d'un pilote court et (iv) pour la production de projets de 10 épisodes.

Le choix des projets bénéficiant du fonds séries revient à un Comité de sélection (art. 4 de la convention).

Pour rappel, la RTBF avait décidé d'alimenter anticipativement le fonds séries. Dès 2012, un montant de 630.000 €, initialement prévus pour des coproductions de séries en 2012, a fait l'objet d'un report 2013 pour versement au Fonds séries. En conséquence, le total affecté à la production indépendante en 2012 était inférieur de 105.697€ par rapport aux prescrits du contrat de gestion. Cette faculté de report d'investissement n'était formellement pas prévue mais le Collège avait pris en considération l'engagement formulé par la RTBF de « *participer activement à l'objectif d'accroître la production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires* ». Toutefois, le Collège précisait qu'il veillerait à la bonne affectation en 2013 de l'engagement de 105.697€ reporté⁸.

Pour l'exercice 2013, la RTBF déclarait avoir investi 303.260 € à la production de la première saison de la série « *Esprits de Famille* » au titre de soutien à des séries belges francophones. Selon les explications apportées par la RTBF suite au dernier contrôle⁹, ce montant était considéré comme affecté et dépensé pour une série belge relevant du Fonds, cette dernière ayant par ailleurs bénéficié d'un droit de tirage sur l'apport de la Fédération Wallonie-Bruxelles au fonds. Cette somme apparaissait donc comme imputable de la provision de 630.000€ comptabilisée en 2012 dans le

⁸ Avis du Collège n°118/2013, Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2012, p. 14.

⁹ Avis du Collège n°70/2015 du 18 décembre 2014, Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2013.

paragraphe susvisé.

Il est à noter cependant que le soutien apporté à cette série a eu lieu en dehors de l'appel à projets de septembre 2013 permettant aux créateurs intéressés de remettre leurs projets pouvant être éligibles au fonds FWB-RTBF pour les séries belges. Suivant la RTBF, il semble que cette production ait néanmoins bien été validée par le Comité de sélection et le Comité d'agrément administratif, composés paritairement de représentants de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de la RTBF et compétents respectivement pour choisir les projets susceptibles d'être développés, puis produits dans le cadre de la gestion du fonds, et pour vérifier entre autres la viabilité technique et financière des projets soutenus ainsi que l'éligibilité des dépenses annoncées.

Le Collège invite le Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui assure le secrétariat des Comités susvisés, à lui fournir une liste des projets soutenus jusqu'à présent dans le cadre du fonds séries, précisant la forme de l'intervention, ainsi que les montants des droits de tirage prévus et ceux qui ont effectivement été libérés. Ceci permettra notamment d'apporter la confirmation que la série « Esprits de Famille » a bien été validée comme éligible à une intervention du fonds et, de manière générale, de réaliser annuellement un état de l'utilisation du fonds.

Toujours dans l'objectif de réaliser cet état annuel mais également de manière à démontrer la conformité au contrat de gestion des investissements en coproduction consentis, notamment sur les critères d'œuvre majoritaire et d'indépendance des producteurs, le Collège sollicite en outre de la part de la RTBF, dans la perspective du contrôle prochain, la fourniture du détail de l'affectation et de l'utilisation des provisions 2012 et des apports annuels successifs (pour 2013, 2014 et 2015) au fonds séries pour les différents projets soutenus¹⁰.

2.5 Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (art. 25.5 d & art. 56.2)

La RTBF a pour obligation de verser au Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (FACR) 2% du produit de ses recettes nettes de publicité commerciale en radio. L'éditeur déclare avoir versé un montant de 462.315,65 € en 2014 et le FACR confirme ce versement dans son bilan. Ce montant correspond à l'aide calculée sur base des recettes publicitaires commerciales nettes en radio de 23.115.782,50 € pour l'année 2013.

Quant aux recettes publicitaires commerciales en radio pour l'exercice 2014, elles s'élèvent, d'après les chiffres déclarés à la Fédération Wallonie-Bruxelles, à un montant de 24.438.504,24 €. Sur cette base, la contribution au FACR due par l'éditeur en 2015 est fixée à 488.770,08 € ce qui représente une hausse de 26.454,43 € (+5,72%).

Contribution de la RTBF au FACR

	Contribution FACR	Evolution en €	Evolution en %
2009	261.008,32 €	-4.987,13€	-1,87%
2010	304.174,79 €	+43.166,47€	+16,54%
2011	354.310,78 €	+50.138,99€	+16,48%
2012	387.246,36 €	+32.935,58€	+9,30%
2013	431.351,00 €	+44.104,37€	+11,39%

¹⁰ Comme elle le fait pour les autres types de production indépendante dans lesquelles elle investit conformément aux articles 12 et 13 du contrat de gestion

2014	462.315,65 €	+30.964,65€	+7,18%
2015	488.770,08 €	+26.454,43€	+5,72%

S'agissant de l'obligation de diffuser annuellement des programmes financés par le FACR à concurrence de 20 heures, l'éditeur déclare, pour 2014, avoir diffusé des œuvres soutenues par le FACR au sein des programmes « Par Ouï Dire » (en semaine, de 22h05 à 23h) et « Eldorado » (le Samedi et Dimanche de 22h05 à 23h) sur La Première.

La RTBF y a également diffusé des œuvres financées par « Du côté des ondes », le programme d'aide aux projets de création radiophonique soutenu par la RTBF, la Promotion des Lettres, la SACD-SCAM Belgique, et la SACD France.

La RTBF indique avoir diffusé 55 programmes de création radiophonique pour un total de plus de 45 heures, l'obligation est dès lors largement rencontrée.

Soumission de projets

Le contrat de gestion de la RTBF l'invite à mener une politique de contrats harmonisée avec des producteurs audiovisuels indépendants (art. 12.1 et 12.2). À ce propos, l'éditeur déclare : « *il existe des modèles de conventions de coproduction établies en collaboration avec le département juridique et la direction des antennes en accord avec les associations professionnelles et la Fédération Wallonie-Bruxelles. Celles-ci ont d'ailleurs fait l'objet d'un protocole d'accord en date du 19 décembre 2011* ».

En outre, l'article 12.7 de son contrat de gestion impose à la RTBF d'informer les producteurs audiovisuels indépendants qui lui remettent des projets de coproductions de ses choix à leur égard, en soulignant les qualités et défauts qui les ont guidés.

La RTBF transmet dans son rapport annuel un tableau qui synthétise les procédures suivies dans ce cadre en fonction des genres desquels relèvent les projets reçus. La RTBF précise sur ce point que les producteurs ayant participé à l'appel à projet pour les séries belges ont été informés des suites données aux projets déposés sur cette base et que les lettres de refus ont été transmises en version électronique.

La RTBF doit appliquer un suivi du même ordre à l'égard des suggestions de programmes qui émanent des membres de son personnel (article 62 du contrat de gestion). Sur ce point, l'éditeur décrit sa procédure d'élaboration des grilles de programmes et déclare stimuler la créativité via des appels à projets.

2.6 Archives et plateforme pédagogique avec la Sonuma (art. 17)

Exploitation des archives

L'article 17 § 1^{er} du contrat de gestion demande que la RTBF poursuive « *ses collaborations avec la SA SONUMA pour exploiter au mieux le fonds d'archives sonores et audiovisuelles qu'elle lui a cédé, à des fins de conservation, de numérisation et de valorisation* ».

La RTBF rappelle que « *la SONUMA poursuit le travail de numérisation des archives RTBF et a finalisé la numérisation des supports magnétiques vidéo* ».

Concernant l'indexation des archives, la RTBF affirme que « depuis l'été 2014, une équipe de plus de 10 personnes indexe à grande échelle les contenus numérisés », suite à l'attribution du marché d'indexation qui couvre la période 2014-2019.

En ce qui concerne la valorisation, l'accord avec la plateforme INAMEDIAPRO met à disposition de cet outil de recherche une sélection d'archives.

Mise à disposition des archives

L'article 17§2 demande que la RTBF soit d'une part attentive à ce que « la SONUMA mette ces archives à disposition des différents secteurs intéressés (...) » et d'autre part à ce que la SA « accélère la mise à disposition et l'accessibilité de ces archives à tous les publics ».

Pour la mise à disposition à l'intérieur de la RTBF, toutes les équipes de la RTBF accèdent librement aux archives numérisées par la SONUMA via un outil de recherche adapté dénommé Tramontane SONUMA. Celui-ci permet de consulter instantanément les vidéos et de déclencher leur rapatriement dans les outils de montage de la RTBF.

La RTBF constate une utilisation exponentielle d'archives dans les productions et dans l'information, ce que le CSA a pu vérifier dans le rapport annuel, que ce soit dans la série de documentaires sur la Grande Guerre diffusée sur La Première ou, autre exemple, dans l'émission « Les pêcheurs de perles » sur Musiq'3.

Pour la mise à disposition à l'extérieur à la RTBF, « les demandes des professionnels sont gérées directement par l'équipe commerciale de la SONUMA. Le site public www.sonuma.be constitue la vitrine promotionnelle des archives et de nombreuses demandes de recherches sont déclenchées suite à des consultations de ce site ».

En 2014, la SONUMA a fourni des archives aux organisateurs d'expositions en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Enfin, la RTBF déclare que la SONUMA travaille à une mise à disposition des archives au grand public dont la mise en œuvre était prévue pour 2015, avec le bémol que « le clearing des droits nécessite un travail important pour permettre cette exploitation ».

Plateforme numérique

Enfin, la RTBF doit développer « avec la SA SONUMA et la FWB une plateforme numérique de coopération entre les trois parties précitées, permettant la mise à disposition de contenus audiovisuels, spécialement informatifs ou documentaires, à destination des professeurs et des élèves (...) » (article 17 § 3).

La RTBF décrit diverses réunions à l'issue desquelles « des représentants de l'Administration générale de l'enseignement et de la recherche scientifique ont ensuite rencontré des membres de la Sonuma » et déclare que « plusieurs ressources télévisuelles, classées par thème ou par dossier, sont déjà disponibles sur son site ».

Le projet soumis au Ministre a été accepté en février 2015 et le business case « doit être encore affiné ». La RTBF « travaille sur une proposition de structure de site » et a pour objectif que le portail soit en ligne en septembre 2016.

3. Information

3.1 Déontologie de l'information

Le renforcement de la cohésion sociale, la qualité et le respect des pratiques en matière d'information et de déontologie journalistique sont garantis, selon l'éditeur, par la structure de sa direction de l'information qui prévoit un encadrement permanent des équipes de rédaction.

La RTBF met également 4 textes fondamentaux en évidence :

- La déclaration de l'Union européenne de radiodiffusion ;
- La Charte des valeurs de l'entreprise (2012), inspirée notamment de la déclaration de l'UER ;
- Le règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel.
- Le guide d'usage des réseaux sociaux.

L'éditeur déclare en outre que sa société des journalistes (SDJ), association de fait créée le 25 janvier 2005, tient tous les membres du personnel informés de ses activités via l'intranet de l'entreprise. Ses statuts prévoient que « *tout journaliste de la RTBF jusque et y compris le grade de secrétaire de rédaction est, s'il le souhaite, membre de la Société des journalistes de la RTBF, à l'exception de ceux ou celles ayant travaillé au sein d'un cabinet politique dans les deux années précédentes. Tout membre peut participer aux délibérations de l'association. La participation aux décisions implique d'être en ordre de cotisation* ».

3.2 En télévision

La RTBF produit au moins trois journaux d'information générale par jour : « Le 13h00 », « Le 19h30 » et « Le 12 minutes ». Cette offre est renforcée du lundi au vendredi par « Le 15 minutes » et par des éditions spéciales en fonction de l'actualité.

La RTBF produit un journal d'information générale destiné à la jeunesse, du lundi au vendredi, hors vacances scolaires, et selon un horaire approprié : « Les Niouzz » (diffusé sur La Trois à 17h15 et rediffusé à 20h05 avec traduction gestuelle).

La RTBF diffuse au moins deux programmes mensuels portant sur l'actualité et les enjeux internationaux : « C'est ça l'Europe », « Mag Europarl », « le Bar de l'Europe » et « EuropeS ».

La RTBF produit deux programmes bimensuels d'investigation, d'enquête et de reportage en dehors des périodes d'été et de congé : « Questions à la Une » et « Devoir d'enquête ». Elle produit également le programme de débat hebdomadaire : « Mise au point ». Elle produit enfin des entretiens hebdomadaires d'actualité : « le Bar de l'Europe », « L'Indiscret » (dans « Mise au point ») et « Jeudi en prime ».

La RTBF déclare que son offre d'information est en évolution constante dû à la volonté de ses rédactions de développer des formats innovants susceptibles de toucher tous ses publics. C'est dans ce contexte que le programme hebdomadaire d'information décalée « 7 à la une » est apparu dans ses grilles en 2014.

Le Collège constate que l'offre d'information de la RTBF remplit ses obligations contractuelles.

3.3 En radio

En radio, l'éditeur remplit amplement sa mission de diffuser plusieurs journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste puisqu'il diffuse, sur La Première, 31 journaux quotidiens, rappels des titres et flashes d'information générale du lundi au vendredi, 25 le week-end et les jours fériés.

Sur la Première, une séquence d'information multirégionale, « En direct près de chez vous », est diffusée du lundi au vendredi. Vivacité diffuse des émissions en décrochage entre 6h et 8h dans les régions de Bruxelles, Liège, Charleroi, Hainaut, Namur et Luxembourg. En outre, les programmes « Aller-retour » (15h-17h), également en décrochage, détaillent la vie des régions de Bruxelles, Liège, du Hainaut et de l'ensemble Namur-Luxembourg-Brabant wallon.

La RTBF remplit largement son obligation de diffuser différents programmes de débats, forums ou entretiens d'actualité avec « Fenêtre sur l'actu », « L'acteur en direct », « Le forum de midi », « L'envers de l'info », « Face à l'Info », « Le grand oral », etc.

Elle diffuse plusieurs programmes consacrés à l'actualité internationale : notamment les séquences « Carnet du monde », « L'actu francophone », « Afrik'hebdo », « La Semaine de l'Europe ». Les programmes « Transversales », « Face à l'info » ou « Ce qui fait débat », notamment, traitent également régulièrement de l'actualité internationale.

Sur l'ensemble de ces programmes en radio, la RTBF remplit donc ses obligations contractuelles.

3.4 Nouvelles plateformes

La quasi-totalité de l'offre d'information de la RTBF est proposée en live et à la demande sur son site internet. Certains programmes peuvent également être consultés par séquences.

En fonction de l'actualité, des dossiers d'information spécifiques sont mis en ligne : les jeux de Sochi, la guerre civile en Ukraine, le festival de Cannes, l'épidémie d'Ebola...

La RTBF précise également qu'elle développe l'interactivité de ses contenus, notamment en tenant compte des nouveaux modes de consommation de l'information : apport d'informations de proximité via les smartphones et diffusion des contenus d'information sur toutes les plateformes, de manière à assurer la disponibilité des contenus d'information sur internet et les réseaux sociaux.

3.5 Période électorale

En 2014, la RTBF a produit 4 baromètres politiques en collaboration avec un organe de presse quotidienne. Ces sondages d'opinions ont été réalisés par Dedicated Research (Institut indépendant d'études de marchés et de sondages d'opinions).

La RTBF a adopté un dispositif électoral. Il est public : <http://ds.static.rtbf.be/article/pdf/dispositif-electoral-2014-1391444771.pdf>.

L'éditeur a couvert les enjeux et les résultats du scrutin de 2014 tant en radio, qu'en télévision, que sur ses nouveaux médias. Il a produit une soirée électorale en direct le jour du scrutin.

3.6 Modération sur les plateformes numériques

La RTBF n'autorise les commentaires sur ses plateformes interactives que si un modérateur est disponible pour filtrer les messages.

En tant qu'administrateur, la RTBF peut supprimer des commentaires sur base de critères propres définis au regard des contours légaux de la liberté d'expression. L'éditeur peut également bannir les internautes ayant des comportements illicites.

La RTBF a engagé des contacts avec divers acteurs disposant de solutions d'authentification pouvant être implémentées sur ses sites et notamment avec Media ID, plateforme de paiement commune, permettant aux internautes d'utiliser un même profil sur tous les sites d'information belges. Il s'agit d'un outil personnel de connexion et de paiement offrant un accès sécurisé et simple à des sites de médias, des applications et des services. Ce projet n'a cependant pas encore pu aboutir.

En complément des « administrateurs de pages », la RTBF dispose d'une équipe de coordinateurs des réseaux sociaux auxquels des formations spécifiques sont dispensées. Les employés et collaborateurs de la RTBF disposent enfin d'un « guide des bons usages des réseaux sociaux » insistant notamment sur l'identification des auteurs de « posts », l'usage des paramètres de confidentialité, la rédaction de contenus respectueux, responsables et pertinents ou encore l'esprit de l'entreprise publique.

4. Éducation permanente (art. 28)

La RTBF doit traiter dans ses programmes, de manière transversale, des questions relatives à l'éducation permanente et à la pédagogie des enjeux démocratiques et notamment des questions liées au renforcement du lien social, à la responsabilisation individuelle et collective, au rôle des relations familiales et intergénérationnelles, à l'intérêt de l'engagement citoyen et des jeunes en particulier.

En outre, l'éditeur doit, dans sa programmation, contribuer à la formation, l'éducation et l'information des consommateurs, la sensibilisation à l'environnement, au cadre de vie et au développement durable, l'éducation à la santé et la vulgarisation scientifique, la compréhension de la vie sociale, politique et économique, la critique des stéréotypes et des préjugés et la prévention des discriminations, l'information et l'engagement des jeunes, la parentalité, les questions éducatives, l'éducation aux médias et à la citoyenneté.

L'éditeur déclare diffuser, en télévision comme en radio, des programmes qui traitent de manière transversale des questions d'éducation permanente. Parmi ces programmes, ceux dont la RTBF détient les droits sont aussi disponibles sur son site internet en catch-up, podcast ou VOD.

4.1 En télévision

L'éditeur qualifie 17 de ses programmes comme relevant particulièrement de l'éducation permanente et citoyenne. Il cite notamment :

- « Les Belges du bout du monde » (mensuel sur La Une) : expériences et histoires de Belges expatriés.
- « On n'est pas des pigeons » (quotidien sur La Une) : magazine de consommation.
- « Le jardin extraordinaire » (hebdo sur La Une) : nature et environnement.
- « Alors on change » (mensuel La Deux et La Trois) : environnement, solidarité active,

consommation, ...

- « Matière grise » (hebdo sur La Une et La Deux) : magazine scientifique.
- « Reflets sud » (hebdo sur La Deux et La Trois) : regard sur les pays du sud.
- « Tout ça (ne nous rendra pas le Congo) » (mensuel sur La Une et La trois) : « *la vie au jour le jour, sans concession, de personnes ordinaires ou non* ».
- « MediaLog » (mensuel sur La Deux et La Trois) : médiation et éducation aux médias.

4.2 En radio

L'éditeur identifie plusieurs de ses programmes comme relevant particulièrement de l'éducation permanente et citoyenne (dont une majorité sur La Première et sur Vivacité). Il cite notamment :

- Le décryptage de l'actualité - « Le forum de midi » (La Première) ou « Dans quel monde on vit » (La Première).
- Le débat de société - « Face à l'info » (La Première) ou « C'est vous qui le dites » (Vivacité).
- La découverte de l'autre - « Transversales » (La Première) ou « Eldorado » (La Première).
- La famille et l'affect - « La vie du bon côté » (Vivacité) ou « Bang Bang » (Pure FM).
- L'environnement - « Grandeur Nature » (Vivacité).
- La santé - « O positif » (La Première).

Le Collège constate que l'offre en programmes d'éducation permanente de la RTBF remplit ses obligations contractuelles.

4.3 Éducation aux médias (art. 29, 36 et 37)

En vertu de son contrat de gestion (art.29), la RTBF doit porter une attention particulière aux questions relatives aux médias électroniques et à la consommation publicitaire en diffusant sur les services audiovisuels qu'elle juge pertinents des programmes ou séquences répondant à ces objectifs. En outre, la RTBF est tenue de renforcer sa collaboration avec le Conseil supérieur d'éducation aux médias et de nourrir avec celui-ci un dialogue régulier.

En télévision

Le programme « Medialog » (10 éditions en 2014) s'adresse « *à tous les publics en usant d'une pédagogie claire et attractive* ». Le programme décrypte les pratiques journalistiques, l'évolution du monde des médias et, plus globalement, tout ce qui se passe de l'autre côté de l'écran. Des professionnels du terrain témoignent de leur expérience, le processus de « fabrication » d'un programme est décodé. La rubrique « MediaFactory » explore le quotidien d'un métier de l'audiovisuel, ainsi que la filière de formation pour y accéder.

En outre, les programmes d'information générale abordent régulièrement des thématiques en phase avec la mission d'éducation aux médias (journaux parlé et télévisés, « On n'est pas des pigeons », « 7 à la Une »).

En radio

Des thématiques relatives à l'éducation aux médias sont traitées dans les programmes : « MediaTic », « Entrez sans frapper », « Face à l'info », « Le Forum de midi », « Connexions ». Certaines rubriques

concrétisent également la mission de service public : « Surfons tranquille » et « Media 21 » (Classic 21), « Celebrity is a job », « Fast and curious » et « Bang Bang » (Pure FM),

Certains programmes (Belgodyssée et Francodyssée) permettent en outre à de jeunes journalistes de réaliser des reportages dans le cadre d'un concours pour l'accès à un stage à la RTBF.

Hors antenne

Conformément à son contrat de gestion, la RTBF entretient des contacts réguliers avec le CSEM (séances plénières, quatre groupes de travail RTBF-CSEM).

Elle participe également à des projets d'éducation aux médias en partenariat avec Media Animation, à l'opération « Journalistes en classe », au plan « Média Citoyenneté Diversité » du Carrefour des cultures...

En outre, elle organise des visites guidées en son sein :

- « RTBF inside » : mise en lumière, sur divers supports, des étapes de fabrication des contenus, des métiers de l'audiovisuel et de leurs contraintes ; points sur les questions d'audiences, de communication-marketing, de budget et de programmation ; rencontres avec des professionnels).
- « RTBF Lab » (dès 8 ans ; déconstruction et production de contenus audiovisuels ; exercice de l'esprit critique et de la créativité ; en relation avec les objectifs du CSEM).

Enfin, l'éditeur considère que le dialogue qu'il entretient avec ses auditeurs et téléspectateurs via son service de médiation et via les réseaux sociaux contribuent également à l'éducation aux médias du public.

Plan stratégique d'éducation aux médias

Son contrat de gestion prévoit que la RTBF mette en œuvre un plan stratégique d'éducation aux médias, développé sur tous ses médias (360°). Sur base des recommandations d'un groupe de travail créé en interne, le conseil d'administration a validé un tel plan en 2014. Celui-ci s'inscrit dans les grandes tendances de l'évolution du secteur audiovisuel (croissance de la consommation non linéaire, progression des usages mobiles, interactivité, développement de la consommation publicitaire sur mobiles, réseaux sociaux, nouveaux entrants issus du web).

La RTBF identifie 6 axes prioritaires :

1. mise en avant des choix éditoriaux ;
2. participation des publics ;
3. production d'un programme sur les nouvelles technologies ;
4. programmes pour les jeunes et les enfants ;
5. visites guidées ;
6. formation du personnel.

Par ailleurs, le plan prévoit d'analyser la faisabilité de la création d'un site internet ou d'applications destinés à l'éducation aux médias, de faire l'inventaire des programmes d'éducation aux médias et d'analyser la possibilité d'isoler les séquences d'éducation aux médias contenues dans certains programmes.

Un « groupe de pilotage informel », constitué avec le CSEM, a été mis en place pour assurer le suivi de la concrétisation du plan stratégique.

Nouvelles plateformes

Le projet d'éducation aux médias « What the fake ? » - décrit ci-dessous - constitue un programme interactif particulièrement développé sur internet et les réseaux sociaux. Les programmes de télévision et de radio dont la RTBF détient les droits sont disponibles en télévision de rattrapage, vidéos à la demande et podcast.

Sur l'ensemble de ces programmes, la RTBF remplit donc ses obligations contractuelles.

Education aux médias pour les enfants et la jeunesse

Jeunesse

Sur ce point, la RTBF met en évidence le programme interactif « What the fake » (24 éditions en 2014). Il s'agit d'une coproduction impliquant également la Fédération Wallonie-Bruxelles et des associations d'éducation aux médias. « What the fake » s'est principalement développé sur internet et sur les réseaux sociaux avec pour objectif de susciter la prise de parole des jeunes (13-18 ans) sur des thématiques de leur vie quotidienne liées aux médias : « T'as tué qui aujourd'hui ? : les jeux vidéos », « Pas Net : ne pas être présent sur les réseaux sociaux », « Les Anges de la Fake Réalité : la télé réalité »...

Enfants

Sur ce point, la RTBF rappelle que des élèves de classes du niveau fondamental participent activement à la réalisation des Niouzz, démarche qui procède bien de l'éducation aux médias (41 classes en 2014). Les enfants peuvent aussi devenir « OUFtivi reporters » et participer activement à des productions de séquences sur des sujets qui les préoccupent. Des démarches similaires existent sur Musiq'3 : découverte des coulisses de la radio, initiation au journalisme et au montage sonore.

L'article 37 du contrat de gestion implique que l'éditeur diffuse, dans son journal d'information destiné aux enfants, « des séquences d'éducation aux médias consacrées spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment au placement de produits) ». Pour l'exercice 2014, l'éditeur renseigne une quarantaine de séquences de ce type regroupées sous la rubrique « A quoi ça sert ? ».

Le Collège salue les nombreuses initiatives prises par l'éditeur. Il constate que le plan stratégique décrit ci-dessus témoigne d'une véritable volonté de s'investir en matière d'éducation aux médias.

5. Culture

La RTBF doit veiller à proposer la culture sous toutes ses formes en s'appuyant sur tous les genres de programmes : d'une culture patrimoniale à une culture vivante et contemporaine. Elle doit ancrer son offre culturelle dans la mise en valeur des ressources culturelles, artistiques, patrimoniales et touristiques de la FWB. Elle doit renforcer son rôle d'incubateur de talents et d'espace de diffusion en accordant une attention particulière aux créateurs, auteurs, artistes, interprètes, éditeurs, producteurs, réalisateurs et distributeurs de la FWB. Elle doit accorder une attention particulière aux talents émergents de notre Fédération.

La RTBF déclare avoir répondu à l'obligation via certains de ses programmes.

Pour la mise en valeur du patrimoine, elle cite en télé « Télétourisme » (205 sujets sur le patrimoine wallon et bruxellois) et « Ma terre » (plusieurs programmes anciens rediffusés sur La Trois et un programme nouveau diffusé en *prime time* sur La Une). L'éditeur relève aussi son nouveau programme

« Sur les traces de... » qui explore notre territoire au travers des personnalités historiques qui y ont laissé leur empreinte. Deux numéros ont été diffusés en 2014. D'autres programmes comme « C'est du belge » (La Une), « Le beau vélo de Ravel » (La Une / Vivacité) ou « Grandeur nature » (Vivacité) contribuent aussi à la mise en avant des ressources patrimoniales de la Belgique francophone.

Pour le soutien aux talents émergents ou confirmés de notre Fédération, l'éditeur indique accorder une attention particulière à leur présence dans ses programmes constitués ou incluant des prestations d'artistes (saynètes, concerts, sessions acoustiques, DJ set, ...). Il cite notamment :

En télévision

- Des programmes de divertissement : « Le Meilleur de l'Humour », « Le Gala Cap 48 » ou « Signé Taloché » (La Une).
- Des programmes culturels et/ou musicaux : le télé-crochet « The Voice » (La Une) ; l'agenda culturel « 50 degrés Nord » (Arte Belgique); « Le meilleur du classique » (La Trois) et « D6bels on stage / D6bels Francofolies » (La Deux) avec la participation en 2014 d'une trentaine d'artistes ou de groupes de la FWB.
- Les cases de diffusion « Cinéma belge » et les coproductions de documentaires et de fictions (notamment les séries belges).

En radio

- Des programmes culturels et/ou musicaux :
 - la Première : « Zik-Zag » (nouveau-musicales), « Le Grand Jazz », « Le monde est un village » (musique du monde), La séquence « c'est bon, c'est du belge » (dans le programme « Bientôt à table »).
 - Vivacité : séquences « The Voice ».
 - Pure FM : « Drugstore » (culture/musique), « Nu disco » (DJ set).
 - Musiq'3 : « Le grand 4H », « Jazz », « Musiq Académies » « Soirées Opéra »
- Un programme d'écriture radiophonique : « Par Ouï-dire » (La Première).
- Des émissions en wallon : 3 programmes hebdomadaires (Liège – Hainaut – Namur/BW/Lux) présentés dans des dialectes régionaux (Vivacité).
- « Les enfants de chœur » : programme hebdomadaire enregistré en public dans différentes salles de la FWB avec de jeunes humoristes de notre Fédération (Vivacité).

Au travers de ces programmes, l'éditeur remplit ses objectifs en matière de promotion du patrimoine et de soutien aux artistes de la FWB.

Nouvelles plateformes

En avril 2014, la RTBF a lancé son premier appel à projets concernant les webséries de la RTBF « afin d'offrir aux jeunes créateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles des moyens de production et un espace de diffusion web ». Au total, RTBF Interactive a reçu 40 projets, ce qui démontre « la demande démesurée et l'enthousiasme considérable pour la création de nouveaux formats ».

L'objectif de « stimuler la production francophone sur le web et d'aider une nouvelle génération de producteurs à se faire remarquer ». Les cinq dossiers présélectionnés ont disposé d'une enveloppe de 10 000 euros chacun pour produire un premier épisode. Ensuite, un concours sur les réseaux sociaux a

déterminé le gagnant, à savoir la websérie « Euh », qui s'est vue attribuer 100 000 euros pour sa production et la diffusion de l'ensemble de la série sur les plateformes de la RTBF.

5.1 Promotion culturelle (art.25.3)

La RTBF doit veiller à la diffusion de programmes d'information, de sensibilisation et de promotion culturelles, consacrés, séparément ou cumulativement, au patrimoine, aux différents modes d'expression et de création, ainsi qu'à toutes les disciplines artistiques, tels que la littérature, le cinéma, la musique, les arts de la scène, les beaux-arts, les arts plastiques, l'architecture, la bande-dessinée, la mode et le design.

L'éditeur déclare avoir répondu à l'obligation en proposant en télévision, en radio et sur internet des programmes centrés sur une ou plusieurs disciplines artistiques. Il cite entre autres :

- Des agendas culturels ou des programmes dans lesquels sont reçus (ou qui concernent) des artistes de toutes disciplines et qui font l'actualité :
 - en TV : « 50° Nord » (Arte Belgique/La Une), « Hep Taxi » (La Deux).
 - en radio : « Tout le monde y passe », « Entrez sans frapper », « La bande des curieux » (La Première) ; « les agendas culturels » (Musiq'3) ; « Drugstore » et « Bang Bang » (Pure FM).
 - sur internet : « l'agenda culturel » sur RTBF.be/culture.
- Des programmes littéraires :
 - en TV : « Livré(s) à domicile » (La Deux).
 - en radio : « La librairie francophone » (La Première).
- Des programmes sur le cinéma :
 - en TV : « Screen » et « Ciné Station » (La Deux).
 - en radio : « 5 heures cinéma » (Pure FM).
- Des programmes musicaux :
 - en TV : « D6bels on stage » (La Deux), « Le meilleur du classique », « Concours Reine Elisabeth » (La Deux/La Trois).
 - en radio : la majorité des programmes des trois chaînes musicales (Musiq'3, Classic21, Pure FM), « Zik-zag », « Le Monde est un Village » et « Le grand jazz » (La Première).
- Des programmes tv consacrés à d'autres disciplines :
 - « Quais des Belges » (Arte Belgique) : sculpture, bande-dessinée, architecture ... (10 émissions en 2014).
 - « D'art D'art » (La Trois) : microprogramme sur l'histoire de l'art.

L'éditeur indique aussi que les arts de la scène, les beaux-arts et les arts plastiques font l'objet de séquences régulières dans ses journaux télévisés et parlés.

A travers ces programmes, l'éditeur remplit ses objectifs en matière de programmation culturelle.

Le 19 novembre 2015, préalablement à l'adoption définitive de cet avis, le Collège a entendu en audition l'administrateur général de la RTBF qui a notamment présenté les changements importants apparus en 2015 dans la programmation en lien avec ses missions en matière de culture. De nouveaux programmes ont été mis à l'antenne et d'autres, comme « 50 degrés Nord », ont été supprimés. Selon l'administrateur, l'objectif de ces changements est de décroquer la culture via des programmes plus en phase avec le grand public (programmes plus populaires, novateurs, jouant la carte de la transversalité, ...) ainsi que de l'atteindre par des horaires plus en adéquation avec ses attentes.

5.2 Captations

En télévision (art.25.4, a)

La RTBF doit diffuser au moins 50 spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) et chorégraphiques (ballets) par an, dont au moins 12 produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, avec un minimum de 4 nouvelles captations par an.

L'éditeur déclare avoir diffusé 128 spectacles musicaux (contre 124 en 2013) parmi lesquels 80 produits en Fédération Wallonie-Bruxelles et 77 nouvelles captations. On retrouve une grande partie de cette offre sur La Deux dans le cadre du programme musical hebdomadaire « D6bels on Stage » et sur La Trois avec des programmes tels que « Le Meilleur du Classique » (qui proposent notamment des captations de concerts durant le festival Musiq'3) ou encore les retransmissions du « Concours Reine Elisabeth ».

L'obligation de diffuser 50 spectacles musicaux dont 12 produits en FWB et 4 nouvelles captations est rencontrée. Le Collège constate toutefois que, si les artistes et genres musicaux mis en évidence sont très diversifiés, les lieux de captation ne sont pas le reflet de la diversité des salles de concert et organisateurs d'événements actifs en Belgique francophone.

La RTBF doit diffuser au moins 12 spectacles de scène par an (théâtre, humour,...) produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, dont au moins 10 sont des œuvres théâtrales, avec au moins 4 nouvelles captations théâtrales par an.

L'éditeur déclare avoir diffusé 78 spectacles de scène dont 10 œuvres théâtrales. Sur les 8 nouvelles captations théâtrales, six sont des pièces en Wallon. Dans son avis relatif à l'exercice 2013, le Collège avait encouragé la RTBF « à *diversifier ses nouveaux enregistrements de sorte que d'autres genres de notre riche production théâtrale puissent aussi être proposés aux téléspectateurs* ». Au regard des nouvelles captations qui, comme pour l'année 2013, concernent très majoritairement le théâtre dialectal, le Collège encourage à nouveau la RTBF à diversifier ses genres et lieux de captation.

L'obligation de diffuser 12 spectacles de scène dont dix œuvres théâtrales et 4 nouvelles captations théâtrales est rencontrée.

En radio (art.25.5, a)

En radio, la RTBF doit diffuser au moins 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en FWB.

L'éditeur déclare avoir diffusé sur l'ensemble de ses chaînes 340 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques dont 291 produits en FWB.

L'obligation est rencontrée.

5.3 Collaborations avec les acteurs culturels (art.56.1)

La RTBF doit entretenir un dialogue régulier, au sein de la plateforme de concertation, avec les acteurs culturels de la FWB :

- Pour améliorer la présence et la mise en valeur des auteurs et créateurs de la FWB et de leurs œuvres dans l'ensemble de la programmation de la RTBF ;

- Pour créer et développer des synergies avec l'ensemble des acteurs du secteur, et notamment pour créer, maintenir et développer avec le plus grand nombre d'institutions et associations culturelles relevant de la FWB ou subsidiées par celle-ci, des synergies, des accords de promotion réciproque, des coproductions et des captations de spectacles, spécialement lorsque l'autorisation de diffusion des œuvres dont ces institutions détiennent les droits est accordée à la RTBF à des conditions préférentielles.

L'éditeur signale que la plateforme de concertation s'est réunie deux fois en 2014. Parmi les sujets abordés :

- Le rôle de relais médiatique de l'éditeur pour des opérations promotionnelles de la FWB autour du documentaire, du court-métrage et du cinéma.
- Les réunions de l'éditeur avec le Conseil de la musique non classique pour une meilleure coordination entre les différents acteurs du secteur visant à mieux soutenir la scène musicale de la FWB.
- La participation de la RTBF à un séminaire sur les arts de la scène notamment sur la thématique des captations et de leur coût.
- La couverture par la RTBF de « Mons 2015 ».
- L'appel à projet pour des séries belges.

L'éditeur signale aussi l'organisation en collaboration avec la Chambre patronale des Employeurs permanents francophones de la FWB d'une première table ronde sur la culture articulée autour de trois thématiques : « la culture et l'information », « la culture, sujet des programmes radio et télévision » et « la culture et les nouveaux médias ».

5.4 Quotas

En télévision (art. 19)

Sur base des échantillons relatifs à l'exercice 2014, et en comptabilisant les œuvres diffusées sur l'ensemble de ses trois services linéaires, la RTBF déclare les proportions suivantes :

- Les œuvres européennes représentent 75,66% de l'échantillon ;
- Les œuvres d'expression originale francophone représentent 69,02% de l'échantillon ;
- Les œuvres émanant de producteurs indépendants représentent 33,69% de l'échantillon ;
- Les œuvres émanant de producteur indépendants et produire dans les 5 années précédant la diffusion représentent 25,30% de l'échantillon.

En radio (art. 25.5)

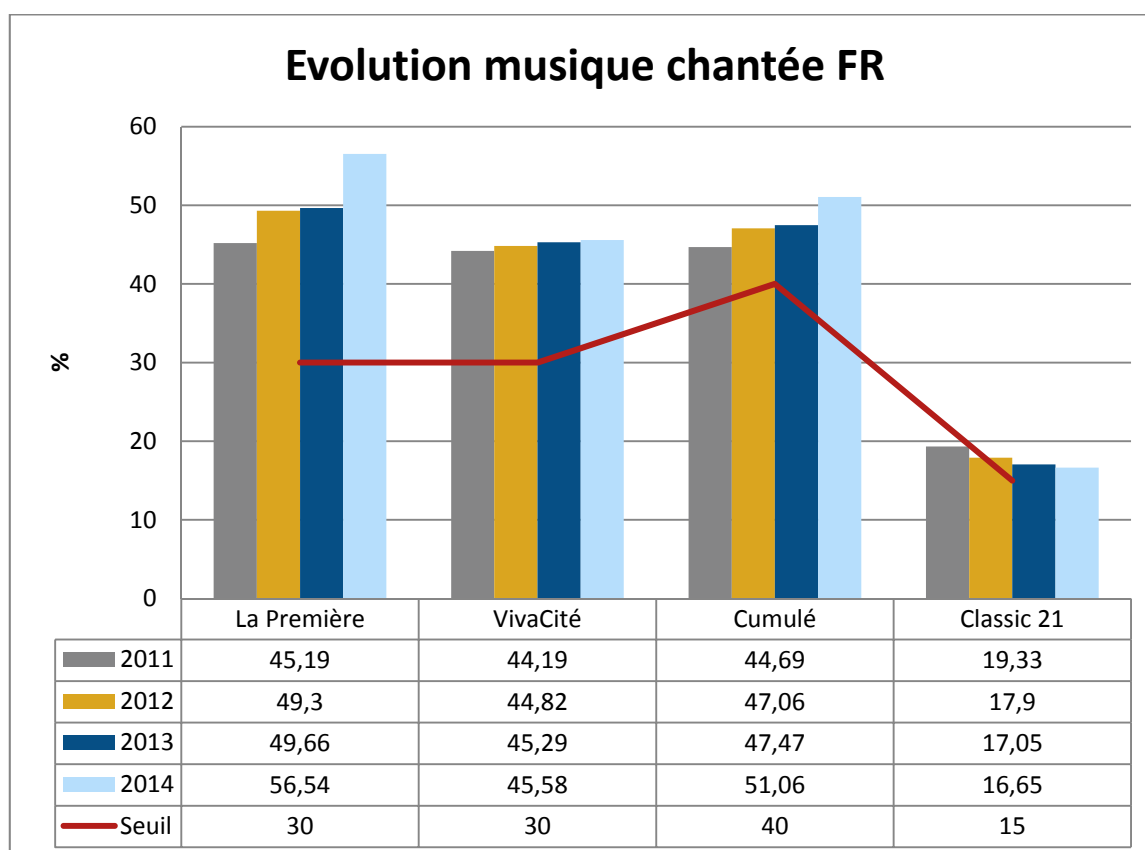
L'éditeur déclare qu'en moyenne annuelle, les services généralistes de la RTBF (La Première et VivaCité) ont diffusé ensemble 49,17% de titres chantés sur des textes en langue française. Après vérification, le Collège constate que les deux chaînes généralistes ont diffusé 51,06% de chansons francophones (pour 47,47% en 2013).

L'obligation de diffuser, sur ses deux services généralistes, au moins 40% d'œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française, est atteinte.

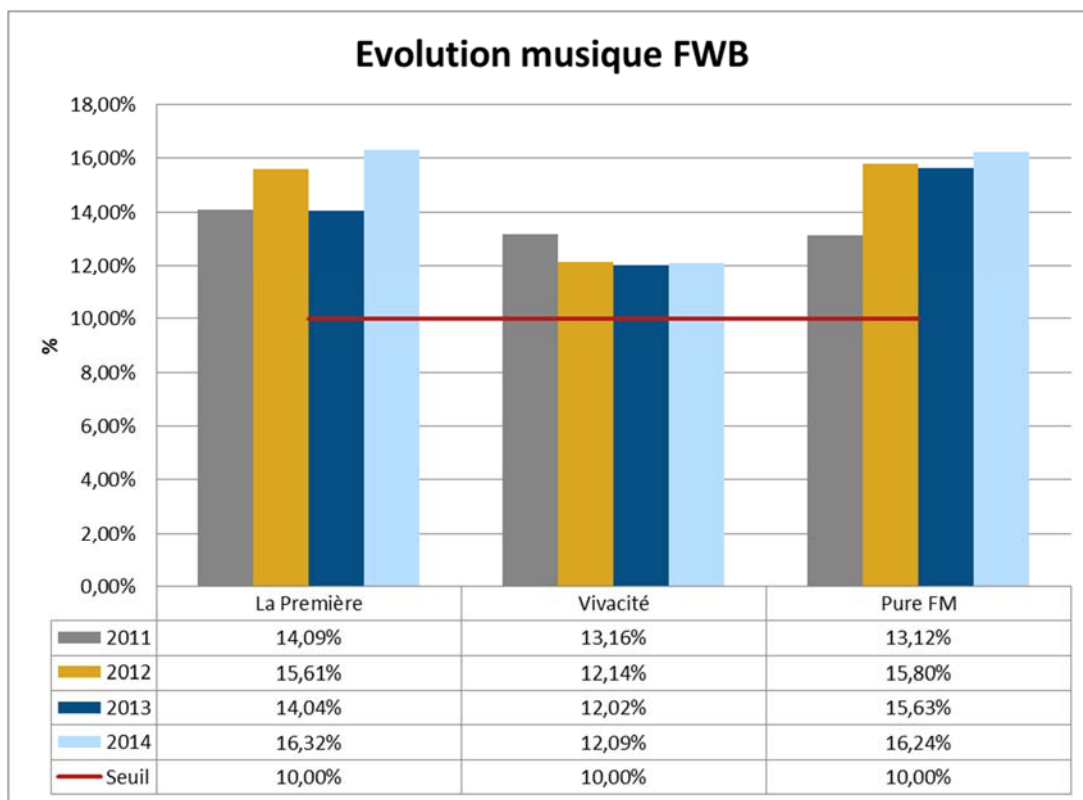
Il en va de même pour l'obligation de diffuser 30% de ces mêmes œuvres sur chacune des chaînes généralistes : l'éditeur déclare en avoir diffusé 53,88% sur La Première, et 44,47% sur VivaCité. Après

vérification, le Collège constate que La Première a diffusé 56,54% (49,66% en 2013) de chansons francophones et Vivacité 45,58%(45,29% en 2013).

Sur la chaîne musicale qu'il désigne, à savoir Classic 21, l'éditeur déclare avoir diffusé sur cette même période des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française à hauteur de 16,60%. Après vérification, le Collège constate que Classic 21 a diffusé 16,65%(17,05% en 2013) d'œuvres de musique non classique sur des textes en langue française. L'obligation d'atteindre au moins 15% d'œuvres de musiques non classiques sur des textes en langue française est donc rencontrée.



En 2014, l'éditeur déclare avoir diffusé, sur l'ensemble des services généralistes et Pure FM, 15,47% d'œuvres émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs de la Communauté française. Après vérification, le Collège constate que cette diffusion s'élève globalement à 14,88% (13,90% en 2013). Pure FM a diffusé 16,24%(15,63% en 2013) d'œuvres de la Communauté française, La Première 16,32%(14,04% en 2013) et Vivacité 12,09%(12,02% en 2013). L'obligation de diffuser, sur l'ensemble de la programmation musicale de ses chaînes généralistes et d'une de ses chaînes musicales qu'elle désigne, au moins 10% d'œuvres de musiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Communauté française, est atteinte.



5.5 Mise en valeur sur les nouvelles plateformes

Dans son offre non linéaire de programmes, la RTBF doit privilégier les œuvres européennes, les œuvres en langue française et les œuvres de producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles. En outre, la RTBF doit assurer une mise en valeur particulière de ces œuvres par une présentation attrayantes dans ses catalogues de programmes à la demande.

Les œuvres européennes et de la FWB dans le catalogue VOD de la RTBF proviennent de ses productions propres, de documentaires achetés à des distributeurs européens ainsi que du catalogue de France Télédistribution.

L'éditeur indique qu'il effectue la mise en valeur de ce catalogue par :

- Un pictogramme apparaissant en fin de diffusion (TV) d'un programme lorsque celui-ci est disponible dans son catalogue ;
- La diffusion d'une newsletter qui contient un lien vers la présentation sur son site de son offre VOD avec une attention particulière pour ses productions propres, la fiction et l'espace documentaire labélisé « Belgiumdoc » ;
- La diffusion hebdomadaire du programme TV « lunettes noires et lunettes blanches » (La Deux) dans lequel sont présentées des œuvres européennes et belges disponibles dans son offre VOD.

L'obligation est rencontrée.

6. Sport (art.34)

6.1 En télévision

La RTBF déclare avoir diffusé 2531 programmes de thématique sportive durant l'exercice 2014. Ceux-ci se répartissent comme suit entre les principales disciplines : football (57,4%), cyclisme (14,3%), sports moteurs (10,7%), tennis (3,5%), basket (3,1%), athlétisme (1%), Jeux Olympiques d'hivers (2,5%) et hockey (0,3%) et sports pratiqués par des personnes handicapées (0,3%).

À ces proportions viennent s'ajouter 7,2% d'occurrences consacrées au magazine multisports « *Le Week end sportif* » dont les séquences abordent toutes les disciplines reprises ci-dessus et d'autres également (en ce compris le sport féminin et le sport pratiqué par des personnes à déficience sensorielle ou moteur).

6.2 En radio

La RTBF déclare avoir diffusé 476 programmes de thématique sportive durant l'exercice 2014 (principalement sur son service Vivacité). Ceux-ci se répartissent comme suit par disciplines : football (63,1%), sports moteurs (4%), cyclisme (13,2%), tennis (8,6%), basket (5,7%), athlétisme (2,5%), hockey (2,1%), autres (0,8%).

À ces proportions viennent s'ajouter des séquences « reportage grand format » diffusées lors du journal des sports chaque dimanche. La RTBF déclare que ces séquences couvrent notamment des disciplines moins médiatisées, des sports pratiqués par des femmes et des sports pratiqués par des personnes handicapées.

6.3 Nouvelles plateformes

Sur son site internet, la RTBF propose des compétitions sportives en live et en catch-up (en fonction de ce qu'autorise la négociation de droits) : « *de façon générale, les grands prix de F1 mis à part, tout ce qui est diffusé en télévision l'est aussi en streaming depuis le live center* ».

En outre, l'éditeur propose des épreuves en simulcast : parallèlement au flux télévisuel, des rencontres de Roland Garros ou des épreuves d'athlétisme sont proposées en exclusivité via le « live center ».

Enfin, certaines manifestations sportives sont proposées exclusivement en ligne. La RTBF cite des compétitions de judo, des courses de vtt et des matches amicaux de hockey.

Conformément à l'article 34 de son contrat de gestion, l'éditeur doit accorder un intérêt particulier :

- « Aux sports moins médiatisés »

La RTBF concrétise cette obligation via certaines séquences du programme « le Week-end sportif » et de son « Journal des sports ». Le Collège salue à ce titre le soutien accordé par la RTBF à la médiatisation du hockey et du volley. Il l'invite à poursuivre dans cette voie.

- « Aux sports pratiqués par des personnes handicapées »

La RTBF concrétise cette obligation via des séquences des programmes « Le week-end sportif » (télévision) et « Le journal des sports » (radio).

Le Collège constate toutefois que les créneaux consacrés par la RTBF à concrétiser l'article 34 de son contrat de gestion restent marginaux.

7. Programmes pour la jeunesse (art.36 & art. 28bis)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, en fonction des supports utilisés par les jeunes, des programmes pour la jeunesse, aux heures d'écoute appropriées, originaux, de qualité et qui permettent d'élever les consciences et de susciter la réflexion, en faisant appel, dans la mesure du possible, aux talents artistiques de la FWB.

La RTBF signale qu'en télévision, sa programmation jeunesse comprend de nombreuses productions provenant de la FWB (productions propres, coproductions ou acquisitions). Elle cite:

- Ses coproductions en animation : des moyens-métrages comme « La bûche de Noël » et « Le vent dans les roseaux », une animation de 52 minutes (« Little Houdini »), des séries telles que « Petit poilu » (78 épisodes), « Les mystérieuses cités d'or » (23 nouveaux épisodes) ou « Les nouvelles aventures de Lucky Luke ».
- Des programmes jeunesse : « Les soirées et les matinées pyjama », « Stage academy », « Code aventure », « Les Niouzz » (journal pour enfants), « Les petites histoires en Cathymini » (histoires lues)...

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, des programmes valorisant la participation et l'expression directe, pluraliste, individuelle et collective des jeunes de la FWB, dans toute leur diversité et dans le respect de l'autonomie et l'indépendance éditoriale et rédactionnelle de la RTBF en favorisant les partenariats avec les opérateurs reconnus ou agréés du secteur de la jeunesse en FWB.

L'éditeur indique que plusieurs programmes diffusés dans le cadre de « OUFtivi » favorisent la participation et l'expression directe des enfants.

En télévision et sur Internet

- « Matins Pyjamas » : des classes sont invitées à participer à l'enregistrement de l'émission au cours de laquelle ils s'impliquent dans des ateliers « Eco-Brico » et « Cuisine ».
- Le concours 360° 2014 « Les Endiablés » : après un concours sur le web, 8 enfants et leurs parents sont partis avec une équipe des Niouzz au Brésil dans le cadre de la coupe du monde.
- « Stage Academy » : des enfants à la découverte d'une nouvelle discipline : voile, archéologie, équitation...
- « Code aventure » (réalisé en partenariat avec la coopération belge au développement ainsi qu'avec divers ONG comme WWF et MSF) : des jeunes de 12 ans vont à la découverte d'un pays en développement.
- Les capsules : « OUFtivi reporters », « A quoi ça sert » (décryptage de la pub), « Santé » (en collaboration avec le SPF Santé Publique) sur les dangers des GSM, l'hygiène des mains, le don d'organes....

En radio et webradio

- Dans le cadre du Beau vélo de Ravel, des enfants réalisent des capsules sur des villes-étapes (La Première).
- Des séquences sur l'actualité culturelle sont réalisées par et avec des enfants (littérature, spectacles, cinéma, ...) (OUFtivi.be).
- Les enfants sont incités à contribuer à la programmation musicale de la webradio sur le site OUFtivi.be.

7.1 Programmes pour enfants (art.37)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services qu'elle juge pertinents, des programmes qui leur sont spécifiquement destinés. Ces programmes sont diffusés en télévision sur une des trois chaînes généralistes, dans une programmation cohérente réservée aux enfants et sans publicité. Les éventuels prolongements de ces programmes sur d'autres services audiovisuels, et notamment sur internet, sont également proposés dans un environnement sans publicité.

En outre, la RTBF doit diffuser et offrir à la demande un journal d'information général spécifiquement destiné aux enfants.

- La RTBF diffuse sa programmation à destination des enfants de 3 à 12 ans sous le label « OUFtivi » qui comprend un créneau télévisuel sans publicité sur La Trois (durant des tranches horaires adaptées au jeune public) et un site web sans publicité ni liens sortants : OUFtivi.be.
- En 2014, OUFtivi a adapté son site web pour le rendre accessible à tous les supports : tablettes, smartphones et ordinateurs. Le site intégrait déjà une webradio, il s'est enrichi d'une webtv (qui diffuse les programmes de télévision en flux) et de nouveaux contenus associés à des thématiques liées aux périodes de vacances : Halloween, Noël ou Pâques.
- Un journal quotidien à destination des enfants « Les Niouzz » diffusé en TV en fin d'après-midi, puis en début de soirée accompagné d'une interprétation en langage des signes (et disponible sur OUFtivi.be).

7.2 Programmes destinés aux adolescents et à la production desquels ils sont associés (art.38)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, en fonction des supports utilisés par les adolescents, et au moins sur Internet et en radio ou en télévision, des programmes qui leur sont destinés dont, entre autres des contenus audiovisuels à la production desquels ils sont directement associés.

Il est précisé à l'art. 35 du CDG qu'on entend par « programme pour la jeunesse » : «...des programmes destinés spécifiquement aux enfants entre trois et douze ans et aux adolescents entre douze et 18 ans ...».

Pour répondre à l'obligation, la RTBF mentionne :

- « Typique » web série sur la vie à l'université (12 épisodes de 5 min aussi diffusés sur La Deux).
- « Libre échange » : programme dans lequel des étudiants rencontrent et interrogent une personnalité dans le cadre du Parlement Européen.

- « What the fake ! » : programme transmédia interactif destiné aux adolescents entre 13 et 18 ans dans lequel ils donnent leur opinion sur divers sujets. Ce programme a été mis en ligne de façon hebdomadaire sur le web de janvier à avril 2014 pour la première saison et d'octobre à décembre pour la seconde. Ce programme a aussi été diffusé sur La Trois. Pure FM en a assuré une version radiophonique.

A l'examen des programmes présentés par l'éditeur comme axés sur les jeunes ou qui les intéressent particulièrement, il apparaît que seul le programme « What the fake ! » s'adresse spécifiquement aux adolescents qui ont été directement associés à la production (il s'agit d'interventions directes d'adolescents sur des sujets qui les concernent). Le Collège relève aussi le programme « Code aventure » (déjà mentionné dans la programmation pour enfants) dans lequel des jeunes de 12 ans vont à la découverte d'un pays en développement.

L'éditeur a rempli pour 2014 son obligation de diffuser des programmes à destination des adolescents et à la production desquels ils sont directement associés.

8. Concertation et partenariats (art. 14 & 51)

L'article 51 du contrat de gestion de la RTBF porte la mise en place d'une plateforme de concertation entre la RTBF, le Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles et les différents secteurs de l'audiovisuel, de la culture, de la jeunesse, de l'éducation permanente, de l'éducation aux médias et de l'enseignement.

Dans son rapport annuel, l'éditeur fournit la composition de la plateforme telle que mise en place en 2013. Le Collège relève que cette composition est conforme aux prescrits du contrat de gestion. Il liste ensuite les sujets abordés aux cours des deux réunions tenues en 2013 : « état des lieux de la plateforme de diffusion web des archives de la RTBF à destination des enseignants, RTBF Academy, projet de couverture de commémoration de la guerre 14-18, projet livre/émissions sur « les meilleurs documentaires », semaine du cinéma européen, enrichissement du portail internet culture de la RTBF, les 100 ans de la Radio, les collaborations avec les Hautes Ecoles ».

8.1 Tissu associatif (art. 28)

L'article 28.3 de son contrat de gestion impose à la RTBF de concrétiser deux types d'initiatives à l'égard du secteur associatif :

- Proposer, sur les services que l'éditeur juge pertinents, un programme présentant diverses manifestations de la vie associative en Fédération Wallonie-Bruxelles, y compris celles en matière d'enfance ;
- Proposer dix éditions par an d'un programme télévisuel d'éducation permanente, diffusé à une heure de grande écoute, relatif à l'action du tissu associatif, et en relation avec les secteurs de l'éducation.

En télévision, la RTBF renseigne le programme « *Alors on change* » (9 éditions en 2014), coproduit avec les télévisions locales, et qui met en valeur « *les acteurs du changement* », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis contemporains. Certaines éditions illustrent des initiatives prises par le secteur associatif.

L'éditeur renseigne également un nouveau programme : « *Voisins, voisines* » (10 éditions en 2014 diffusées sur La Trois) s'intéresse à la vie des quartiers via le travail des associations de terrain qui luttent « pour que chacun d'entre nous devienne un citoyen éveillé, curieux et responsable ».

En radio, la RTBF renseigne quelques occurrences : « *O Positif* », « *Destination ailleurs* », « *Bon week-end !* »...

La RTBF relève enfin certains programmes touchant de près à l'éducation permanente, sans que l'implication réelle et systématique du tissu associatif dans leurs lignes éditoriales soit suffisamment établie.

8.2 Presse écrite

La RTBF doit entretenir des liens étroits avec les entreprises de presse écrite, quotidienne ou périodique de la Communauté française.

Pour répondre à cette obligation, la RTBF liste une soixantaine de partenariats dans son rapport annuel dont 16 en télévision (10 avec La Une, 6 avec La Deux, aucun avec La Trois) et 45 en radio (23 avec Vivacité, 12 avec La Première, 7 avec Classique 21, 2 avec Pure FM et 1 avec Musiq 3).

Le contrat de gestion précise que ces partenariats doivent être conçus dans le respect de l'indépendance éditoriale de la RTBF et de la législation en matière de publicité.

8.3 Partenariats internationaux (art. 14 a)

La RTBF est membre des instances internationales suivantes :

UER (Union européenne des Radiodiffuseurs)

- Cultes catholiques et protestants ;
- Concours Eurovision de la Chanson ;
- Locations de liaisons ;
- Locations de canaux télétexte ;
- Concerts (offres UER TV et Radio) ;
- Sports (offres UER TV et Radio).

CIRTEF (Conseil international des Radios - Télévisions d'Expression française)

- Le programme « Reflets Sud » intègre des productions (reportages, séquences) produites par les télévisions francophones du Sud ;
- Le secrétariat général est hébergé dans les locaux de la RTBF.

RPF (Radios publiques francophones)

- « Les Hits du Top 50 » (production des Ateliers de création de Radio France), sur Vivacité (quotidien semaine) ;
- « La Librairie francophone » (France Inter, RTBF, RSR, Radio Canada), sur La Première (hebdomadaire) ;
- « L'actualité francophone » (revue de presse des Radios Francophones Publiques) sur la Première (hebdomadaire) ;
- Les séries documentaires de l'été et de l'hiver (des feuilletons radiophoniques sur des personnalités culturelles).

- Enregistrements de concerts : partages entre Pure FM, Couleur 3 (radio jeune du service public suisse) et Radio Canada

CTF (Communauté des Télévisions francophones)

- Le secrétariat général de la CTF est assuré par la RTBF (Alain Gerlache)
- La RTBF participe activement aux réunions plénières, commissions et ateliers de la CTF.

8.4 Arte (art.26)

En vertu de l'article 26 de son contrat de gestion, la RTBF est tenue d'assurer la diffusion, sur les fenêtres ad hoc de la chaîne ARTE, de programmes destinés à valoriser les spécificités culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ces programmes doivent être produits en partenariat avec ses producteurs audiovisuels indépendants et autant que possible avec la VRT.

Concrètement, son contrat de gestion impose à la RTBF de produire à destination d'ARTE :

- Un programme quotidien de 30 minutes, diffusé du lundi au vendredi, 40 semaines par an en première partie de soirée et consacré à la vie culturelle en Communauté française ;
- 10 éditions d'un programme mensuel de 90 minutes, diffusé en seconde partie de soirée et dont les thèmes portent sur la Belgique dans tous ses états, vue essentiellement par des documentalistes.

L'article 21.2 porte que ces programmes doivent être rediffusés, en tout ou en partie sur les chaînes de la RTBF. Ils peuvent dès lors s'articuler de manière complémentaire à sa programmation puisqu'ils en renforceront le versant culturel et peuvent être valorisés comme tels dans le rapport annuel.

Pour l'exercice 2014, la RTBF déclare qu'ARTE Belgique a diffusé :

- 235 éditions du programme « 50° nord », un agenda culturel de 30 minutes qui se veut une vitrine de la création en Communauté française de Belgique ;
- 10 éditions du programme « Quai des Belges », magazine de 90 minutes destiné à faire connaître les personnalités ou des événements marquants de la Communauté française.

Les programmes « 50° Nord » et « Quai des Belges » sont rediffusés respectivement sur « La Une » et sur « La Deux ». Les thématiques abordées cadrent avec la mission de service public subsidiée.

8.5 Télévisions locales (art. 56)

L'article 57 de son contrat de gestion impose à la RTBF de développer plusieurs types de synergies avec les éditeurs de télévision locale, notamment : échanges de contenus, coproductions, prestations techniques, participation commune à des manifestations régionales. Cet article s'est récemment étoffé dans le sens d'une concrétisation de ce que recouvrent les différents types de synergies.

Échanges

Pour l'exercice 2014, la RTBF fournit des données précises quant au nombre de rushes échangés avec chaque télévision locale. Ce nombre varie de 0 à 11 avec une moyenne de 4,8 par télévision locale. Ces statistiques témoignent, selon le Collège, du fait que la dynamique d'échanges encouragée par l'article 57 a) du contrat de gestion reste perfectible.

La RTBF précise que les données ci-dessus n'intègrent pas les collaborations ponctuelles menées lors de la soirée électorale du 25 mai 2014, lors des captations des cérémonies de commémoration du centenaire de la guerre 14-18, et lors du déménagement de l'hôpital de Charleroi.

Vivacité

La plupart des télévisions locales collaborent avec les antennes décentralisées de Vivacité : diffusion de la matinale en radio filmée, annonce des titres du JT, échanges de visibilité, collaborations rédactionnelles.

Ce partenariat s'étend à « Sud Presse » et à « Vlan » pour l'organisation, dans plusieurs régions, des prix « citoyen de l'année ».

Coproduction

La RTBF rappelle son engagement avec 7 autres télévisions locales dans la production du mensuel « *Alors on change* » (9 éditions en 2014). Il s'agit d'un magazine d'éducation permanente destiné à mettre en valeur les « *acteurs du changements* », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis sociétaux.

En exécution de l'article 14 c) de son contrat de gestion, la RTBF s'est associée avec les télévisions locales afin de développer un site commun d'information régionale. L'éditeur précise que les frais de développement ont été entièrement pris à sa charge. Courant 2014, les négociations, initialement menées avec 4 télévisions locales, se sont étendues à l'ensemble du secteur.

Le portail « Vivre Ici » est en ligne depuis le 20 avril 2015. Il propose notamment des reportages d'information à la demande.

En se référant aux rapports annuels déposés par les télévisions locales au CSA en exécution de l'article 136 §1^{er} 6° du décret, les déclarations de la RTBF peuvent être complétées comme suit :

- Partenariats entre la RTBF et certaines télévisions locales autour de la couverture d'événements tels que « *Les Francofolies de Spa* » et « *Le FIFF* » ;
- Coproduction des programmes « *De6bels on stage* » (avec TV Com) et de « *Vamos* (avec Antenne Centre) ;
- Echanges de chroniqueurs ;
- Négociations en vue de rapprochements géographiques (Télébruxelles, Téléambre, TV Lux).

Le Collège constate que des collaborations existent mais qu'elles pourraient gagner en intensité et en régularité au regard de l'article 57 du contrat de gestion. D'autant que les relations entre la RTBF et certaines télévisions locales en particulier semblent peu développées.

Le Collège reconnaît que « Vivre ici » constitue une avancée notable à l'échelle du secteur télévisuel public belge francophone. Il réitère nonobstant ses réserves quant à l'intensité des synergies bilatérales concrétisées entre la RTBF et les télévisions locales. Si des synergies sectorielles sont plus que jamais nécessaires, il convient également de maintenir une intensité suffisante dans les synergies pratiques quotidiennes, telles que les coproductions bipartites, la couverture commune d'événements locaux, la systématisation des échanges d'images, etc. C'est le sens des démarches du CSA et celui des recommandations répétées du Collège.

Le Collège invite la RTBF à poursuivre ses efforts dans le développement de partenariats avec toutes les télévisions locales. Certes, des collaborations ont été initiées ces dernières années mais la situation reste insuffisante au regard de l'obligation de collaboration entre services de médias audiovisuels de

service public imposée par l'article 57 du contrat de gestion. Le Collège est bien conscient que l'établissement de synergies demande une implication mutuelle et n'est pas de la seule responsabilité de la RTBF. Il invite cependant celle-ci à s'inscrire dans toute initiative visant à redéployer une dynamique dans ses rapports avec les télévisions locales. Il suggère notamment à la RTBF de déterminer une personne de contact chargée de coordonner les demandes de synergies émanant des télévisions locales.

8.6 VRT

Outre la collaboration mise en place entre les deux éditeurs de service public autour du programme « *Vlaamse kaai - Quai des Belges* », la RTBF précise qu'elle diffuse le programme « *Koppen* » sur La Trois. Il s'agit d'un magazine de société flamand sous-titré en français qui propose chaque semaine des sujets ancrés dans la vie quotidienne flamande.

8.7 Enseignement

L'éditeur déclare qu'il entretient un dialogue régulier avec le CSEM (participation aux séances plénières ainsi qu'à certains groupes de travail, par exemple celui consacré à la campagne de l'ONE « les enfants et les écrans »).

À l'instar des exercices précédents, la RTBF rappelle qu'elle met en évidence ses programmes susceptibles d'intéresser le monde enseignant sur le site internet du service de l'enseignement du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles. La RTBF fournit également des archives de programmes à vocation pédagogique et entretient des contacts réguliers avec l'administration de l'enseignement en vue de développer de nouvelles collaborations en matière numérique.

Enfin, l'éditeur rappelle que le site de Reyers « accueille depuis septembre 2012, les 2^{ème} et 3^{ème} années de la section Technique de l'image de la Haute Ecole Ilya Prigogine ». « *Suite à cette collaboration fructueuse* », la RTBF accueille désormais les élèves de la première année Section Cinéma. Dans le cadre de ce partenariat structurel, la RTBF met à disposition de la Haute Ecole des espaces ou studios inutilisés pour leur réalisation de travaux pratiques. En outre, les différents départements de la RTBF accueillent de nombreux stagiaires chaque année.

9. Services au public

9.1 Programmes concédés

Cultes et manifestations laïques (art. 39.1 a)

En télévision, des émissions d'une durée de 28 minutes sont diffusées sur La Une et rediffusées sur La Deux et La Trois. Des capsules de 10 minutes sont également diffusées sur La Une et rediffusées sur La Trois). La majorité des cultes est représentée (voir détail ci-dessous) :

Nom de l'émission	Nombre de diffusion (sur base annuelle)
La Pensée et les Hommes (laïque)	26
Il était une fois (religion catholique)	26
Présence protestante	7
Shema Israël	2
Orthodoxie	2

En sus des émissions récurrentes, des célébrations catholiques, protestantes, israélites, laïques et orthodoxes sont diffusées in extenso en télévision et/ou en radio.

En radio, les émissions suivantes sont diffusées de manière hebdomadaire (sauf note contraire) :

Nom de l'émission	Durée (en minutes)
La Pensée et les Hommes (laïque)	30
Il était une fois (religion catholique)	30
La voix protestante	25
Shema Israël	25 (diffusion ponctuelle)
Orthodoxie	25 (diffusion ponctuelle)

La Communauté musulmane a introduit plusieurs demandes pour obtenir des émissions concédées.

Selon des modalités fixées par son Conseil d'administration, la RTBF peut concéder des espaces d'expression à des associations représentatives reconnues. Pour qu'une association soit reconnue il faut qu'elle obtienne cette reconnaissance du Gouvernement de la Communauté française. Un des critères pour l'obtention de cette reconnaissance réside dans le fait que l'association doit « *représenter sa communauté dans son ensemble* ».

La RTBF constate que le culte musulman, en dépit du nombre important de ses pratiquants en Belgique francophone, ne bénéficie pas de cette reconnaissance. Il semble que la diversité de croyances qu'il englobe complique toute tentative de fédération.

Lors de son audition du 19 novembre 2015 devant le collège d'autorisation et de contrôle, l'Administrateur général de la RTBF témoignait de son ouverture à la concession d'un espace d'expression dévolu au culte musulman, il regrettait toutefois que l'absence de reconnaissance rende cette concession juridiquement impossible. Jean-Paul Philippot rappelait par ailleurs les initiatives programmatiques prises par la RTBF pour œuvrer au rassemblement des cultures et, plus particulièrement, à l'intégration de l'Islam dans notre société et à la lutte contre les stéréotypes véhiculés sur les musulmans.

Associations représentatives (art. 41)

En télévision, des programmes d'une durée de 28'30'' sont diffusés sur La Une et rediffusés sur La Deux et La Trois. Des capsules de 10' sont également diffusées sur La Une et rediffusées sur La Trois.

Nom de l'émission	Nombre de diffusion (sur base annuelle)
Les coulisses du (PS)	10 (dont 5 non utilisée)
MR Mag	8 (dont 1 non utilisée)
CDH	5
Ecolo	5 (dont 1 non utilisée)
UCM	7
FGTB	6
CSC	6
FWA (Fédération wallonne de l'Agriculture)	3
CGSLB	1

De plus 11 tribunes électorales de 3 minutes ont été diffusées sur La Une et La Deux.

En radio, les tribunes politiques, économiques et sociales sont diffusées sur La Première du mardi au jeudi et ont une durée de 8 minutes, elles sont produites par les mêmes associations politiques, économiques et sociales qu'en télévision.

9.2 Informations de service

Météo (art. 39.1 b)) – informations boursières (art. 39.1 c)) – info trafic et sécurité routière (art. 39.1 d)) – avis de recherche ((art. 39.1 e))

De nombreuses séquences relatives à ces différents sujets sont diffusées tant en télévision qu'en radio.

9.3 Plan d'urgence (art. 39.2)

En vertu de l'article 39.2 de son contrat de gestion, la RTBF « dispose d'un plan d'urgence établi en concertation avec les autorités fédérales, régionales ou provinciales compétentes, qui contient des procédures d'alerte et d'avertissement à la population susceptibles d'être diffusées, tant pendant qu'après les programmes, en cas de catastrophe naturelle, d'accident industriels ou nucléaire, d'attentat comportant des risques graves pour la population ou d'évènement similaire ».

En collaboration avec la Cellule communication du SPF intérieur, le plan d'urgence fait l'objet d'une mise à jour depuis juillet 2014 : données de contact réciproques, modalités d'alerte de la population en cas de péril grave.

9.4 Médiation

Programmes de médiation avec les publics (article 30, §1)

Diffusion et contenu du programme « Medialog »

« La RTBF diffuse et dans les limites des articles 42 quater et 42 sexies du présent contrat de gestion, offre à la demande sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, un programme ou des séquences de programmes de médiation, dont au moins dix émissions par an en télévision diffusées à une heure raisonnable sur une chaîne et rediffusées sur une autre. »

Dans son rapport annuel, l'éditeur identifie « Medialog » comme le programme répondant à ses obligations de médiation avec les publics. « Medialog » est une émission TV mensuelle diffusée le mercredi soir sur La Deux. Le programme est rediffusé sur La Trois, le dimanche qui suit la première diffusion, vers 18h40. « Medialog » est également rediffusé à quatre reprises dans la boucle de nuit de La Deux le lendemain de la première diffusion ainsi que dans la boucle de nuit de La Trois le lendemain de la rediffusion. Ce programme est également disponible sur le site de la RTBF et en VOD sur les plateformes numériques.

Contrairement à l'exercice 2013, le Collège a bien comptabilisé dix occurrences sur l'exercice 2014. Chacune des émissions se découpe en deux volets. La première partie est consacrée à l'éducation aux médias. La rubrique « Inside » dévoile les coulisses d'une émission et « MediaFactory » met le focus sur un métier de l'audiovisuel et des médias. La seconde partie de « Medialog » est consacrée à la médiation sur base de deux emails de téléspectateurs envoyés au service Médiation. Le premier cas est traité via un court reportage qui tente de déchiffrer et de répondre au problème soulevé. Le second cas fait l'objet d'un débat en plateau.

Parmi les thématiques traitées en 2014 dans le volet médiation, le CSA relève par exemple : « La hiérarchisation des sujets d'info au JT », « La parité hommes/femmes dans les débats TV », « Comment l'info doit-elle traiter les sujets violents de propagande terroriste, connivences ou agressivité ? », « Les politiques sous le feu des questions des journalistes », « « Envahissement des pubs en TV, radio & sur le web » ».

Le Collège estime que l'éditeur a visiblement veillé à relayer les problématiques les plus interpellantes ou récurrentes adressées à son service de médiation. Contrairement à l'exercice 2013, il n'apparaît plus en 2014 de confusion possible entre les thèmes propres à l'éducation aux médias diffusés en première partie et ceux liés à la médiation diffusés en seconde partie.

Diversification du panel des intervenants

« L'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics, telles qu'elles sont formulées soit auprès du service de médiation de la RTBF, soit directement auprès des producteurs de ce programme et de ces séquences, la RTBF étant libre de produire ce programme et ces séquences dans le format qu'elle souhaite, avec un panel équilibré d'invités, comprenant, selon la pertinence éditoriale, des responsables de la RTBF, des plaignants et, le cas échéant, des experts académiques et des représentants de la société civile. »

Le Collège constate une évolution par rapport à l'exercice 2013 où seulement quatre émissions faisaient appel à des experts extérieurs à la RTBF. Le Collège avait alors invité le programme à refléter davantage un échange entre différentes positions. Sur l'exercice 2014, on retrouve à chaque occurrence au minimum une personne externe aux services de la RTBF parmi les personnalités amenées à débattre en fin de programme. La majorité de ces experts externes sont issus du monde académique ou d'associations professionnelles.

L'éditeur a été interrogé sur l'absence de citoyens en plateau. Ce à quoi l'éditeur répond qu'il s'est attelé à « contacter régulièrement des personnes ayant adressées une plainte au service médiation mais ceux-ci déclinent en général l'invitation ». La RTBF explique que « l'expérience a montré que la plupart des plaignants sont particulièrement stressés à l'idée de passer à l'antenne et ne sont pas en pleine possession de leurs moyens pour assurer un débat constructif ». Excepté via les deux emails de plaignants relayés, les voix citoyennes sont absentes des débats. Aucune association de citoyens n'a fait partie des panels sur l'année 2014. Ainsi, s'il est vrai que l'éditeur tente de faire naître le débat en confrontant des représentants de la RTBF à des spécialistes extérieurs, une des parties (les citoyens plaignants) reste manquante autour de la table.

Programmes de médiation sur les autres médias (article 30, §2)

« De manière générale, dans ses services audiovisuels, la RTBF fournit au public des espaces d'écoute, de dialogue et de participation active au débat, via différents supports et services, en saisissant les opportunités qu'offrent les réseaux sociaux et les développements technologiques, pour privilégier un lien fort et interactif avec les publics. » Article 30, §2

En 2014, l'éditeur, à travers ses différentes chaînes radio, a proposé les émissions de médiation suivantes : sur La Première, « Connexions » (du lundi au vendredi à 08.32), « Le Forum de Midi » (du lundi au vendredi de 12h à 13h). Une émission spéciale « La Première répond à vos questions » a également été diffusée dans Le Forum de Midi spécial le vendredi 19/12 et dans « Tout le Monde y passe » entre 09h15 et 9h45 le 04/04.

La Première est présente sur Facebook et Twitter. Sur son site, la page de chaque émission est ouverte aux commentaires. Un « Social Editor » est affecté temps plein à la gestion des réseaux sociaux de la chaîne.

Depuis mars 2012, Pure FM s'est doté d'un « Social Editor », dont le rôle est de répondre quotidiennement, et de faire l'interface avec la communauté s'exprimant sur les réseaux sociaux. Il est responsable de l'animation d'une communauté en ligne; il est l'interface en interne dans Pure FM, entre l'antenne, la promotion et la communication.

Une émission de médiation s'est déroulée le 03/06/2014 en direct sur Classic 21 de 10h à 11h et le 16/12/2014 en direct de 20 h à 21h.

Une émission de médiation a été diffusée sur VivaCité le 14/11 dans le créneau « 5 à 7 » entre 18h et 19h : le directeur de la chaîne a répondu aux questions et interpellations des auditeurs sur la grille des programmes et tous les aspects liés à la radio.

Par ailleurs, l'éditeur déclare qu'une médiation permanente s'effectue, tout au long de l'année, à travers Internet et les réseaux sociaux.

Le Collège constate les efforts fournis par l'éditeur pour donner à ses publics des espaces de dialogue et de participation au débat. Il invite l'éditeur à pérenniser des espaces privilégiés et à les multiplier.

Rapport du service de médiation (article 48)

Le service de Médiation et de Relations avec les publics a transmis son bilan annuel pour l'exercice 2014.

Ce sont 4978 dossiers qui ont été traités par le service médiation en 2014. Les téléspectateurs, auditeurs et internautes s'adressent principalement à l'éditeur pour effectuer une demande précise à propos d'un programme ou d'un problème technique (49,5%), pour émettre un avis critique sur le traitement de l'information, la qualité des programmes ou de la programmation (31,5%). Le reste des dossiers sont répartis comme suit : suggestions (13%), plaintes (4%) et félicitations (2%).

Le rapport fait état des tendances significatives relevées en comparant les statistiques de 2014 à celles de l'année précédente. Sont à la hausse les réactions au sujet de la TNT et de la réception radio, ainsi que celles concernant le partenariat/sponsoring, le portail info et le Lifecenter. Sont à la baisse les réactions concernant la télévision de rattrapage 'catch up tv) et les demandes d'archives et de copie. Enfin, les nouvelles pratiques de consommation de l'information en ligne a nécessité l'apparition de la thématique « modération et commentaires ».

Traitement des demandes et information des usages (articles 49-50)

Le service de Médiation et de Relations avec les publics est composé de 3 ETP. Une page dédiée au service de médiation est accessible via l'onglet « Contact » sur le site internet de l'éditeur. Le service peut être interpellé via un court formulaire en ligne.

La page décrit la procédure de traitement des plaintes et demande (délai de réponse au plus tard dans les 30 jours ouvrables après la réception de l'interpellation ou plainte). Les possibilités de recours externes, si le plaignant estime ne pas avoir obtenu satisfaction, sont également explicitées. Les coordonnées complètes du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et du Médiateur de la Fédération Wallonie-Bruxelles y sont indiquées. Les liens vers le contrat de gestion 2013-2017, le rapport annuel 2014 du Service et la page du magazine Medialog sont également mis en évidence.

9.5 Respect des horaires (art. 21)

En vertu de son contrat de gestion (article 21), la RTBF met en œuvre un dispositif qui tend à assurer le respect des horaires de programmation annoncés. En outre, elle précise par tout moyen adéquat si ses programmes sont en direct, en différé, ou s'il s'agit de rediffusions.

À l'instar de l'exercice précédent, l'éditeur rappelle que ses « *régies de diffusion disposent de programmes de complément (courts-métrages, clips) qui permettent d'ajuster les horaires de diffusion au plus près des horaires annoncés* ».

La RTBF déclare que « *les modifications de programmes de dernière minute sont rares et font l'objet d'annonces sur antenne* ». En outre, dans le cas où « *une modification de programme survient en cours de diffusion (par exemple : durée plus longue que prévue d'une retransmission en direct), la régie de diffusion annonce la modification* ».

Quant aux mentions « direct » et « rediffusion », la RTBF précise qu'elles sont, le cas échéant, ajoutées en superposition à l'image par la régie finale et sur instruction de la Direction des antennes.

En matière de radiodiffusion sonore, l'éditeur ajoute : « *en radio, sauf à de rares exceptions, les durées horaires sont toujours respectées* ».

10. Accessibilité des programmes aux publics déficients sensoriels (art. 40)

Publics sourd et malentendant

La RTBF déclare qu'elle a diffusé 1412 heures de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes ou malentendantes pour l'exercice 2014. Le Collège constate dès lors que l'objectif de 1100 heures est atteint. Ce volume horaire présente en revanche une légère diminution par rapport à l'exercice 2013 (1488 heures). L'éditeur précise dans les compléments d'information qu'il n'y a pas de raison particulière à cette diminution et que le volume horaire de 2015 devrait être supérieur à celui de 2014. L'éditeur déclare sous-titrer le JT de 19h30 (à raison de 1/jour, soit 365 éditions) et le journal télévisé pour enfants pendant la période scolaire (soit 225 éditions).

La RTBF déclare que les éditions de son JT de 19h30 sont interprétées en langue des signes sur la Deux chaque jour. Le JT interprété en langue des signes est aussi consultable en Catch-up sur le site internet de l'éditeur. Chaque édition des *Niouzz* fait également l'objet d'une interprétation en langue des signes pendant la période scolaire. Enfin, la soirée de clôture de *Cap 48* et la journée spéciale 21 juillet ont été diffusées avec interprétation en langue des signes. Les obligations en matière de traduction gestuelle du JT de début de soirée et du journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse sont donc rencontrées.

La RTBF déclare assurer la promotion des programmes accessibles aux publics déficients sensoriels en communiquant directement avec les associations. Les pages 887 à 889 du Télétexte renvoient au sous-titrage pour les personnes sourdes et malentendantes.

Quant à la manière dont cette mission d'accessibilité est réalisée au sein de son offre à la demande, la RTBF précise que, pour des raisons qu'elle qualifie de techniques, le sous-titrage télétexte à destination des personnes sourdes et malentendantes n'est pas disponible en télévision de rattrapage (Catch up TV) et en VOD. L'éditeur affirme toutefois qu'une réflexion à ce sujet est en cours. La RTBF précise la

réflexion en cours dans les compléments d'information : s'agissant des contenus en VOD l'éditeur déclare que les JT de 19h30 chez Proximus en VOD contiennent le sous-titrage pour les personnes sourdes et malentendantes (FSM). Pour « quelques achats fictions » une version sous-titrée est proposée (sous-titre français/FRA et sous-titrage pour les personnes sourdes et malentendantes/FSM). L'éditeur joint un article annonçant une version multilingue pour le film du lundi ainsi que pour les séries Arrow et The Mentalist : s'agissant de la catch-up TV, l'éditeur déclare qu'il existe un projet d'avoir des versions sous-titrées pour la fin de l'année 2015.

Publics aveugle et malvoyant

L'article 40.2.a dispose que la RTBF « rend son site internet progressivement accessible et labellisé 'anysurfer' et développe ses nouvelles applications cherchant à tendre vers ce label ». L'éditeur précise dans son rapport annuel qu'il n'obtiendra sans doute pas le label anysurfer « car il faudrait entre autres, avoir des sous-titres descriptifs pour tous nos sons et vidéos, ce qui, au vu de la quantité de médias diffusés (notamment en radio), serait impraticable et impayable ». Dans les informations complémentaires, l'éditeur confirme qu'il ne souhaite pas obtenir ce label mais déclare maintenir ses efforts et rappelle les opérations mises en œuvre pour tendre vers ce label (lecture audio des articles sur son site internet via la fonctionnalité 'text2speech', boutons 'pause' à l'attention des personnes épileptiques pour stopper le défilement, etc.). L'éditeur rappelle en outre les conclusions et recommandations de l'audit effectué par la société Anysurfer.

L'article 40.2.a dispose que la RTBF « diffuse au moins deux fictions audio-décrites par an, à partir de 2014 ». L'éditeur déclare avoir diffusé 3 fictions audio-décrites.

Les obligations de l'éditeur en matière d'accessibilité pour les personnes malvoyantes sont donc rencontrées.

11. Gestion du personnel

11.1 Dialogue

Devant « développer un niveau qualitativement élevé » dans ses relations paritaires et dans le dialogue avec ses journalistes (art.60), la RTBF transmet son règlement portant l'organisation des relations paritaires en son sein. Les commissions sont composées d'un nombre égal de représentants d'organisations patronales et syndicales. La plus haute instance paritaire, convoquée sur demande, négocie notamment le statut du personnel et le règlement du travail dans diverses matières.

11.2 Égalité et diversité

L'article 63 du contrat de gestion de la RTBF définit quatre axes s'agissant de l'égalité et de la diversité : établir un plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel ; établir un plan relatif à la diversité au sein du personnel ; contribuer à la visibilité de la diversité dans les programmes ; adopter la Charte de l'UER sur l'égalité des chances. Il prévoit également que les deux plans fassent l'objet d'une évaluation annuelle.

Pour rappel : un plan d'action triennal 2012-2014 visant à « favoriser l'égalité des chances femmes/hommes » a été approuvé par le Conseil d'administration en janvier 2012 et une personne chargée de l'égalité des chances fut désignée. En 2013, un groupe de travail interne sur la diversité a

élaboré des recommandations qui ont été remises au Comité de direction. La charte de l'UER sur l'égalité des chances fut également approuvée.

En 2014, l'éditeur déclare avoir mené plusieurs actions en faveur de la diversité : accueil des rencontres européennes Médiane, opération autour des 50 ans de l'immigration turque et marocaine, intégration au sein du plan stratégique d'éducation aux médias d'un axe visant à décoder les représentations et les stéréotypes. Au niveau des ressources humaines, l'éditeur déclare mener différentes actions relatives au recrutement, à la « gestion des talents » ou encore au processus de fonctionnement des services. Il précise en outre s'être fixé un objectif de recrutement de jeunes de moins de 26 ans (objectif = 40 ETP) et dit mener une politique proactive en faveur de l'engagement de personnes handicapées.

Dans les compléments d'information, l'éditeur précise :

- Concernant le Plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel : ce plan « n'a pas encore fait l'objet d'une évaluation formelle en tant que telle. Toutefois, le rapport et les recommandations de 2013 étaient un suivi de ce plan ». Ils ont débouché sur la nomination début 2015 d'une responsable « diversité ».
- Concernant le Plan relatif à la diversité au sein du personnel : l'éditeur déclare qu'« un plan d'action a déjà été mis en place et est défini dans le temps ». Il se réfère à nouveau à la désignation de la responsable « diversité » et ajoute plusieurs mesures dont un système de monitoring.

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate dès lors que les obligations de l'éditeur en matière d'égalité et de diversité sont rencontrées. Par ailleurs, le Collège prend acte du fait que la RTBF associe égalité femmes/hommes et diversité dans une problématique et des actions communes. Néanmoins, il encourage l'éditeur à poursuivre le développement conjoint des deux axes prévus dans le contrat de gestion : la diversité ainsi que l'égalité femmes/hommes.

11.3 Finances

Coût net de la mission de service public (art. 64)

Les subventions publiques affectées par la Fédération Wallonie-Bruxelles à la RTBF ne peuvent excéder les coûts nets induits par la mission de service public de l'entreprise, compte tenu de ses autres revenus, y compris de nature commerciale, directs ou indirects. À défaut, en cas de surcompensation, celle-ci n'excède pas 10 % des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public (art. 64 du contrat de gestion)¹¹.

Lors de l'examen des comptes annuels de l'entreprise, la RTBF et la Fédération Wallonie-Bruxelles donnent au Collège des commissaires aux comptes les moyens de vérifier concrètement que les subventions ne dépassent pas les coûts nets induits par le service public. Dans un rapport spécial complémentaire visé à l'article 78.4 du contrat de gestion, ce Collège, composé de membres de la Cour des comptes et de l'Institut des réviseurs d'Entreprise, a notamment pour mission de préciser de

¹¹ Sauf exception dûment motivée en cas d'affectation, limitée dans le temps, de cette surcompensation à des dépenses importantes et non récurrentes, nécessaires à l'accomplissement de la mission de service public et imposées préalablement par le Gouvernement. Voy. à ce sujet la [Communication de la Commission européenne](#) concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État, *J.O.U.E.*, 27 octobre 2009, C-257, points 70 à 76.

manière explicite le montant des subventions ordinaires et complémentaires qu'elle a perçues et le coût net de ses missions de service public, afin de permettre immédiatement une identification de toute surcompensation éventuelle.

Dans son « rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public » du 8 mai 2015, le Collège des commissaires atteste que les subventions ordinaires et spécifiques sont bien affectées aux missions de service public de la RTBF et que la méthodologie appliquée par la RTBF dans le cadre du calcul du résultat de la mission de service public est pertinente et que le résultat du calcul résumé ci-dessous est fiable. Ce calcul est basé sur la ventilation analytique des dépenses entre (i) les activités non commerciales, (ii) les activités commerciales tirant un avantage direct de la mission de service public et (iii) les autres activités commerciales. Le Collège des commissaires en conclut que le niveau de dotation révèle une *sous-compensation* du coût net de la mission de service public pour un montant de 2.400.000 €. Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public conformément à l'article 50, d), du contrat de gestion¹².

Coût net de la mission de service public (en milliers €)

	Comptes 2014
Total des charges de l'entreprise	362,1
Produits des activités non commerciales	-13,3
Produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect des missions de service public	-104,9
Coûts des autres activités commerciales	-0,7
Coût net de la mission de service public	243,3
Dotations	241
Soldes	2,4

Transparence et informations financières

Conformément à l'article 6, § 1^{er}, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels ainsi qu'à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004 relatif à la transparence des éditeurs de services de radiodiffusion et à l'article 50, d), du contrat de gestion, la RTBF a publié sur son site internet (www.rtbef.be/entreprise/rtbf-groupe) les informations de transparence requise, en ce compris une synthèse de ses comptes annuels, l'inventaire, le bilan et le compte de résultats pour l'année 2014.

En date du 8 mai 2015, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF a rendu son rapport spécial complémentaire (article 78.4 du contrat de gestion), dans lequel il analyse et évalue de manière spécifique la façon dont la RTBF s'est acquittée des obligations comptables visées aux articles 78.1, 78.2 et 78.3 du contrat de gestion.

¹² Pour un détail de ce calcul et des différentes catégories de dépenses, voy. le [rapport annuel 2014](#) de la RTBF, pp. 171 à 173.

Comme prévu par l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur au Collège est en outre complété par :

- Une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus de l'exercice des activités de la RTBF, ventilant ceux liés à l'exercice de ses missions de service public et ceux relevant des activités commerciales ;
- Un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public ;
- Une synthèse de l'évolution de la situation du personnel ;
- Un tableau synoptique des dotations ordinaires, dotations spécifiques et subventions complémentaires, en ce compris leur montant, leur provenance et leur affectation, et spécialement l'utilisation qui a été faite des subventions complémentaires, dont celles pour TV5 Monde et pour ARTE Belgique.

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises¹³ et contient les comptes et bilan 2014 de ses filiales et sociétés dans lesquelles elle détient une participation inférieure à 50 %, ainsi que le rapport de gestion correspondant (article 80, al. 2, du contrat de gestion).

12. Evaluation des nouveaux services

En vertu de l'article 45 du contrat de gestion, la RTBF doit suivre une procédure d'évaluation préalable avant le lancement de tout nouveau service audiovisuel ou de toute modification d'un service audiovisuel existant.

Suivant cette procédure, l'administrateur général de l'éditeur informe le conseil d'administration avant le lancement de tout nouveau service audiovisuel ou de la modification de tout service existant. Si ce nouveau service est important ou si la modification du service existant est substantielle, le conseil d'administration entame une procédure d'évaluation préalable en instaurant un groupe d'experts indépendants chargé de cette évaluation.

Il revient donc dans un premier temps au conseil d'administration de la RTBF de qualifier le nouveau service audiovisuel ou la modification du service existant présentés par l'administrateur général, de « nouveau service important » ou de « modification substantielle d'une service existant ».

Pour être ainsi qualifié, le contrat de gestion retient à son article 45.2 qu'un service ou une modification d'un service doit remplir les trois conditions cumulatives suivantes :

- *Un service ou modification consistant en un service non répandu dans le secteur de l'audiovisuel public, étant entendu qu'un service répandu dans l'offre des autres radiodiffuseurs publics de l'Etat belge et du bassin géographique de langue française ne sera pas considéré comme nouveau ;*
- *Un nouveau domaine d'activité de l'entreprise, à savoir, tout service ou modification aboutissant à un service, autres que ceux prévus par le présent contrat de gestion de manière précise et détaillée permettant aux tiers de savoir quel service est visé, ne tombant pas dans les conditions d'exemption prévues ci-dessous, et entraînant la création ou la modification substantielle de services audiovisuels au-delà du cadre prévu par le présent contrat de gestion ;*

¹³ Voy. [rapport annuel 2014](#) de la RTBF, pp. 154 et 177.

- *Un service ou une modification d'un service dont le coût marginal prévisionnel total pour les trois premières années du service est supérieur à 3 pourcents des recettes annuelles totales de l'entreprise pour ces trois premières années.*

L'article 45.3 du contrat de gestion prévoit ensuite une démarche de notification par le conseil d'administration de l'entreprise au bureau du CSA dans les termes suivants :

45.3. Le conseil d'administration de l'entreprise notifie sur le champ toute décision qu'il prend concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, qu'elle soit positive ou négative, au bureau du CSA, accompagnée de ses motifs de fait et de droit.

S'il estime que cette décision ne respecte pas les critères définis au paragraphe 2 ci-avant, le bureau du CSA peut l'annuler, dans un délai de quatre jours ouvrables à partir de la date de sa réception, à la majorité des deux tiers des voix.

Si le bureau du CSA annule la décision du conseil d'administration de l'entreprise, celle-ci ne peut pas poursuivre le lancement du nouveau service sans avoir procédé aux modifications appropriées du nouveau service en projet permettant de répondre aux griefs du bureau du CSA et sans réévaluer le caractère nouveau et important de celui-ci conformément au 1er alinéa.

Si le bureau du CSA n'annule pas la décision du conseil d'administration de l'entreprise, celle-ci est réputée définitive. Ce délai de quatre jours ouvrables peut être prolongé de quatre jours ouvrables additionnels, si le bureau du CSA l'estime nécessaire. En cas de prolongation, le bureau du CSA en informe immédiatement l'entreprise.

La saisine du bureau du CSA d'une notification de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant, au sens du présent article, fait l'objet d'un résumé publié sur le site internet du CSA. La décision du bureau de celui-ci est publiée également ainsi que celle par laquelle celui-ci remet en cause la qualification par le conseil d'administration de l'entreprise d'un service comme ne relevant pas de la catégorie de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant.

Le Collège constate que le dispositif de l'article 45.3 du contrat de gestion a été transposé dans le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF, par décret¹⁴ du 29 janvier 2015.

Au sein du commentaire des articles du projet de décret¹⁵, il est précisé que :

« Le conseil d'administration de l'entreprise ne doit notifier au bureau du Conseil supérieur de l'audiovisuel que sa décision concernant uniquement tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, qu'elle soit positive ou négative et non pas le service considéré comme non important ou la modification considérée comme non substantielle par le Conseil d'administration. »

¹⁴ Décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision Belge de la Communauté française (RTBF), le Décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

¹⁵ Projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision Belge de la Communauté française (RTBF), le Décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

De même dans les travaux préparatoires, l'intervention du Ministre des Médias laisse transparaître que l'obligation de notifier au bureau du CSA les décisions relatives aux nouveaux services ne concerne que les nouveaux services importants et non pas les nouveaux services non importants.

Le Collège prend acte de la précision apportée par le commentaire de l'article 9bis §3 nouveau du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF. Ce faisant, le Collège constate que ce commentaire s'écarte de son interprétation initiale exposée dans son avis n°70/2014. Il en découle que l'appréciation de la qualification de tout service comme ne relevant pas de la catégorie de nouveau service important ou d'une modification de service existant n'est plus soumise à la validation du CSA.

Pour sa part, et par souci de transparence, la RTBF a transmis au CSA, à l'attention exclusive et confidentielle de son Bureau, un relevé des décisions du conseil d'administration concernant les dossiers examinés dans le courant de l'année 2013 et des extraits du procès-verbal tel qu'approuvé par le conseil d'administration de la RTBF pour 2014.

Le Collège accueille la démarche de la RTBF et prend acte de la communication du Bureau selon laquelle ces délibérations concluent à ce qu'aucun des nouveaux services ne constitue un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant.

S'agissant de la méthode de calcul du « coût marginal prévisionnel total », le Collège prend acte de la transmission d'une note explicative visant à clarifier l'évaluation du coût marginal prévisionnel total issu de l'article 45.2 du quatrième contrat de gestion de la RTBF.

Il se propose de revenir ultérieurement sur l'interprétation de cette dernière, et au plus tard lors du prochain contrôle annuel, en vue de valider de la manière la mieux documentée les différents éléments constitutifs du « cout marginal prévisionnel total », faisant partie des trois conditions cumulatives du déclenchement de la procédure d'évaluation des nouveaux services importants.

13. Publicité

13.1 Règles publicitaires : décisions concernant la RTBF en 2014

En matière publicitaire, depuis l'année 2010, le CSA effectue un monitoring des pratiques de communication commerciale des éditeurs de services de la Communauté française¹⁶ :

- Le monitoring quantitatif portant sur les durées publicitaires n'a fait état d'aucun dépassement, à l'instar du contrôle quantitatif précédent ;
- Aucun grief n'a été notifié à la RTBF suite au monitoring qualitatif des pratiques de communication commerciale.

L'article 75 prévoit les règles à suivre par la RTBF pour la publicité dans les services en ligne sur internet et via des services de la société de l'information. En vertu de cet article, « *la RTBF ne peut insérer aucune publicité sur le site internet de La Trois, ni aucune publicité sous forme de « prerol » avant les programmes pour enfants accessibles dans l'offre de services de médias audiovisuels non linéaires de la RTBF* ».

¹⁶ Le monitoring s'étend aux services linéaires et non linéaires. Les nouvelles plateformes sont également prises en compte, que ce soit les sites Internet, applications mobiles ou services à la demande.

Néanmoins, lors du monitoring de la communication commerciale par les services du CSA sur les nouvelles plateformes effectué lors de l'exercice suivant, en 2014, la présence de publicité sur le site Internet de « La Trois » a pu être constatée à plusieurs reprises et les conclusions du monitoring ont été transmises au Secrétariat d'instruction du CSA pour suite éventuelle.

13.1 Recettes nettes de publicité (art. 71.4)

Les recettes nettes de publicité de la RTBF sur ses chaînes de radio et de télévision, déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire, des moyens complémentaires affectés à la production audiovisuelle indépendante et des moyens affectés au Fonds d'aide à la création radiophonique en application de l'article 56.2 du présent contrat de gestion, n'excèdent pas, à la lumière des comptes annuels de l'entreprise, les 30 % des recettes totales de l'entreprise en 2014, (art. 71.4, al. 1^{er}, du contrat de gestion). Ces revenus publicitaires nets ne dépassent pas non plus le seuil de 25 % fixé au second alinéa de cette dernière disposition, au-delà duquel ces recettes doivent être affectées à des missions de service public énoncées par le contrat de gestion.

Recettes publicitaires 2010-2014

	2010	2011	2012	2013	2014	Ecart 13-14
Recettes nettes de publicité commerciale en radio ¹⁷ (€)	17.715.539	19.362.318	21.567.550	23.115.782	24.438.504	+5,72 %
Recettes nettes de publicité non commerciale et de parrainage en radio (€)	3.054.843	3.298.883	3.089.063	2.830.340	3.096.426	+9,40 %
Recettes nettes de publicité en radio (€)	20.770.382	22.647.000	24.780.000	25.900.000	27.500.000	+6,18 %
Recettes nettes de publicité en TV (€)	41.836.000	41.607.000	40.649.000	41.200.000	40.200.000	-2,43 %
Recettes nettes de publicité télétexte (€)	89.000	21.000	-	-		
Recettes nettes de publicité Internet (€)	935.000	1.311.000	1.566.000	1.900.000	2.000.000	+5,26 %
Total recettes nettes de publicité (€)	63.630.382	65.586.000	66.995.000	69.000.000	69.800.000	+1,16 %
Total recettes de l'entreprise (€)	294.566.000	301.425.000	316.260.000	323.600.000	338.300.000	+4,54 %
% des recettes nettes de publicité dans le total des recettes de l'entreprise	21,60 %	21,76 %	21,18 %	21,32 %	20,63%	

13.2 Publicité dans les services en ligne

Afin de préserver les recettes de publicité des éditeurs de presse écrite imprimée sur internet, dans un souci de maintien du pluralisme de la presse écrite imprimée, la Fédération Wallonie-Bruxelles impose à la RTBF de verser à un fonds intitulé « fonds de soutien aux médias d'information » les recettes

¹⁷ Ces montants servent de base au calcul de la contribution de la RTBF au Fonds d'aide à la création radiophonique (cf. ci-dessus).

nettes de publicité sous forme de « *displays* » autour des contenus écrits de son site d'information www.rtb.be/info, qui dépasseraient un montant de 600.000 € pour l'année 2014.

Suivant les montants déclarés par l'éditeur, ce montant n'a pas été dépassé en 2014. Aucun versement au fonds de soutien aux médias d'information ne doit donc avoir lieu.

Avis du Collège d'autorisation et de contrôle

Pour l'exercice 2014, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : la production propre, les investissements à consentir dans la production indépendante et dans le Fonds d'aide à la création radiophonique, les quotas de diffusion, la mise en valeur des œuvres européennes, ainsi que ses missions d'information, de culture, d'éducation permanente, de programmation jeunesse et de collaborations.

Dans la perspective du contrôle prochain, le Collège sera particulièrement attentif à l'évolution des points suivants :

- L'implication de l'éditeur dans la mise en place de synergies avec chaque télévision locale de service public (article 57) ;
- Les modalités selon lesquelles la RTBF met ses infrastructures de production à disposition des créateurs de la communauté française. Le collège invite encore une fois l'éditeur à informer les créateurs de la communauté française de cette possibilité et à en définir les modalités (article 16.2) ;
- L'évolution de la programmation spécifique en matière de médiation, particulièrement la représentation citoyenne dans les panels de débats (article 30) ;
- La fourniture par l'éditeur du détail de l'affectation des provisions 2012 et des apports annuels successifs au fonds séries, de manière à démontrer la conformité au contrat de gestion des investissements en coproduction consentis, notamment au regard des critères d'œuvre majoritaire et d'indépendance des producteurs.

Nonobstant ces observations, le Collège d'autorisation et de contrôle établit que la RTBF a respecté ses obligations légales et contractuelles pour l'exercice 2014.

Fait à Bruxelles, le 10 décembre 2015