

RTBF – AVIS 2020
CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL
DECEMBRE 2021



INTRODUCTION	4
OFFRE DE SERVICES.....	5
MEDIAS 2020	5
OFFRE TEXTE	11
ALGORITHMES DE RECOMMANDATION.....	16
DEVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES.....	18
ARCHIVES.....	19
CRISE SANITAIRE - IMPACTS.....	22
PLAN #RESTART.....	22
INCIDENCES ET PROJETS PROGRAMMATIQUES COVID.....	25
IMPACTS FINANCIERS.....	26
CONCLUSION	26
INFORMATION	27
DEVELOPPEMENT CULTUREL.....	36
PROGRAMMATION JEUNESSE.....	48
PRODUCTION PROPRE.....	55
PRODUCTION PROPRE TV.....	55
PRODUCTION PROPRE RADIO.....	58
QUOTAS.....	61
QUOTAS TV.....	61
QUOTAS RADIO	64
RELATIONS AVEC LES PUBLICS	68
LE TRAITEMENT DES DEMANDES DU PUBLIC PAR LE SERVICE DE MEDIATION	68
LE PROGRAMME DE MÉDIATION.....	72
LES PUBLICS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX.....	73
ACCESSIBILITE.....	75
Sous-titrage.....	75
Traduction gestuelle.....	75
Audiodescription	76
Obligations qualitatives	76

Obligations en matière de communication sur les programmes rendus accessibles.....	76
Sous-titrage.....	76
Traduction gestuelle.....	80
Audiodescription.....	81
Accessibilité du site.....	85
Communication sur les programmes rendus accessibles.....	87
ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ.....	89
SOUTIEN À LA PRODUCTION.....	102
PRODUCTION AUDIOVISUELLE DANS SON ENSEMBLE.....	102
PRODUCTION INDÉPENDANTE.....	105
FINANCES.....	113
TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES.....	113
COUT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC.....	119
EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES IMPORTANTS OU DES MODIFICATIONS SUBSTANTIELLES DES SERVICES EXISTANTS.....	122
CONCLUSION GENERALE.....	125

INTRODUCTION

En exécution de l'article 136, 5° 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 chaque année 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.

La RTBF a transmis son rapport annuel 2020 dans les délais prévus. Elle a également répondu de manière réactive aux compléments d'information demandés par le CSA.

Enfin, conformément à l'article 87 du contrat de gestion, l'administrateur général de la RTBF, Monsieur Jean-Paul Philippot, a été reçu en audition le 10 novembre 2021 par le Collège d'autorisation et de contrôle préalablement à l'adoption définitive de son avis concernant le contrôle de la réalisation des obligations de la RTBF découlant de son contrat de gestion.

Le présent avis se compose de 13 fiches thématiques et une fiche de suivi :

1. Offre de services
2. Information
3. Développement culturel
4. Programmation jeunesse
5. Production propre
6. Quotas
7. Soutien à la production
8. Accessibilité
9. Relation avec les publics
10. Egalité et diversité
11. Finances
12. Nouveaux services importants
13. Crise sanitaire
14. Conclusion

OFFRE DE SERVICES

MEDIAS 2020

CONTEXTE

En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes, et une quatrième chaîne thématique, complémentaires et clairement identifiées sur le plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs.

En radio, la RTBF doit éditer six services sonores complémentaires : deux généralistes et quatre musicaux (classiques et non classiques). Elle peut y ajouter trois chaînes complémentaires diffusées en DAB+. En parallèle, la RTBF doit développer une offre de référence en termes de webradios.

BILAN

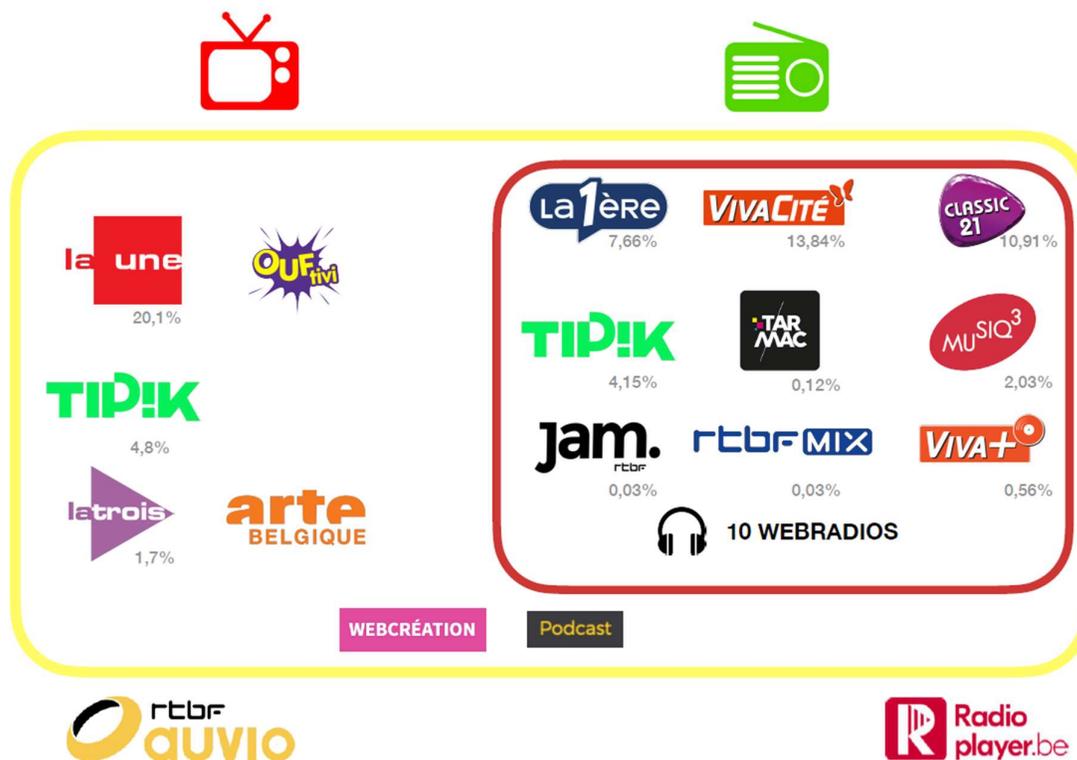


Diagramme synthétique représentant l'offre de la RTBF, regroupée en termes de services télévisuels et radiophoniques d'une part, et en termes de plateformes non-linéaires d'autre part. Les principaux services sont accompagnés de leurs parts de marché respectives pour l'année 2020¹.

¹ Télévision : Audimétrie CIM – Live +7 ; Radio : CIM Radio, résultats moyens sur base des 2 vagues portant sur l'année 2020, calculés par les services du CSA.

L'approche « Publics »

Le modèle d'entreprise et l'approche éditoriale de la RTBF sont centrés sur 4 profils de publics, autour desquels l'édition d'offre est articulée.

- **Nous** : définis comme des « publics en quête de rassemblement, tournés vers les contenus qui rassemblent, l'info didactique et le divertissement, friands des médias traditionnels et d'un accompagnement digital » ;
- **Affinitaires** : « publics de passionnés, appréciant avoir du temps pour soi, approfondir, s'enrichir. Ils oscillent entre le contenu disponible en linéaire ou non linéaire » ;
- **Jeunes adultes** : « menant une vie active et nomade, à la recherche de contenus authentiques, engagés, sensibles aux ambassadeurs charismatiques et inspirants » ;
- **Nouvelles générations** : « ouverts aux changements constants, définitivement multi-plateformes, à la recherche d'ambassadeurs identifiants ».

L'illustration ci-dessous représente les offres principales qui leur sont associées :



Source de l'illustration : rapport annuel public RTBF-2020, p.12

Tipik

L'offre de services de la RTBF a été marquée par la création de Tipik en septembre 2020. Cette nouvelle marque télévision-radio-web, dédiée aux *millennials* (« jeunes adultes », première génération à avoir grandi avec internet), remplace La Deux en télévision et Pure en radio avec comme principaux points d'entrée les sites, les réseaux sociaux et Auvio.

Tarmac

Projet « tout digital » lancé en juin 2017, Tarmac semble avoir trouvé son public grâce à une identité forte et originale. Selon la RTBF, l'offre Tarmac est d'ailleurs en tête de ses résultats sur les réseaux sociaux auprès d'une audience jeune (15-25 ans). L'audience de Tarmac en 2020 se mesure par le nombre d'abonnés sur les différents médias (le service n'est pas disponible en FM) :

- DAB+ : 0,12% de part de marché
- Applications & site internet : 45.000 abonnés
- Chaîne Youtube : 370.000 abonnés
- Instagram : 229.000 abonnés
- Facebook : 329.000 abonnés
- Twitch : 22.000 abonnés

Dédiée à la culture urbaine et au hip-hop, l'offre de Tarmac consiste en une série de programmes audio et vidéo disponibles en live ou à la demande via un site dédié, Auvio, une application mobile, les réseaux sociaux et une radio DAB+. La RTBF utilise Tarmac comme un laboratoire qui lui permet d'explorer de nouveaux territoires comme le gaming ou l'interactivité.

L'offre radio

Lancés en septembre 2019, les services Viva+ et Jam - disponibles en DAB+ - ont complété leur première année d'existence en 2020. Viva+ est une déclinaison de Vivacité visant plus spécifiquement un public sénior avec une programmation musicale issue des années 60 et 70. Jam est une radio musicale alternative visant un public de jeunes adultes (25-35 ans). Les parts de marchés de ces services (diffusés uniquement en DAB+ et via internet), bien que limitées, semblent évoluer positivement.

Disponibilité en 2020 des différents services de radio selon les plateformes de diffusion

Chaîne	FM	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Internet
La Première	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui
Vivacité	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Musiq'3	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Classic 21	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Tipik	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Tarmac	-	oui	-	-	-	-	oui
Jam	-	oui	-	-	-	-	oui
Viva +	-	oui	-	-	-	-	oui
10 Webradios	-	-	-	-	-	-	oui
RTBF Mix	-	oui	-	-	-	-	oui

En 2020, la RTBF compte 10 webradios : Classic 21 60's, Classic 21 70's, Classic 21 80's, Classic 21 90's, Classic 21 Blues, Classic 21 Metal, Classic 21 Noir Jaune Rock, Classic 21 Soul, Classic 21 Route 66, Musiq'3 Beethoven 250.

L'offre de podcasts

2020 confirme la tendance au développement de l'offre de podcasts de la RTBF composée d'une part des émissions des différents services de l'éditeur et, d'autre part, de contenus natifs produits dans le cadre de la webcréation. Les podcasts des émissions sont accessibles via leurs pages respectives sur le site web de chaque radio (à l'exception de Jam) et sont disponibles via Auvio, Apple Podcasts, PocketCast et un flux RSS standardisé pour permettre aux auditeurs de s'abonner via d'autres applications. L'offre des contenus audio de la RTBF sur Spotify, application d'écoute musicale (streaming et téléchargement) de plus en plus utilisée pour accéder à des podcasts, est très limitée (9 séries identifiées). Les contenus natifs sont disponibles sur ces mêmes plateformes, mais également sur la chaîne YouTube de la RTBF sous l'onglet Playlists. On notera cependant la possibilité ajoutée dans Auvio de télécharger les contenus audios en mp3.

Au rayon des podcasts natifs produits par la RTBF en 2020, on retrouve une offre étendue de séries sonores, notamment : la deuxième saison de « Noir Jaune Rouge : Belgian Crime Story », « I Feel Love », « Madame », « Il serait une fois », « The Love Experiment », « C'est pas du cinéma », « Diasporama », « Déconfinement » ou encore « En tête à tête ». 23 séries sonores sont répertoriées sur la page Webcréation de la RTBF rassemblant tous les podcasts natifs de la RTBF.

Webcréation

En 2020, l'éditeur déclare avoir fait appel aux talents internes et externes pour la production de contenus et services, dans des formes classiques ou novatrices, en exécution de l'article 10 du Contrat de gestion.

Concernant la stimulation de l'écriture digitale, il mentionne le lancement, dans le cadre du plan Restart, d'un projet de trois webséries de 5 épisodes de 8 minutes destinées aux jeunes adultes. Les trois thèmes soumis à l'appel étaient « L'Amour à Trois », « Ok Boomer » et « Dans Ma Tête ». L'éditeur déclare également avoir lancé en 2020 trois nouveaux formats, pour trois types de publics, dont deux à destination des supports digitaux exclusivement :

- Les Anonymes (Facebook et Auvio) : série d'humour à sketches, 20 épisodes de 3 minutes.
- Road Tripes (Instagram) : première série à avoir été conçue pour une diffusion sur Instagram, 11 épisodes de 6 minutes.
- 1 Semaine sur 2 (La Une et Auvio) : capsules humoristiques, 50 épisodes de 3 minutes.

La plateforme « Auvio » et la radio

L'offre de radios en streaming de la RTBF est accessible sur la plateforme RadioPlayer.be, qui rassemble actuellement (en août 2021) non seulement les 9 services diffusés en FM et/ou en DAB+, mais également les 9 webradios thématiques en déclinaison de Classic 21.

Quatre services sont également disponibles en radio visuelle via Auvio : La Première, Vivacité, Tipik et Tarmac. Pure Vision est donc devenue Tipik Vision, en parallèle de la chaîne de télévision Tipik.

En plus des podcasts natifs (voir ci-dessus), les marques Tarmac, Tipik et Classic 21 sont également présentes sur YouTube. Pour Tarmac, l'ensemble des émissions de la chaîne est disponible, ainsi que des contenus additionnels. Tipik offre -via sa chaîne- pléthore de séquences extraites des émissions tant radio que TV. La chaîne de Classic 21 propose également des interviews, des performances live et une variété de rubriques et contenus originaux.

L'offre non-linéaire en radio est tellement riche qu'il peut être difficile de s'y retrouver, la logique verticale des marques de chaînes entrant parfois en conflit avec celle plus horizontale des marques

d'émissions. Ce tiraillement apparaît plus clairement dans l'univers de la consommation à la demande, transversale par nature, et est difficilement évitable vu le nombre de plateformes où il est nécessaire pour un éditeur d'être présent pour aller à la rencontre de ses publics dans les différents modes de consommation actuels. La plateforme Auvio, quant à elle, donne clairement priorité aux contenus vidéos. Les produits sonores y passent par conséquent au second plan.

La plateforme « Auvio » et la VOD

Lancée en avril 2016, la plateforme Auvio centralise l'offre audiovisuelle en ligne de la RTBF : programmes en direct et à la demande, inédits ou rediffusés. Une application est gratuitement disponible sur iOS et Android depuis juillet 2017.

Le catalogue reprend l'ensemble de la production propre de la RTBF. Dans la mesure du possible, la RTBF négocie les droits des programmes qu'elle acquiert pour qu'ils soient également disponibles sur Auvio. En outre, l'offre s'étoffe de plus en plus avec des contenus exclusifs (séries, documentaires, courts et long-métrages de fiction...). Enfin, le « live center » propose certains programmes linéaires en direct ainsi que des retransmissions exclusives. Ce catalogue est accessible pendant un laps de temps variable, entre 7 jours à plus d'un an en fonction des droits de diffusion.

Selon la RTBF, la plateforme compte 3,6 millions de comptes utilisateurs (ce qui constitue une augmentation de 26% par rapport à 2019). En moyenne quotidienne, elle touche 125.000 personnes pendant 49 minutes (+3 minutes par rapport à 2019).

En 2020, l'offre d'Auvio s'est enrichie en intégrant :

- Le catalogue de la Sonuma ;
- Des séries de Radio Canada ;
- Les journaux de la VRT ;
- Une offre premium de plus de 1.700 films (en partenariat avec Sooner) ;
- Pendant le confinement, de mi-novembre 2020 à mi-janvier 2021, Auvio proposait également un catalogue gratuit de 40 films.

La RTBF déclare en outre que des réflexions ont été menées en 2020 quant au positionnement stratégique d'Auvio, avec pour objectif « *d'augmenter la volumétrie de contenus, tant de la RTBF que de partenaires extérieurs* ». Ces réflexions ont abouti au projet « *AUVIO 3.0* » et à la publication d'un cahier des charges « *pour trouver un partenaire proposant une plateforme OTT-VOD moderne et couvrant un maximum de plateformes digitales (Web, App IOS et Android, Téléviseurs Samsung, box opérateurs Telecom, plateforme de gaming)* ».

Les applications mobiles

RTBF

Cette application permet d'accéder à de nombreux articles ainsi qu'à des contenus audios (émissions des radios de la RTBF déjà diffusées et en direct mais pas de podcasts natifs). L'application ne peut être personnalisée (pas de référencement des dernières écoutes ou de favoris). En lecture, la navigation dans les contenus audio n'est pas possible (bouton play/pause uniquement). L'application renvoie vers le site Auvio pour ces contenus. L'application RTBF n'est pas utilisable hors connexion.

Auvio

L'application propose les mêmes contenus que la plateforme en ligne. Il est nécessaire d'avoir un compte avec mot de passe pour y avoir accès. Il n'est pas facile de distinguer les différents types de contenus (natifs, production, rediffusions d'émissions, etc.). Les chaînes radio et TV de la RTBF sont accessibles (en ce inclus radio vision et vidéo). Jam n'est pas mentionnée parmi les chaînes alors que des chaînes extérieures (Arte, LN24, ...) sont reprises dans la liste des chaînes identifiées. L'outil de recherche de l'application est performant. La personnalisation du compte est facile et pratique (dernières écoutes, favoris, etc.). Il est difficile d'identifier l'origine des contenus (natifs ou rediffusions d'émissions) ou de savoir si le site reprend tous les programmes de la RTBF ou encore si une sélection est réalisée (et, si oui, sur base de quels critères). L'application Auvio n'est pas utilisable hors connexion et ne permet pas de téléchargement pour écouter ou visionner un contenu hors ligne.

Tarmac

L'application propose, via la rubrique Play, une série de contenus audios musicaux (émissions et mixtapes) et sketches de stand up (Tarmac Comedy) dans lesquels il n'est pas possible de naviguer (uniquement bouton play/pause). Il est possible d'accéder au contenu linéaire de Tarmac via l'onglet Radio. Seuls les contenus écrits (sur la page d'accueil) peuvent être sélectionnés et conservés comme favoris. L'application Tarmac n'est pas utilisable hors connexion.

[Les réseaux sociaux](#)

En 2020, la RTBF indique être gestionnaire de plus de 100 pages Facebook, plus de 10 comptes Twitter, plus de 20 comptes Instagram, d'une chaîne Twitch et de 15 chaînes YouTube.

AVIS

La RTBF a rencontré ses obligations en termes d'offre de services en ligne, télévisuels et de radio.

Le Collège salue l'investissement renouvelé de la RTBF dans la plateforme Auvio et dans la déclinaison de ses marques sur le net et les réseaux sociaux. Ces démarches assurent la visibilité et l'accessibilité de l'éditeur pour les publics qui délaissent les médias traditionnels.

Le Collège regrette néanmoins le peu de visibilité donné aux contenus purement audio (natifs ou non) sur la plateforme Auvio et les applications de la RTBF, et ce malgré l'essor actuel du podcast. Il verrait très positivement la création d'un espace spécifiquement dédié à l'audio « on demand » en son sein, qui permettrait d'améliorer l'accès - pas toujours aisé à l'heure actuelle - aux nombreux contenus sonores produits par la RTBF.

OFFRE TEXTE

CONTEXTE

Article 42 sexies

Le développement par la RTBF d'une activité d'information rédactionnelle en ligne a fait l'objet d'un litige juridique entre l'éditeur audiovisuel de service public et les éditeurs de presse écrite belges francophones. Ces derniers ont introduit des recours, d'abord au niveau national, puis au niveau européen par le dépôt d'une plainte auprès de la Commission. Se fondant sur le fait que la RTBF bénéficie d'aides d'État, les éditeurs de presse écrite considéraient l'offre gratuite proposée par le site rtbf.be/info comme une concurrence déloyale susceptible de contrecarrer le développement de leurs modèles payants.

Par un avis rendu en mai 2014², la Commission s'est prononcée en faveur d'une définition exhaustive du périmètre des activités en ligne de la RTBF. Elle recommande : « *l'énumération précise et limitative des services qui entrent dans le mandat de service public de la RTBF et la précision que ces services doivent mettre l'accent sur les images et les sons et faire le lien avec les programmes de radio ou de télévision de la RTBF* ». En conséquence, le Gouvernement de la FWB s'est vu contraint de remanier le contrat de gestion de la RTBF par avenant (décembre 2014). Ces modifications ont notamment abouti à l'ajout de l'article 42 sexies qui pose des conditions cumulatives au déploiement de l'offre rédactionnelle en ligne de la RTBF. Enfin, Le cinquième contrat de gestion (période 2019-2022) ajoute une restriction quantitative : l'éditeur doit veiller « *à ce que 51 % des articles de son site d'information en ligne ne dépassent pas 1.500 signes de textes, avec une marge de plus ou moins 5%, hors titres, intertitres et blancs* ».

Conditions cumulatives

Les conditions cumulatives que l'offre d'information rédactionnelle en ligne de la RTBF doit respecter peuvent être synthétisées comme suit :

- Être en phase avec les missions de service public.
- Être en lien avec la programmation.
- Être produite ou traitée par ses propres rédactions.
- Être enrichie d'images et de sons.
- Pour minimum 51% des articles, ne pas excéder 1500 signes.

Le Collège rappelle qu'il s'agit de conditions destinées à cadrer les activités d'édition d'information textuelles en ligne de la RTBF. Il convient dès lors de leur donner une interprétation effective.

BILAN

Le rapport initial de la RTBF comprend peu de données quant au respect de l'article 42 sexies. L'éditeur se justifie principalement de la condition quantitative. Le CSA a donc demandé des compléments.

² https://ec.europa.eu/competition/state_aid/cases/247174/247174_1555382_256_2.pdf

Condition 1 : Être en phase avec les missions de service public

La RTBF ne se justifie pas du respect de cette condition. Pourtant, bien que le cadre des missions de service public confiées à l'éditeur soit très large, cette condition générale est susceptible de nécessiter un examen au cas par cas. Pour rappel, en 2016, faisant suite à une plainte reçue par le CSA, le Secrétariat d'instruction et la RTBF avaient débattu par courriers de l'application de cette condition concernant des articles spécifiques, échanges au terme desquels la RTBF avait supprimé certains contenus. Le Collège rappelle en conséquence que cette condition n'est pas automatiquement rencontrée et qu'elle nécessite le maintien d'une vigilance tant de la part du régulateur que de l'éditeur.

Condition 2 : Être en lien avec la programmation

La RTBF ne se justifie pas du respect de cette condition. Afin d'être effective, celle-ci pourrait nécessiter une clarification du Gouvernement ou une interprétation du Collège permettant de situer dans le temps ce lien avec la programmation. En effet, sans cela, la condition serait inopérante vu la grande variété de sujets abordés par la programmation de la RTBF prise dans sa globalité. Un contrôle effectif nécessiterait donc de situer la publication d'un article comme un « écho » ou une « amorce » d'un programme audiovisuel ou sonore traitant du même sujet et diffusé dans un certain laps de temps entourant cette publication.

Condition 3 : Être produite ou traitée par ses propres rédactions.

Le CSA a questionné plus avant la RTBF quant au respect de cette condition. En effet, sur base de l'observation régulière du site rtbf.be/info, il constate la publication d'un nombre important d'articles dont la signature ne fait que sourcer une agence de presse. Le Collège s'interroge en conséquence sur la conformité de ce simple relai de dépêches à la condition d'un « traitement » par les rédactions de la RTBF.

La RTBF déclare que des consignes rédactionnelles sont pourtant données aux journalistes afin de les inviter à étoffer le contenu en provenance des agences. L'éditeur précise : *« ces contenus textuels en provenance d'agences de presse font l'objet d'un travail éditorial qui ne s'arrête pas à un « copié-collé », ce qui résulte d'une volonté éditoriale de la rédaction mais également d'une nécessité de performance au regard du fonctionnement des moteurs de recherches face aux contenus sans plus-value, ceux-ci faisant l'objet d'un référencement moindre ».*

Néanmoins, le CSA constate qu'une proportion non négligeable d'articles consiste en la reprise de dépêches. Il considère que la condition d'une « production » ou d'un « traitement » par les rédactions de la RTBF nécessite un investissement éditorial plus conséquent. Cette condition pourrait d'ailleurs nécessiter une interprétation par le Collège en vue de clarifier le niveau d'implication et de plus-value permettant de justifier d'un « traitement » par les rédactions de la RTBF.

Condition 4 : Être enrichie d'images et de sons

Cette condition fait l'objet d'un suivi statistique précis par la RTBF. L'éditeur se réfère à son système de gestion des contenus, lequel est alimenté par les rédacteurs au moment de chaque publication d'article.

Les données encodées portent notamment sur le nombre de caractères et sur la publication conjointe d'images et de sons. La RTBF précise : « *ce monitoring quotidien permet (...) de veiller au respect de nos engagements contenus dans le contrat de gestion. Concrètement, chaque rédacteur est invité à rendre un article complété d'audio et de vidéo contenant au moins un « média » RTBF. S'il n'est pas en mesure de le faire, l'équipe d'antenne web a mis en place un desk vidéo dont l'une des missions est de veiller au quotidien à l'enrichissement éditorial de nos articles en y adjoignant des médias « made in RTBF », sons ou vidéos ».*

En dépit de ces précautions, le bilan statistique de la RTBF conclut, pour l'année 2020, à la publication d'une proportion de 51,8% d'articles « enrichis d'images et de son ». Cette proportion tout juste majoritaire pose question au regard du prescrit du contrat de gestion. En effet, la condition n'étant associée à aucun objectif de quota, elle pourrait théoriquement s'appliquer à une proportion plus importante, voire à l'ensemble des articles publiés. Dès lors, le CSA a interrogé la RTBF quant à une infraction potentielle à l'article 42 sexies, k), tiret 1, i. tiret 3 de son contrat de gestion (voir ci-dessous).

Condition 5 : Restrictions Quantitatives

Sur ce point également, la RTBF dispose de données précises récoltées au moment de la publication des articles. Le rapport annuel reprend les résultats par trimestre : Q1 = 51.3%, Q2 = 50.3% et Q3 = 52% pour une moyenne annuelle de 51.2%.

Selon les données fournies par la RTBF, l'objectif quantitatif de 51% d'articles n'excédant pas 1.500 signes (avec une marge de plus ou moins 5 %, hors titres, intertitres et blancs) est donc atteint de justesse pour 2020.

AVIS

Quant à l'infraction potentielle

➤ Base juridique : article 42 sexies du contrat de gestion :

« (...) *La RTBF produit, diffuse et rend accessibles en ligne sur ses sites internet rtbf.be et/ou rtbf.be/auvio, et via les services de la société de l'information visés à l'alinéa e) ci-après, les contenus suivants :*

(...) k) des contenus répondant aux missions visées aux articles 22 à 41 du présent contrat de gestion, dans les limites visées ci-après :

-des contenus d'information connexes à ses programmes, en ce compris des contenus d'information, au sens repris ci-avant, comprenant des textes, des images et des sons, avec un accent sur les images et les sons, dans les limites visées ci-après :

- i. des contenus d'actualité, visant à alerter, montrer, certifier et expliquer les événements d'actualité, en mettant l'accent, sur son site d'information en ligne, sur des contenus d'information :*
 - en lien avec les sujets développés ou à développer dans ses programmes de radio et de télévision ;*
 - produits ou traités dans ses propres rédactions ;*
 - enrichis d'images et de sons ;*

- *et en veillant à ce que 51 % des articles de son site d'information en ligne ne dépasse pas 1.500 signes de textes, avec une marge de plus ou moins 5 %, hors titres, intertitres et blancs ;*

ii. des retranscriptions écrites intégrales, partielles, analytiques ou synthétiques de ses programmes ;

iii. des chroniques, cartes blanches et éditoriaux en lien avec l'actualité en mettant l'accent sur ceux produits dans les rédactions de la RTBF ;

iv. des dossiers thématiques, réalisés par la RTBF, seule ou en partenariat avec des tiers, en lien avec ses programmes de radio et de télévision ;

v. des enquêtes et sondages d'opinions, en lien avec ses programmes de radio et de télévision, réalisés dans le respect des dispositions visées à l'article 22 du présent contrat de gestion ;

vi. des bases de données, en lien avec ses programmes de radio et de télévision, telles que des données chiffrées, agenda, résultats, photothèques, en lien avec l'information, à l'exclusion de bases de données à caractère pornographique ou érotique ;

vii. d'autres contenus émanant des organismes de service public de radio et de télévision et des éditeurs de presse écrite imprimée belge francophone, quotidienne ou périodique, avec lesquels la RTBF a conclu des partenariats, et pouvant renvoyer à des contenus payants le cas échéant ».

➤ **L'argumentaire de la RTBF**

La RTBF considère que son obligation se limite à « *mettre l'accent* » sur les articles comprenant des images et des sons. Elle assure que « *c'est en ce sens que cela a été négocié avec les services de la Commission européenne* », que cette condition « *n'implique aucune obligation quantitative quant à la manière dont cet accent est mis* » et que, d'ailleurs, aucune des conditions reprise à l'article 42 sexies n'implique d'approche quantitative si ce n'est celle explicitement formulée comme telle.

L'éditeur précise encore : « *en pratique, tous nos articles sont systématiquement illustrés de photos provenant des journalistes ou équipes de la rédaction RTBF ou d'images d'agences et d'illustrations graphiques produites par la rédaction ou des tiers pour compte de la RTBF. Nous mettons donc bien l'accent sur l'image (minimum une illustration voire plusieurs dans chaque article, soit 100% de nos articles). Et nous ajoutons encore l'accent supplémentaire par du son et de la vidéo, en mettant des liens vers des vidéos et des sons supplémentaires à hauteur de 51,8 %, soit une majorité encore d'articles avec un contenu audiovisuel* ».

➤ **L'analyse du Collège**

Le Collège précise d'emblée que le libellé du contrat de gestion implique « *des images et des sons* », ce qui invalide de facto les articles simplement illustrés d'images fixes tels qu'invoqués par la RTBF. En effet, l'objectif du dispositif est d'affirmer le caractère audiovisuel de l'offre de services.

En vertu de l'article 42 sexies, k, tiret 2, la RTBF peut éditer « *des contenus d'information connexes à ses programmes, en ce compris des contenus d'information (...) comprenant des textes, des images et des sons, avec un accent sur les images et les sons* ». Ce libellé implique que la RTBF puisse déployer une offre rédactionnelle en ligne sous la forme d'articles écrits « *comprenant des textes des images et des sons* » et mettant « *un accent sur les images et les sons* ». Les articles doivent donc systématiquement comprendre des textes, des images et des sons. Et cette « *spécificité audiovisuelle* » doit en outre s'affirmer par un accent mis, au sein des articles, sur les images et les sons.

Le sous-point i. du tiret 2 stipule que l'éditeur doit mettre l'accent, au sein de son site d'information en ligne, sur certains contenus d'information, à savoir ceux « enrichis d'images et de sons » mais également ceux répondant aux deux autres conditions fixées (« produits ou traités par les rédactions », « en lien avec la programmation »). La nécessité de « mettre l'accent » semble donc porter ici spécifiquement sur les articles « enrichis d'images et de sons », ce qui laisse entendre que d'autres articles pourraient déroger à la condition. Face à cette potentielle contradiction, le Collège comprend l'argumentaire de la RTBF. Mais il n'y souscrit pas.

En effet, le Collège constate que suivre l'interprétation de la RTBF aurait pour conséquence de mettre en péril l'objectif du dispositif. Pour rappel, celui-ci consiste globalement à limiter les possibilités pour la RTBF de développer une offre rédactionnelle en ligne par l'ancrage de ses publications dans le caractère audiovisuel de ses activités.

Premièrement, la nécessité d'enrichir les articles d'images et de sons, ainsi que de mettre l'accent, au sein des articles, sur les images et les sons, figure dans le paragraphe introductif du point k). Il s'agit donc du contexte général dans lequel les autres composantes de l'article doivent être interprétées.

Deuxièmement, aucune précision n'est apportée, ni par le contrat de gestion, ni au surplus par l'éditeur, afin de, suivant l'argumentaire de ce dernier, définir la manière dont l'accent devrait être mis sur les contenus d'information respectant les conditions du point i. La RTBF ne semble d'ailleurs procéder à aucune mise en valeur particulière au sein de son offre rédactionnelle en ligne, car l'agencement des articles répond à une logique chronologique. En outre, si « mettre l'accent » devait être interprété dans le sens de « garantir une certaine proportion » d'articles qui puisse satisfaire aux conditions, le Collège considère qu'une proportion à peine majoritaire ne pourrait suffire.

Troisièmement, le Collège constate que l'interprétation de la RTBF rendrait ineffectives les conditions du point i. En effet, selon l'éditeur, il suffirait pour satisfaire à l'obligation qu'il mette l'accent, selon une méthode indéfinie, sur les articles répondant à ces conditions, peu importe la proportion dans laquelle ces derniers sont présents sur son site. Il s'agit d'une interprétation inopérante qui confère une liberté presque totale à l'éditeur dans la manière dont il déploie son offre rédactionnelle en ligne.

En conséquence, le Collège propose à l'éditeur d'instaurer un dialogue afin de clarifier les implications des différentes interprétations exposées à l'occasion du contrôle. Il mandate les services pour organiser une réunion sur ce thème en début d'exercice 2022.

Au surplus, le Collège recommande à la RTBF d'étendre les outils de récolte de statistiques décrits à l'occasion du contrôle afin qu'ils permettent de rendre compte de l'ensemble des conditions cumulatives prévues par le contrat de gestion pour le déploiement de son offre rédactionnelle en ligne.

Enfin, le Collège se réserve la possibilité de requérir des services du CSA la réalisation d'un monitoring portant sur le respect par la RTBF de l'ensemble des restrictions prévues à l'article 42 sexies k) de son contrat de gestion, et visant, d'une part, à clarifier l'interprétation à donner à chaque condition, et d'autre part, à vérifier leur respect strict par la RTBF.

ALGORITHMES DE RECOMMANDATION

CONTEXTE

Articles 42octies

« En ce qui concerne sa plateforme de services de médias audiovisuels non linéaires et ses services de la société de l'information, la RTBF peut, sous sa responsabilité éditoriale, faire usage d'algorithmes de recommandation aux utilisateurs. »

Le cinquième contrat de gestion décrit comment ces algorithmes doivent « sortir les utilisateurs de leurs bulles de filtre et de leur permettre d'explorer de nouveaux contenus » et conserver « l'éditorialisation humaine qui continuera de jouer un rôle pour assurer une information de qualité et homogène. » La RTBF doit « mesurer l'effet de ses algorithmes sur les utilisateurs » et « leur efficacité dans l'augmentation de la diversité des contenus consommés » et publier dans son rapport annuel « tous éléments utiles permettant de mesurer la pertinence et l'efficacité de ces algorithmes. »

La RTBF s'engage à respecter la charte de confidentialité adoptée par son conseil d'administration le 1^{er} décembre 2016, et à publier celle-ci sur son site web afin de la rendre facilement accessible à l'utilisateur.

BILAN

Le rapport annuel de la RTBF ne contient cette année encore aucune information relative à l'usage d'algorithmes de recommandation par l'éditeur.

En revanche, la RTBF a transmis au CSA un résumé très succinct de l'activité de ces algorithmes en 2020 : le moteur de recommandation a fonctionné plus de 280 millions de fois, générant environ 10% de la consommation de contenus sur Auvio. Notons que cela représente une augmentation de 40% par rapport à l'exercice précédent, où la RTBF déclarait que l'algorithme avait connu 200 millions de sollicitations. L'éditeur déclare que l'algorithme de recommandation complète la recommandation manuelle mise en place sur ses sites afin d'assurer la découverte d'une grande variété de contenus par ses usagers.

La charte de confidentialité de la RTBF est bien accessible sur son site et fait l'objet d'une présentation attrayante, l'internaute pouvant découvrir le contenu de la charte à travers une courte vidéo explicative, ou à travers un résumé des points importants renvoyant au texte intégral de la charte. Cette charte a été consultée près de 100.000 fois en 2020, soit une augmentation de fréquentation de 25% qui prouve l'intérêt du public pour ce sujet.

Enfin, la RTBF ajoute avoir déployé en 2020 de nombreuses adaptations à son offre en ligne visant à recueillir et gérer le consentement des visiteurs, relatif à l'utilisation des cookies et technologies similaires.

AVIS

Le Collège salue les efforts fournis par la RTBF afin de se conformer aux obligations légales en matière de recueil du consentement des utilisateurs de ses sites et en matière de respect de la vie privée.

En revanche, le Collège déplore le manque de transparence de l'éditeur quant à la dynamique de fonctionnement de ses algorithmes de recommandation et invite celui-ci à poursuivre la mise en place de métriques de monitoring du fonctionnement de son algorithme de recommandation selon les termes de l'article 42octies du contrat de gestion et à publier le résultat de ces mesures dans son rapport annuel lors des prochains exercices.

DEVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES

CONTEXTE

Articles 6, 8, 43bis, 44, 46, 47

La RTBF « diffuse ses services audiovisuels sur les réseaux de diffusion et distribution répondant aux évolutions technologiques et des habitudes de consommation du public, et dans le but d'être accessible au plus grand nombre d'usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, et spécialement les jeunes. »

Elle doit « être un acteur de veille et de développement technologique, et à ce titre, être attentive aux développements relatifs à la société de l'information et aux évolutions des médias et proposer aux usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les applications médiatiques et techniques adaptées de la société de l'information » et jouer « un rôle moteur dans l'utilisation et la promotion de la radiodiffusion sonore ou télévisuelle numérique hertzienne. »

BILAN

Radio éphémère « RTBF Spot »

La RTBF a mis en ondes une radio temporaire en DAB+ et sur RadioPlayer, sous le thème « Pour vous avec vous », pour la durée du premier confinement et jusque fin 2020. Ce service proposait un programme de musique entrecoupée de séquences d'info-services en lien avec la crise sanitaire.

Evolution de la plateforme Auvio

La plateforme de consultation des contenus en ligne de la RTBF a connu une série d'évolutions en 2020 : publication d'une application AndroidTV, création d'un onglet accueillant le catalogue public de la SONUMA, mise à disposition de séries de Radio Canada et des journaux de la VRT, et enfin création d'une offre premium de 1.700 films en partenariat avec Sooner.

Un projet devant mener à une évolution majeure de la plateforme Auvio (mouture 3.0) a été lancé suite à une analyse menée avec des consultants externes.

Intelligence Artificielle

La production de l'émission « Love Experiment » a bénéficié des services d'un outil d'intelligence artificielle qui a utilisé des outils d'analyse de l'expression faciale des candidats pour en déduire leurs sentiments. Ces informations ont été directement insérées dans la ligne de temps des outils de montage pour faciliter le traitement des rushes en postproduction.

Snippit

Application web développée en interne par la RTBF, Snippit permet aux producteurs de contenus de découper simplement et rapidement des extraits de média et de les exporter vers les différentes plateformes de production, que ce soit pour la radio, la TV, le web ou les réseaux sociaux. Faisant face à des besoins accrus en termes de réactivité et d'accès à distance, la RTBF a élargi les fonctionnalités de l'outil en 2020 en permettant l'accès à la quasi-totalité des contenus répertoriés dans les MAMs de la RTBF en radio et télévision.

Technologie de production IP

La RTBF continue à expérimenter de nouveaux outils de production à travers la logiciellisation complète de la Régie 42, préfigurant la transformation numérique des méthodes de production qui seront déployées dans le futur bâtiment Média Square. Cette réalisation a été saluée par le prix « Technologie & Innovation » décerné par l'Union Européenne de Radiodiffusion.

Dans le même esprit, la RTBF a pris livraison de deux nouveaux cars de captation équipés en « full IP » et prévus pour évoluer vers des formats d'image à plus haute résolution (4K).

Télétravail

Les besoins relatifs au télétravail ayant été anticipés par la RTBF bien avant la crise sanitaire, l'éditeur a été en mesure de déployer le travail à domicile à grande échelle en période de confinement grâce à une série de solutions innovantes qui ont permis le déport de nombreuses fonctions de production en radio et en télévision.

AVIS

Les obligations de la RTBF sont pleinement rencontrées en ce qui concerne les développements technologiques. Le Collège salue l'agilité de la RTBF dans le domaine technologique et sa réactivité face à un univers en constante réinvention, qui lui permettent de rester concurrentielle et de toucher ses publics partout où ils se trouvent.

ARCHIVES

CONTEXTE

Article 17

La RTBF « *poursuit 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* ».

Elle reste attentive à ce que « *la SONUMA mette ces archives à disposition des différents secteurs intéressés* » et à ce que la SONUMA « *accélère la mise à disposition et l'accessibilité de ces archives à tous les publics* ».

En fonction des moyens disponibles, elle doit développer « *avec la SONUMA et la FWB, une plateforme numérique de coopération entre les trois parties, permettant la mise à disposition de contenus audiovisuels, spécialement informatifs ou documentaires, à destination des professeurs et des élèves.* »

L'article 17 du cinquième contrat de gestion de la RTBF se clôture avec la mention : « *Cette disposition transitoire est applicable jusqu'à la transformation de la SA SONUMA en ASBL SONUMA.* »

BILAN

L'année 2020 a été le premier exercice complet de fonctionnement de SONUMA ASBL depuis la transition des activités de SONUMA SA vers celle-ci l'année précédente. La RTBF a transmis au CSA un

rapport détaillé des activités de l'association en lien avec la mise en œuvre des dispositions de l'article 17, dont les principaux points sont résumés ci-dessous.

Sauvegarde du patrimoine audiovisuel

La SONUMA poursuit ses efforts de numérisation des contenus sur pellicule film 16 mm de la RTBF. Au cours de l'année 2020, 386 heures de film ont été numérisées, ce qui porte le total de contenus « film » numérisés à 5.379 heures sur un objectif de 8.000 heures de contenus.

L'enseignement

La SONUMA met les contenus de la RTBF à disposition des enseignants du primaire et du secondaire à travers la plateforme pédagogique « E-classe » depuis 2019. De nouveaux contenus (tant récents que d'archives) sont ajoutés quotidiennement pour permettre aux enseignants d'utiliser des contenus à jour et répondant au mieux à leurs besoins. Ce projet s'inscrit dans le cadre du chantier du pacte d'excellence et est géré en partenariat entre l'Administration Générale de l'Enseignement (AGE), la SONUMA et la RTBF.

Un total de 2.609 contenus ont été ainsi mis à disposition des enseignants depuis 2019, portant sur des archives, des contenus récents et des contenus en provenance d'Arte pour lesquels la RTBF a acheté les droits de diffusion spécifiquement pour la plateforme E-classe.

Depuis septembre 2020, la SONUMA offre aux étudiants du supérieur et aux chercheurs un accès à l'ensemble des fonds numérisés, soit 180.000 heures d'archives numérisées depuis ses locaux.

Les institutions culturelles

Au cours de l'année 2020, la SONUMA a répondu à près de 60 demandes d'archives provenant du monde socio-culturel, alimentant de la sorte de nombreux événements ou projets, tels des expositions, conférences, sites web, etc. Ce chiffre correspond à une diminution de 50% par rapport à l'exercice précédent, mais doit être vu dans le contexte spécifique de la crise sanitaire qui a vu l'arrêt du secteur culturel.

Le grand public

Les archives numérisées par la SONUMA restent largement utilisées dans les productions et coproductions de la RTBF. En effet, au cours de l'exercice 2020, 6.223 extraits d'archives d'une durée moyenne de 17 minutes ont été transférés de la SONUMA vers la RTBF. Cela représente une augmentation de 75% par rapport à l'exercice précédent. Ces chiffres impressionnants confirment, si besoin était, l'importance du travail de numérisation mis en œuvre par la SONUMA.

Concernant la mise à disposition du fonds d'archives audiovisuelles de la RTBF à destination du grand public, l'année 2020 a été marquée par un changement stratégique visant à publier les archives numérisées sur la plateforme Auvio, consolidant ainsi l'offre non-linéaire de la RTBF. Les archives de la SONUMA sont donc accessibles sous un onglet du même nom depuis mai 2020. Plus de 1.993 contenus estampillés SONUMA ont ainsi été publiés sur Auvio cette même année.

Epingleons aussi un effort particulier réalisé par la SONUMA à la demande de la RTBF lors du premier confinement, qui s'est soldé par la publication gratuite de 250 épisodes de la série « Strip-Tease ».

[Les professionnels de l'audiovisuel](#)

La SONUMA assure sa mission d'ouverture des fonds d'archives de la Fédération Wallonie-Bruxelles à destination des professionnels de l'audiovisuel à travers une présence aux divers salons réservés à ces professionnels à travers une présence sur la plateforme de vente d'archives « InaMediaPro », mise en place par l'INA à destination des professionnels du monde francophone, devenue une référence en matière de ventes d'images d'archives.

AVIS

Les obligations de la RTBF sont rencontrées en ce qui concerne l'exploitation et la mise à disposition des archives.

Le Collège remercie la RTBF et la SONUMA pour la précision et l'exhaustivité des informations qui lui ont été transmises dans le cadre du contrôle de l'exercice 2020, qui permettent de mieux évaluer l'ampleur des efforts déployés en coulisses pour réaliser les missions de préservation et valorisation des archives audiovisuelles.

Le Collège invite la RTBF et la SONUMA à poursuivre leurs efforts visant à augmenter le nombre d'émissions mises à disposition du grand public à travers la plateforme Auvio.

CRISE SANITAIRE - IMPACTS

PLAN #RESTART

INTRODUCTION

L'exercice 2020 est évidemment marqué par la crise sanitaire. Dès mars 2020, le monde culturel est à l'arrêt en raison des mesures mises en place pour faire face au Covid 19. L'impact est immense sur l'ensemble de l'écosystème (spectacles vivants, concerts, cinéma etc.). En parallèle, les tournages sont ralentis ou suspendus, notamment ceux de programmes culturels et sportifs réguliers, en ce compris les captations, entraînant l'annulation de commandes et prestations d'entreprises et d'indépendants du secteur audiovisuel. Le monde culturel est coupé de ses publics, de la possibilité de créer et de ses sources de rémunération.

Dans ce contexte inédit, la RTBF a la volonté de jouer un rôle de « médiateur » entre le monde culturel et les publics et lance le plan #restart mi-avril 2020. Budgétisé par l'éditeur à 13,4 millions d'euros³ sur les exercices 2020 et 2021, il est renforcé par un financement supplémentaire débloqué par le gouvernement de la FWB de 1,6 millions d'euros⁴.

PROJETS #RESTART – OBJECTIFS ET EXEMPLES

Le plan #restart vise quatre objectifs⁵. Cette section les présente et les exemplifie, de manière non exhaustive, par des projets concrétisés en 2020 et en 2021.

« Rendre une existence aux événements musicaux et scéniques » :

- La « Belgian Music Week » consiste en une promotion des artistes musicaux belges via les 8 radios de la RTBF, des sessions en direct sur Auvio et un programme télévisuel⁶ ;
- Le « Festival de Musiq3 » regroupant les concerts en public de 60 artistes à Flagey et composant un programme télévisuel⁷ participe également de cette volonté ;
- La captation de spectacles représente un autre axe de soutien aux secteurs culturel et audiovisuel en temps de pandémie et s'inscrit dans la volonté du gouvernement de la FWB de créer la rencontre entre des créations du spectacles vivants et les publics, privés de représentations physiques. Des entreprises externes ont ainsi produit les captations de 50 pièces de théâtre (dont 10 jeunes publics). Leur coordination, l'accompagnement éditorial, la promotion et la diffusion de ces captations ont été réalisées par l'éditeur.

³ 149 projets ont été soutenus par #restart.

⁴ Ce budget a permis de soutenir 3 projets supplémentaires (captations).

⁵ Source : plan stratégique à l'horizon 2027 – Restart – Evaluation de l'impact du plan Restart, Monitor Deloitte, Deloitte Belgium, 2021.

⁶ Diffusion en prime time sur Tipik, mars 2021.

⁷ Diffusion en prime time sur La Trois, juin 2021.

La promotion des musées en FWB constitue un axe du plan #restart étant donné le développement du tourisme de proximité, concrétisé par :

- « Mes vacances au musée⁸ » : série estivale de capsules qui mettent en scène des personnalités de la RTBF qui visitent des musées de la FWB, accompagnées de leurs enfants ;
- Les capsules télé « N'oubliez pas le guide » qui mettent des œuvres ou métiers liés au patrimoine culturel et muséal en lumière ;
- « L'Agence tourisme » en radio⁹ invitant à la découverte de 40 destinations belgo-belges.

La valorisation des talents de la FWB, objectif phare du plan #restart est au cœur de :

- « Les bulles de Tout le Baz'art » : des rencontres à travers un lieu ou des éléments inspirants de leur vie d'artiste¹⁰ ;
- « C'est l'heure de l'apéro » : rencontre quotidienne d'artistes en période estivale¹¹ ;
- Une offre diversifiée et adaptée en radio : La Première, Musiq3, Classic 21 et La Trois ont accompagné le déconfinement avec de nombreux contenus inédits visant à promouvoir les artistes et le patrimoine belges, en soutien aux secteurs culturel et touristique du pays ;
- « Ma Belgitude à moi », capsules digitales présentant des personnalités artistiques qui dévoilent leur fierté pour la Belgique et son excellence culturelle et surréaliste.

Enfin, dans le but de révéler et mobiliser les forces vives de la création et de la production, différents appels à projets ont spécifiquement ciblé les créations belges, notamment via des webséries¹², générant de l'activité pour plus de 20 scénaristes et 15 (jeunes) réalisateurs :

- « L'amour à trois » ;
- « OK Boomer » ;
- « Dans ma tête ».

Cette volonté de soutien est également tangible dans le projet « Belgian Murder Academy », dédié à la formation en écriture scénaristique pour développer des *murder mysteries* belges. Ce projet, en partenariat avec le Centre du Cinéma et de l'audiovisuel s'articule avec le Fonds des séries belges RTBF-FWB.

EFFETS POSITIFS DU PLAN #RESTART ET PISTES D'AVENIR

Les projets développés dans le cadre du plan #restart permettent de porter une attention particulière à l'ancrage local ; donner une place de choix aux talents FWB et exprimer un sentiment de fierté nationale.

Pour l'éditeur, la mise en œuvre de ce plan l'incite à redéfinir son rôle vis-à-vis des secteurs de la culture et de la production audiovisuelle (via les captations notamment). La collaboration accrue et la dynamique de travail avec ces secteurs génèrent des idées nouvelles et des projets en devenir. Les échanges d'expertises mutuelles permettent de réfléchir à de nouveaux formats notamment.

⁸ Diffusion quotidienne à 20h10 sur La Une (vacances été et hiver).

⁹ La Première, 2020 et 2021. ;

¹⁰ Diffusion quotidienne, après le JT de La Une de 13h, été 2021.

¹¹ Vivacité, 18h-20h, été 2021.

¹² Pour chaque websérie : 5 épisodes de 8 minutes.

Les acteurs culturels ayant collaboré à #restart ont émis le souhait que ces projets de collaboration pour proposer une offre culturelle qualitative soit pérennisés. Ils ont exprimé comme attente envers la RTBF que la mise en avant des événements et artistes FWB soit renforcée sur l'ensemble des « plateformes » (TV, radio et web) et que la diversité culturelle soit davantage soulignée. Les rôles de relai et de lieu d'échange de l'éditeur au cœur du plan #restart ont été valorisés par le secteur qui souhaite qu'ils soient maintenus. Enfin, l'information et l'éducation du public à la culture par la RTBF représentent une attente du secteur culturel¹³.

AUDIENCES ET MISE EN VALEUR

L'éditeur indique que 88% de la population¹⁴ a été en contact avec un programme du plan #restart¹⁵. Sur Auvio, 1,1 millions de visions en direct et en *replay* des programmes #restart sont comptabilisées ; 134.000 écoutes en différé des contenus audio et 225.000 téléchargements de podcasts. L'impact des vues sur les réseaux sociaux est également détaillé par l'éditeur.

Le Collège prend acte de ces résultats. Le rôle d'Auvio comme « espace dynamique de découverte de contenus et d'expériences proposés par les acteurs du monde culturel¹⁶ » est conforté, notamment dans le cadre de #restart. Le financement de la captation d'événements culturels en FWB visait par ailleurs explicitement un enrichissement progressif d'un catalogue « arts de la scène » pour la plateforme Auvio (en accès libre).

Néanmoins, en dépit du fait que la diffusion en linéaire des captations ne soit pas prévue par le soutien de la FWB et que les droits soient initialement négociés pour Auvio, le Collège s'interroge sur l'absence d'exposition des captations #restart dans les grilles linéaires de l'éditeur (dans la forme originale des captations, mais également sous des formats « ré-éditorialisés », tels que des compilations d'extraits).

En effet, l'article 18 du contrat de gestion stipule que « l'intention éditoriale de la RTBF est centrée sur la volonté d'être actrice du développement de sa communauté, (...) et de promouvoir les talents de la Fédération Wallonie-Bruxelles ». Quant à l'article 20 du contrat de gestion, il indique que « Dans le cadre de sa mission de service public, la RTBF s'adresse à tous les publics ». L'article, qui prévoit que la RTBF « s'adapte à l'évolution des modes de consommation pour atteindre cet objectif » précise également que « la faculté de diffuser ses programmes sur ses services de médias audiovisuels non linéaires ou sur ses services de la société de l'information, plutôt que sur ses services de médias audiovisuels linéaires ne peut être mise en œuvre que pour autant qu'elle soit « justifiée par une modification des besoins de consommation des publics visés par lesdits programmes, dument étayée par des études internes ou externes » notamment.

¹³ Une enquête en ligne a été réalisée auprès des secteurs bénéficiaires du plan #restart afin de mesurer le sentiment de satisfaction général des secteurs bénéficiaires.

¹⁴ Audiences de mai à décembre 2020. Source : bilan 2020 – Les marques par plateformes, Les contenus, version 5 – 01/03/2021 en date du 31/12, cité dans le plan stratégique à l'horizon 2027 – Restart – Evaluation de l'impact du plan Restart, Monitor Deloitte, Deloitte Belgium, 2021, p.25.

¹⁵ Soit 3.903.447 téléspectateurs qui ont été en contact (+1 seconde) avec l'un des 42 programmes du plan et sur 1.140 diffusions.

¹⁶ Source : plan stratégique à l'horizon 2027 – Restart – Evaluation de l'impact du plan Restart, Monitor Deloitte, Deloitte Belgium, 2021.

Les captations #restart, par leur mise en exergue de talents culturels mais aussi audiovisuels de la FWB, ouvrent une fenêtre culturelle supplémentaire à la RTBF et pourraient, par une diffusion linéaire, toucher des publics nouveaux. A titre exemplatif, « Culturebox », initiative de France Télévisions en soutien à la culture, au spectacle vivant et aux artistes a progressivement été intégré à la grille linéaire de France 4, après une existence temporaire sur un canal de la TNT¹⁷. Même s'il ne s'agit pas de situations identiques en termes de paysage audiovisuel et de budgets, le choix de France Télévisions vient nourrir la réflexion autour de l'exposition en linéaire (en soirée et de manière quotidienne dans le cas de « Culturebox ») de programmes culturels.

C'est en ce sens que le Collège s'interroge sur la mise en valeur par l'éditeur des contenus #restart en vue de leur assurer une visibilité et une consommation maximales.

INCIDENCES ET PROJETS PROGRAMMATIQUES COVID

Les décisions du Conseil national de sécurité en mars 2020 ont obligé la RTBF et l'ensemble des équipes à trouver des solutions pour faire face aux implications des mesures sanitaires sur l'organisation du travail au quotidien d'une part et la programmation d'autre part (tournages à l'arrêt, productions récurrentes et uniques annulées etc.). Cette section relève, de manière transversale en télévision, en radio et en digital, des créations et adaptations programmatiques pour faire face à cette situation inédite¹⁸, sans prétendre à l'exhaustivité.

[« Y'a pas école, on révisé ! »](#)

La fermeture des écoles lors de la période de confinement strict représentant l'une des mesures principales, l'éditeur collabore avec la Fédération Wallonie-Bruxelles pour créer un programme spécifiquement dédié aux enfants de 6 à 12 ans, afin de soutenir les révisions des matières scolaires telles que le français, les mathématiques et l'éveil. Des séquences ludiques et instructives ponctuent le programme de 25 minutes diffusé sur La Trois (71 éditions au total).

[Fusion des matinales de La Première et de Vivacité](#)

Dès mars 2020, la RTBF fusionne les matinales de La Première et de Vivacité sous le nom « Le 6/9. Ensemble » afin d'assurer sa mission de service public en situation de confinement (3h/jour). Des rotations entre deux équipes réduites sont mises en place afin de garantir la continuité du service.

La fusion des matinales se répercute au niveau des décrochages régionaux de Vivacité (fusion des 7 matinales régionales de Vivacité en une, diffusée depuis Bruxelles). Ce programme hybride reprend des contenus originaires des sept centres régionaux que compte la RTBF.

¹⁷ Extrait du communiqué de Delphine Ernotte, Présidence de France Télévisions : "Culturebox continuera ainsi d'offrir à voir au public de nombreux spectacles et festivals partout en France cet été grâce à la captation de ces événements. France Télévision poursuit ainsi sa mobilisation pour une large exposition du monde de la culture, au plus près de tous les Français, pendant la crise sanitaire". Citée dans ce communiqué, Delphine Ernotte explique être "très heureuse d'offrir une nouvelle vie à Culturebox qui « continuera d'accompagner la reprise du secteur culturel dans ces moments éprouvants et proposera aux Français des soirées dédiées à tous les arts. C'est l'honneur du service public de faire vivre la culture et de la rendre accessible au plus grand nombre."

¹⁸ En dehors du plan #restart, qui fait l'objet de la partie précédente.

Les mesures prises rapidement pour réaliser cette fusion démontrent l'agilité de la RTBF en contexte de crise.

Adaptation de la programmation en radio

La Première a revu sa programmation pour se focaliser sur l'actualité, la culture, la musique et le patrimoine en soutien aux secteurs touchés par la crise sanitaire.

Vivacité a renforcé son offre visant à valoriser le patrimoine belge et les entreprises locales avec notamment « Sur la route », émission quotidienne de deux heures à la rencontre des acteurs locaux et à la découverte du patrimoine.

Sur Pure/Tipik, « Live@Home » lancée pendant le confinement s'est prolongée pendant l'été avec la diffusion de captations présentant des artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Classic 21 a réorganisé sa programmation en prenant en compte l'annulation des festivals et des concerts.

Musiq3 a proposé une version en ligne du Festival Musiq3 ainsi qu'une série de captations depuis les salles et festivals du pays.

IMPACTS FINANCIERS

La crise sanitaire a eu un impact sur tous les secteurs d'activité durant l'année 2020. Les activités de la RTBF n'ont pas fait exception, principalement en termes de publicité. La crise a en effet eu des effets importants sur les revenus publicitaires de l'éditeur. Les trois domaines de revenus publicitaires (TV-Radio-Internet) ont diminué entre l'année 2019 et 2020. Si les revenus publicitaires sur le segment TV étaient dans une tendance baissière depuis 2017, la crise du coronavirus a clairement exacerbé ce déclin. Au niveau global, les pertes publicitaires entre 2019 et 2020 s'élèvent à 9,6M€ (-14%). La baisse la plus sévère, tant en chiffre absolu que relatif concerne les services radiophoniques. Sur ce secteur, la RTBF a perdu 5,5M€ (-19%) de ses rentrées par rapport à 2019.

Revenus Publicitaires RTBF

EN MILLIONS D'EUROS	COMPTES 2020		COMPTES 2019		ECART 20-19		ECART %
TÉLÉVISION	32,6	56%	36,2	53%	-3,6		-10%
RADIO	23,5	40%	29,0	43%	-5,5		-19%
DIGITAL	2,5	4%	2,9	4%	-0,4		-14%
TOTAL	58,6	100%	68,1	100%	-9,6		-14%

Source : Rapport RTBF 2020.

CONCLUSION

Le Collège salue la création et la mise en pratique du plan #restart ainsi que ses multiples effets bénéfiques. Afin d'en augmenter encore davantage la portée, il encourage la RTBF à consolider et

pérenniser les collaborations fructueuses avec les secteurs culturel et audiovisuel, notamment via les captations de spectacle vivant. L'intégration des programmes qui en résultent dans la programmation linéaire de l'éditeur ainsi que l'amplification de leur mise en valeur sont des pistes de réflexion à poursuivre.

Par ailleurs, le Collège félicite l'ensemble des équipes de la RTBF pour la rapidité et la flexibilité de réorganisation transversale dont elles ont fait preuve pour faire face à ce contexte de crise.

INFORMATION

CONTEXTE

Article 7.4

Les rédactions de la RTBF se réfèrent à différents textes en matière de déontologie dans le traitement de l'information :

- La déclaration de l'Union Européenne de Radiodiffusion relative aux valeurs fondamentales des médias de service public ;
- La Charte des valeurs de l'entreprise ;
- Le ROI relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel qui inclut des règles relatives au bon usage des réseaux sociaux.
- Depuis 2017, une charte d'utilisation des données à caractère personnel complète ce dispositif (<https://www.rtbef.be/charte/>).

En vertu de l'article 7.4 de son contrat de gestion, la RTBF doit inclure dans son ROI relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel « *les dispositions relatives à l'usage des images violentes lorsqu'elles sont utilisées à titre d'information et/ou d'illustration dans les JT* ». La RTBF dispose de lignes directrices relatives à l'usage des images violentes dans ses journaux télévisés, celles-ci stipulent notamment : « *la présence d'images violentes dans les JT répond à deux principes : le rejet de la violence gratuite et du sensationnalisme ainsi que la cohérence sur l'ensemble des médias de la RTBF. Les règles de prévention consistent en un avertissement oral du présentateur du JT, un texte d'avertissement sur le site et un panneau d'avertissement préalable à une séquence sur les plateformes vidéo* »¹⁹. Cependant, le contrat de gestion implique que ces lignes directrices soient reprises dans le ROI. En réponse à une question complémentaire, la RTBF signale que le processus de révision de l'article 41 du « code de déontologie » de la RTBF a été engagé le 30 septembre 2021 pour discuter avec la société interne de journalistes puis en Commission paritaire du texte suivant proposé à l'adoption :

« Conformément au respect de la dignité humaine, les journalistes veillent à traiter avec tact toute intrusion dans les souffrances physiques et morales de victimes ou de leurs proches et évitent, dans la mesure du possible, l'exposition purement gratuite de scènes de violence.

¹⁹ Rapport annuel 2019 RTBF pour le CSA, pp.16-17.

Sans préjudice de son devoir d'informer, la RTBF s'engage à proscrire toute glorification et toute banalisation de la violence.

Dans un journal d'information, un avertissement oral est donné avant le lancement de toute séquence susceptible de nuire à l'épanouissement physique ou mental des mineurs, par exemple en cas de contenus violents ou à caractère sexuel.

Dans les programmes d'information autre qu'un journal ainsi que dans ses bandes-annonces, la RTBF applique la signalétique en vigueur.

Sur les réseaux sociaux, tout contenu susceptible de nuire à l'épanouissement physique ou mental des mineurs est assorti d'une mention spécifique, orale ou visuelle, destinée à avertir le public ».

Autres précautions déontologiques :

- La RTBF est membre du Conseil de déontologie journalistique dont elle applique le Code de déontologie.
- L'éditeur participe au réseau Expertalia, répertoire d'experts et personnalités issues de la diversité.
- Pour contrer la désinformation, la RTBF a lancé la plateforme Faky : <https://faky.be/fr>, qui permet d'analyser la fiabilité d'une information (texte ou image) à partir d'une URL.
- Elle publie en outre de nombreux articles relatifs aux fake news sur son site rtbf.info et consacre une rubrique de son site sur l'éducation aux médias à « la vérité des informations », : https://www.rtb.be/entreprise/education-aux-medias/detail_la-verite-des-informations?id=9559439

Article 22

Concrétisant les objectifs généraux de couverture de l'actualité internationale, européenne, fédérale, de la FWB et locale, le contrat de gestion fixe une série d'obligations chiffrées de programmation, résumées dans les tableaux ci-dessous.

BILAN

Radio

Obligations	La 1ère	Durée	Fréquence	Vivacité	Durée	Fréquence
Minimum 10 journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste	27 JP et flashes	125 minutes ²⁰	Quotidienne (lu-ve)	26 JP et flashes	148 minutes ²¹	Quotidienne (lu-ve)
	25 JP et flashes	101 minutes	W-E	24 JP et flashes	101 minutes	W-E

²⁰ Une durée moyenne supérieure de 15 minutes à la durée moyenne en 2019 pour ces programmes.

²¹ Une durée moyenne inférieure de 10 minutes à la durée moyenne en 2019 pour ces programmes.

Minimum 1 séquence d'information multirégionale par jour en semaine	Le journal régional	~5 minutes	(ma-ve, Matin Première)
---	---------------------	------------	-------------------------

La RTBF remplit ses obligations en nombre de JP et séquences d'information générale par jour.

Obligation	Vivacité	Durée	Fréquence
Sur une chaîne à vocation régionale, plusieurs journaux et séquences d'information en décrochage régional par jour, en semaine	Matinales (7 décrochages et 3 journaux régionaux)	De 6h à 8h	Quotidienne (lu-ve)
	Magazines régionaux (4 décrochages)	De 14h à 16h	Quotidienne (lu-ve)

La RTBF remplit ses obligations en nombre de JP et séquences d'information en décrochage régional par jour.

Autres obligations en matière d'information en radio	La Première	Durée	Fréquence
Minimum 3 programmes ou séquences différents par semaine, portant notamment sur l'actualité et les enjeux internationaux (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Ce Qui Fait Débat	~ 25 minutes	Quotidienne (lu-ve) dans Soir première + diffusion sur la Trois
	Au bout du Jour (entretiens et reportages sur les grands thèmes de l'actu belge et internationale)	~ 50 minutes	Quotidienne (4x)
	L'invité de Thomas Gadsseux	~15 minutes	Quotidienne (lu-ve), Matin Première)
	Parti pris (2 débatteurs reviennent sur un ou deux sujets d'actualité)	~ 13 minutes	Quotidienne (4x), Matin Première)

	Le grand oral (personnalité du monde politique, économique, social ou culturel)	~ 45 minutes	Hebdomadaire (sa) (web, radio, tv)
	Les décodeurs (décryptage de l'actualité médias avec 2 invités et deux chroniqueurs)	~ 13 minutes	Hebdomadaire, (ve)
Minimum 3 programmes ou séquences différents par semaine, portant notamment sur l'actualité et les enjeux internationaux (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Dans quel monde on vit	~ 55 minutes	Hebdomadaire (sa)
	L'œil de... (décryptage d'une actualité étrangère)	~ 5 minutes	2x/semaine dans Matin Première)
	La semaine de l'Europe	~ 45 minutes	Hebdomadaire (sa)
	La semaine du Monde (conclue par « l'accent des autres » un tour de l'actualité des pays francophones)	~ 45 minutes	Hebdomadaire (di)
	Les Coulisses de l'Europe	~ 5 minutes	Hebdomadaire (ve), Matin Première)
	Transversales	Nombreux sujets étrangers	Hebdomadaire (sa, 12h)
	Rubrique internationale ou européenne dans le Journal de 18h	Séquence	Quotidienne (dans Soir Première)

La RTBF remplit ses obligations en matière de programmes de débats et entretiens ainsi que de programmes portant sur l'actualité internationale, en radio.

Télévision

Obligations	La Une	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
Minimum 3 journaux d'information générale par jour	Le 13 heures	~ 30 minutes	Quotidienne	Oui
	Le 19 heures 30	~ 40 minutes	Quotidienne	Oui
	TIPIK	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
	Vews	~ 7 minutes + modules vidéos, sur RS et site web	Quotidienne (lu au ve)	Oui
Obligations	La Trois	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
Minimum 1 journal d'information générale destiné à la jeunesse (hors congés scolaires)	Les Niuuzz	~ 6 minutes	Quotidienne (lu au ve)	Oui

La RTBF remplit ses obligations en termes de nombre de JT et de réalisation d'un JT à destination de la jeunesse.

Obligations	La Une	Brève description	Durée	Nombre d'éditions	Dispo en replay ?
Minimum 1 programme hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage dont au moins 10 documentaires commandés à des auteurs indépendants de la FWB, produits par la RTBF ou coproduits avec des producteurs indépendants	Devoir d'enquête	Programme de reportages et investigation (actualité judiciaire)	~ 90 minutes	2	Oui
	#Investigation	Programme de reportages. (sujets de société)	~ 90 minutes	18	Oui
	Docu-investigation	Programmes d'enquête (produits principalement en France)	~ 60 minutes	93	En partie
	Documentaires d'auteurs et producteurs indépendants de la FWB	Programmes de la catégorie « investigation, enquête et reportage »		10	Oui

Minimum un débat hebdomadaire (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>) (37 éditions)	A votre avis	Débat en plateau avec des invités, chroniqueurs, politiques et acteurs de terrain, qui analysent une question d'actualité et/ou de société, en direct et en public.	~60 minutes	27	Oui
Minimum un programme mensuel poursuivant l'objectif de permettre un débat contradictoire sur des questions politiques, économiques, sociales ou environnementales (<i>sauf pendant l'été</i>) (10 éditions)	CQFD	Débat sur un fait d'actualité	~ 25 minutes	107	Oui
Minimum 2 programmes par mois de forums et entretiens d'actualité (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Jeudi en prime	Entretien d'actualité avec une personnalité politique.	~15 minutes	30	Oui
Obligations	La Trois	Brève description	Durée	Nombre d'éditions	Dispo en replay ?
Minimum 2 programmes par mois de forums et entretiens d'actualité (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Le grand oral	Entretien d'actualité avec une personnalité politique, sociale, culturelle, économique... mené par trois journalistes	~ 45 minutes	33	Oui
Minimum 2 programmes mensuels portant sur l'actualité et les enjeux internationaux (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Europe Hebdo	Magazines de l'actualité européenne.	~30 minutes	7	Oui
	CQFD	Débat sur un fait d'actualité avec des acteurs de terrain, observateurs, ...	~ 25 minutes	13 éditions portant sur une thématique européenne ou internationale	Oui

Remarques par rapport aux obligations quantifiées répertoriées dans le tableau ci-dessus :

1/ La RTBF doit diffuser « un programme hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage, dont au moins 10 fois par an, un documentaire commandé à des auteurs indépendants de la Fédération

Wallonie-Bruxelles, produit par la RTBF ou coproduit avec un producteur indépendant » (article 22.3.a.2 de son contrat de gestion).

Le Collège constate que l'obligation est rencontrée.

Concernant plus particulièrement les 10 documentaires commandés localement, il constate qu'une édition ne présente pas toutes les garanties nécessaires quant au caractère strictement indépendant de son auteur. Cependant, un doute subsistant quant à l'interprétation à donner au concept d'auteur indépendant, le Collège considère qu'il doit bénéficier à l'éditeur. L'obligation est donc rencontrée de justesse. Le Collège invite toutefois la RTBF à intensifier ce type de collaborations.

2/ Le programme « À votre avis » concrétise l'obligation de diffuser « *un débat hebdomadaire démocratique et contradictoire d'échanges de vues* ». Cependant, alors que l'obligation porte sur 37 éditions, la RTBF n'en a produit que 27 en 2020.

Le Collège constate que l'obligation n'est pas rencontrée.

Cependant, considérant qu'il s'agit d'un programme se déroulant en public et nécessitant une dynamique participative, considérant également le communiqué²² du 24 avril 2020 par lequel le CSA convient d'appliquer, dans le contexte de la crise sanitaire, une marge de tolérance exceptionnelle de 25% sur certaines obligations quantitatives, le Collège considère que ces 27 éditions suffisent à concrétiser, pour l'exercice 2020, vu ses spécificités, l'obligation de l'article 22.3.a.3 du contrat de gestion.

3/ La RTBF doit diffuser, « *deux programmes par mois, de nature diversifiée, portant notamment sur l'actualité et les enjeux internationaux* » (article 22.3.a. 6). L'éditeur réfère au programme « Europe hebdo » (7 éditions). « Le Bar de l'Europe » concrétisait également l'obligation mais n'est plus programmé en 2020. Par conséquent, l'éditeur propose la comptabilisation d'éditions du programme « CQFD » traitant de thématiques internationales. De pratique régulatoire constante, lorsqu'un éditeur est en difficulté pour remplir une obligation, le Collège consent à analyser les thématiques traitées par programme pour en répartir les éditions selon diverses missions. L'obligation est rencontrée. Le Collège considère cependant que ce mode de comptabilisation doit rester l'exception et que les enjeux portés par article 22.3.a. 6) impliquent des rendez-vous programmatiques spécifiques.

Le contrat de gestion porte également des objectifs qualitatifs. Les concrétisations y relatives sont reprises ci-dessous :

– Les enjeux européens et internationaux :

Ces thèmes sont régulièrement abordés sous forme de reportages ou séquences dans les journaux parlés et télévisés. En 2020, l'éditeur a particulièrement couvert, notamment en produisant des éditions spéciales, la crise sanitaire mondiale, les manifestations issues du mouvement Black Lives Matter, l'élection présidentielle américaine et la crise économique. Il a réalisé des entretiens avec des personnalités européennes (Ursula von der Leyen et Charles Michel, notamment). La RTBF participe en outre à des groupes d'investigation internationaux (European Investigative Network).

²² Le CSA allège les obligations administratives des éditeurs – CSA Belgique

– Les travaux des assemblées parlementaires :

L'actualité parlementaire est traitée dans les journaux parlés et télévisés.

Celle-ci a été bouleversée en raison de la crise sanitaire mais les séances importantes ont été couvertes, en particulier dans le cadre de la crise (pouvoirs spéciaux, votes de confiance, formation du nouveau gouvernement) ainsi que les annonces et décisions des comités de concertation et gouvernements fédérés. Une vingtaine d'éditions spéciales ont été consacrées à ces sujets.

– Le paysage institutionnel belge, l'économie, la finance, la science et la recherche :

Ces sujets sont régulièrement traités dans les journaux. Des séquences dédiées sont également proposées dans des programmes comme « Jeudi en Prime » (politique), « Le fait du Jour » (actualité générale), « La revue de presse » (actualité générale), « L'invité actu », « Ils ont rêvé d'un autre monde » (parole aux citoyens), « Le marché matinal » (économie et consommation), « Les coulisses du pouvoir » (politique), « le développement » ou « l'invité » dans Matin première (société, international, politique, sport, économie), « Parti pris » (actualité générale). Ces thématiques sont aussi fréquemment au centre des différents programmes de débats et d'entretiens, notamment dans « Le Grand oral » qui interroge une personnalité du monde politique, économique, social ou culturel ou dans « les Eclaireurs » qui reçoit des chercheurs et des chercheuses dans différents domaines.

– Les contenus locaux :

Ces contenus sont traités dans les JT, avec un accent régional plus marqué dans l'édition de 13 heures.

En radio, Vivacité propose des décrochages régionaux en matinée (7) et en après-midi (4). 40% des effectifs (60 personnes) sont dédiés à la couverture de la vie régionale. L'éditeur ajoute que « *près de 1600 initiatives locales sont mises à l'honneur chaque année par chaque décrochage de Vivacité* ».

La RTBF s'associe aux télévisions de proximité dans le développement du portail internet d'information régionale commun [Vivre Ici](#).

– L'information aux expatriés :

Les expatriés ont accès à toute l'information produite par la RTBF sur son site [rtbf.be/info](#), via la plateforme AUVIO ou sur les réseaux sociaux.

La RTBF est également partenaire du réseau TV5-Monde qui lui permet de diffuser certains programmes à l'échelle mondiale.

– Les solutions innovantes en matière d'information :

La RTBF porte une attention à la variété de ses publics. L'édition de midi du JT s'intéresse aux actualités régionales, tandis que l'édition du soir est axée sur les contenus politiques et internationaux, dans une perspective plus prospective et analytique. L'éditeur souligne la diffusion de magazines et de grands

reportages mais aussi de sujets sur les sciences et le climat (notamment dans la séquence hebdomadaire "Un œil sur demain").

Le programme « Vews » vise un public de jeunes adultes en couvrant l'actualité sous la forme de vidéos courtes notamment extraites d'internet. Les sujets abordés font l'objet de prolongements sur TIPIK.

Les programmes d'information "Izinews" sur Tarmac et "Les Niouzz", ainsi que "Les Niouzz+" sur réseaux sociaux, visent également les jeunes générations.

Enfin, l'éditeur diversifie l'interactivité de ses programmes, notamment le débat « À votre avis » qui permet de témoigner via une application mobile (Opinio) et qui est précédé d'un « Facebook live ».

– Les dossiers thématiques sur le web :

Plusieurs dossiers thématiques ont été produits, notamment à destination d'internet : le travail de la justice (« Ni juge ni soumise »), l'avortement (« Les croisés contre-attaquent »), l'autisme (« Extraordinaires »), l'extrême droite et la montée des populismes (« Les enfants de la collaboration »), nos modes d'agriculture doivent-ils changer ? (« Sur le champ »).

AVIS

Le Collège constate que la RTBF remplit ses obligations en matière d'information, certaines d'entre elles sont tout juste rencontrées, notamment celle visée par l'article 22.3.a.3 qui fait l'objet d'une tolérance particulière en raison de la crise sanitaire.

DEVELOPPEMENT CULTUREL

CONTEXTE

La RTBF doit développer ses missions culturelles de manière transversale dans son offre de programmes afin de garantir la sensibilisation d'un très large public.

Elle élabore sa programmation culturelle selon 3 axes principaux :

- La couverture d'un éventail le plus large possible de disciplines artistiques ;
- La mise en valeur des ressources culturelles et des talents de la Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- Une attention particulière aux talents émergents.

La RTBF doit veiller à ce que son offre de programmes culturels ne soit pas restreinte à des services ou à des horaires spécifiques. L'objectif est de promouvoir la visibilité de la culture.

Objectifs culturels en radio

L'article 25.5 du contrat de gestion prévoit que la RTBF diffuse, en radio, au moins :

- 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- Des œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française à concurrence de 45% sur La Première, 40% sur Vivacité, 20% sur Classic 21 et Tarmac chacune et 10% sur Pure (Tipik), en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation ;
- Des œuvres de musique non classiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la FWB à concurrence de 12% sur La Première, Vivacité, Pure et Tarmac chacune, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, dont 10% aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h, et à concurrence de 6% sur Classic 21, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, dont 4.5% aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h.

La RTBF diffuse par ailleurs des œuvres subsidiées par le Fonds d'Aide à la Création Radiophonique à concurrence d'un minimum de 20h par an.

Objectifs culturels en télévision

L'article 25.4 du contrat de gestion prévoit que la RTBF diffuse, en télévision, au minimum :

- 50 spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) et chorégraphiques (ballets) par an, dont au moins 12 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, avec un minimum de 4 nouvelles captations de spectacles par an ;
- 12 spectacles de scène par an produits en FWB, dont au moins 10 sont des œuvres théâtrales, avec au moins 4 nouvelles captations théâtrales par an ;
- 30 courts métrages de fiction ou d'animation par an, émanant de jeunes auteurs, réalisateurs ou producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, dont au moins 10 inédits par an, et 10 diffusés entre 20 et 23h ;
- Des œuvres cinématographiques et télévisuelles de qualité, dont au moins :
 - 120 films de longs métrages cinématographiques par an, dont 33% ayant fait l'objet d'une distribution en salles par une société indépendante belge ;

- 40 œuvres cinématographiques destinées à des publics spécifiques relevant du « cinéma d'auteur » ou du « cinéma d'art et d'essai » ;
 - 50% d'œuvres européennes d'origines diversifiées, sur l'ensemble de sa programmation de fiction de longs et courts métrages, séries et téléfilms, en diffusant au moins 10 fois par an des films d'auteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles.
- Sur la Une et sur la Deux, en première partie de soirée, 44 œuvres qui mettent en avant des auteurs, créateurs, compositeurs, producteurs, artistes-interprètes, réalisateurs et distributeurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en particulier des séries télévisuelles de fiction locales et populaires.

BILAN

Radio

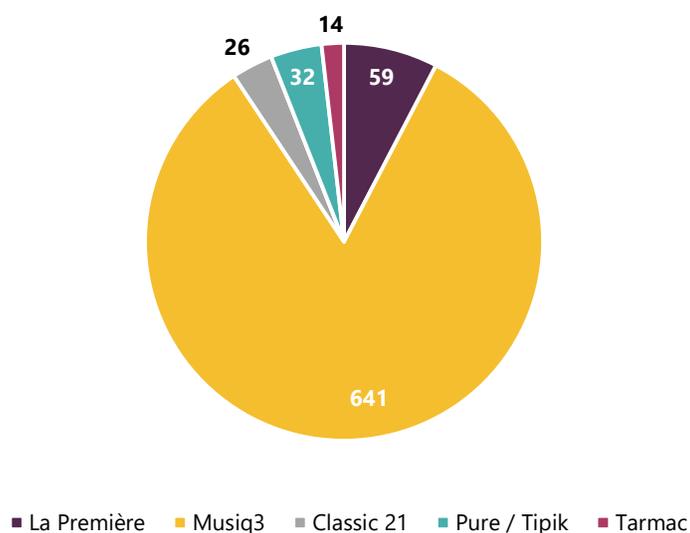
Art. 25.5 : Diffusion de spectacles musicaux, lyriques et concerts

Pour l'exercice 2020, la RTBF déclare avoir diffusé **772 concerts, showcases et spectacles musicaux, dont 288 produits en FWB**, soit une part de 37%.

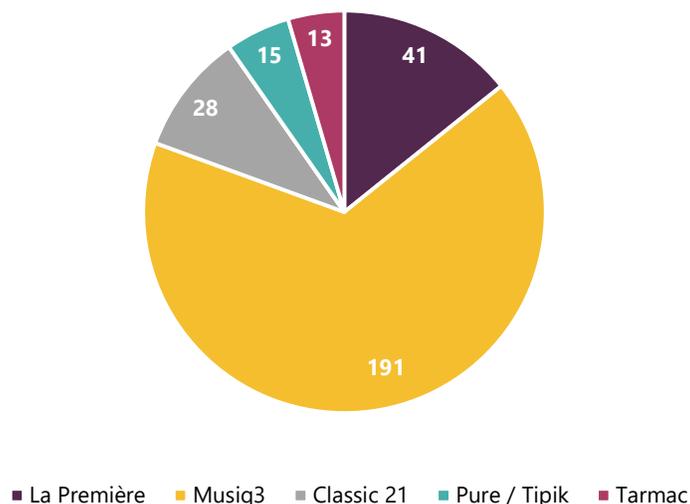
Parmi les spectacles produits en FWB, 41 ont été diffusés sur La Première (48 en 2019), 0 sur Vivacité (0 en 2019), 191 sur Musiq 3 (148 en 2019), 28 sur Classic 21 (22 en 2019), 15 sur Pure / Tipik (19 en 2019) et 13 sur Tarmac.

Son obligation est rencontrée.

Répartition des spectacles musicaux



Répartition des spectacles musicaux produits en FWB



Art. 25.5, b et c : Œuvres de musique non classique sur des textes en français et émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs FWB

Les informations relatives à cet article sont disponibles dans la fiche « Quotas » du présent avis.

Art. 25.5 : Diffusion d'œuvres subsidiées par le Fonds d'aide à la création radiophonique

En 2020, la RTBF a proposé en première diffusion **23h58 d'œuvres subsidiées par le Fonds d'Aide à la Création Radiophonique**, dont **20h48** (1248 minutes) en première diffusion et 3h10 (190 minutes) en rediffusion. Elle remplit donc son obligation de 20 heures minimum.

Répartition de la programmation culturelle

Parmi les sept chaînes de radio de la RTBF, deux sont positionnées en tant que chaînes de référence en matière culturelle :

- La Première, chaîne de référence dans le domaine de l'information et de la culture, grâce à une offre spécifique en journaux d'information, avec une large part de magazines et de musique francophone.
- Musiq3, la chaîne des musiques classiques s'adressant par son contenu musical et culturel spécifique à un auditoire exigeant sensible aux arts et à tous les aspects de l'esthétisme.

Ces deux services concentrent la majorité de la programmation culturelle présente sur l'ensemble des services, composée de programmes de contenu portant sur les diverses thématiques culturelles. L'obligation est donc rencontrée principalement à travers la programmation de La Première et de Musiq3.

La seconde chaîne généraliste (Vivacité) et les quatre autres chaînes de l'éditeur (Classic21, Pure/TIPIK, Viva+ et Jam) offrent une programmation culturelle qui prend le plus fréquemment la forme de chroniques et séquences consacrées à des sujets culturels d'actualité.

Cette offre est complétée par des sujets d'actualité culturelle dans les programmes d'information ainsi que la présence d'invités culturels dans les programmes tels que le « 8/9 » sur Vivacité.

Promotion et valorisation culturelles

L'éditeur participe de manière active à la valorisation d'événements culturels : comme lors de l'exercice précédent, La Première a été présente à la Foire du livre durant 4 jours, a diffusé en direct « la Nuit des Ecrivains », un programme de 4 heures rassemblant des auteurs face à leur public à la librairie « Passa Porta » à Bruxelles (en raison de l'épidémie de Coronavirus, l'édition de 2020 a été réalisée en studio sans public), et le Prix Première Victor de la jeunesse. Musiq3 retransmet chaque année le Concours Reine Elisabeth.

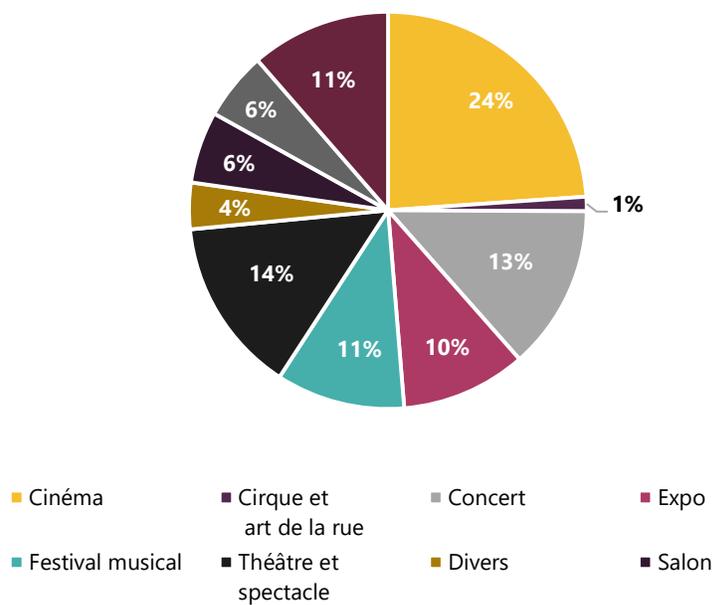
Enfin, 19 documentaires et créations radiophoniques ont été diffusés dans le cadre du programme « Par Ouï-Dire » sur La Première. Ces créations radiophoniques ont bénéficié du soutien du Fond d'aide à la création radiophonique, et du soutien de la RTBF, la SACD, la SCAM et la Fédération Wallonie-Bruxelles, via l'appel à projets « Du côté des ondes ».

Partenariats culturels et événementiels

Le contrat de gestion stipule que la RTBF ancre son offre culturelle dans la mise en valeur des ressources culturelles, artistiques, patrimoniales et touristiques de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Cet ancrage se traduit également par des partenariats de l'éditeur avec des événements culturels et de patrimoine.

Pour 2020, la RTBF déclare 343 partenariats en radio, dont 252 sont des partenariats culturels : cinéma (82, dont 56 avant-premières) ; cirque et arts de rue (4) ; concerts (46) ; expositions (35) : festivals musicaux (36) ; théâtre et spectacles (49). Les 91 restants concernent le sport (19), le tourisme (39), des salons (20) ainsi qu'un point « divers » (13).

Partenariats - radio



L'ensemble des disciplines artistiques est couvert par les partenariats développés par l'éditeur, avec une majorité consacrée au cinéma (24%), suivis par les concerts et festivals de musique (23% cumulés), les théâtres et spectacles (14%), le tourisme (11%), les expositions (10%).

Le patrimoine est encore une fois principalement mis à l'honneur sur Vivacité, en accord avec le profil du service, avec un focus particulier sur les événements prenant place en Wallonie (66% des événements promotionnés sur Vivacité sont basés en Région Wallonne). Les festivals musicaux et concerts sont la catégorie d'événements la plus valorisée en particulier sur Classic 21, Musiq 3 et Pure / Tipik.

L'obligation est rencontrée.

Télévision

Art. 25,4, a : Spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques

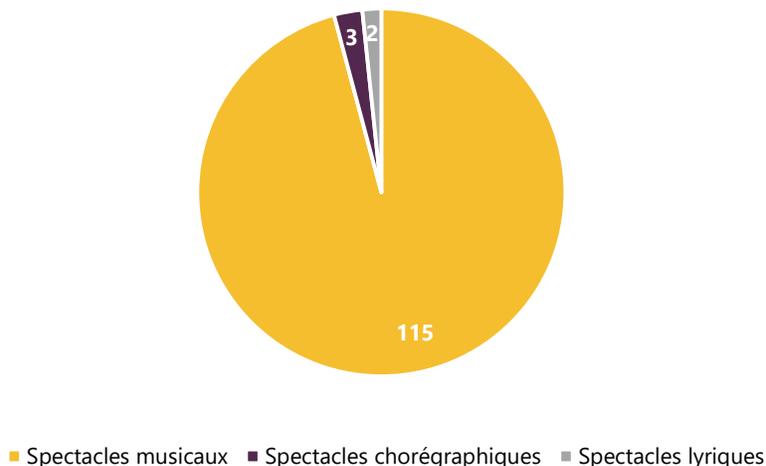
En télévision, la RTBF doit diffuser au moins 50 spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) et chorégraphiques (ballets) par an, dont au moins 12 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, avec un minimum de 4 nouvelles captations de spectacle par an.

Pour l'exercice 2020, l'éditeur a diffusé **120 spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques**, dont **76 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles**, et dont **65 sont de nouvelles captations**. Après vérifications et ajustements, le Collège constate que les « lives » de « The Voice » répondent strictement aux codes télévisuels et ne peuvent dès lors être qualifiées de « spectacles musicaux » au même titre que des concerts publics. Il constate également que le programme « Je sais pas vous » ne constitue pas une captation de concert au sens propre. Les séquences « Décibels : la quotidienne » ont également été retirées de la comptabilisation, ces séquences constituant des doublons par rapport aux « lives » de cette même émission.

Parmi ces spectacles, on dénombre :

- **115** spectacles musicaux ;
- **3** spectacles chorégraphiques ;
- **2** spectacles lyriques.

Répartition des spectacles musicaux



L'obligation est rencontrée.

Néanmoins, le Collège relève **le peu de diversité** des spectacles proposés : sur 120 spectacles musicaux, seuls 3 spectacles sont déclarés comme chorégraphiques et 2 lyriques. Interrogé à ce sujet, l'éditeur rappelle que davantage de spectacles lyriques et chorégraphiques ont été diffusés sur Auvio, une série de captations ayant été réalisées dans le cadre du plan #ReStart. **Le Collège encourage toutefois vivement l'éditeur à proposer davantage de diversité dans ses programmes linéaires lors des prochains exercices.** Il rappelle à l'éditeur qu'en vertu de l'article 24 du Contrat de gestion, **les missions de la RTBF en matière de culture doivent se développer de manière transversale dans le cadre de l'ensemble de son offre de services audiovisuels, sur tous les appareils de réception.** Cette obligation est également formalisée dans l'article 18 du contrat de gestion, qui stipule que les missions de service public de la RTBF doivent être mises en œuvre de manière équilibrée et transversale dans l'ensemble de son offre de services audiovisuels ou, à défaut, sur les services qui répondent aux besoins et habitudes de consommation de ses publics. L'article 20 précise quant à lui que la faculté de la RTBF de diffuser ses programmes sur ses services non linéaires plutôt qu'en linéaire ne peut être mise en œuvre que pour autant qu'elle soit, notamment, **justifiée par une modification des besoins de consommation des publics visés par lesdits programmes**, dûment étayée par des études, et **qu'elle n'affecte pas l'effectivité de la mise en œuvre de la mission de service public.** Le Collège s'interroge sur la réalisation de ces deux conditions eu égard notamment au très **faible nombre de vues** des différentes captations de spectacles disponibles sur Auvio (qui s'élèvent, pour les trois spectacles chorégraphiques renseignés par la RTBF, à respectivement 1658, 1264 et 553 vues²³). Il encourage dès lors vivement la RTBF à exploiter l'ensemble de ses services audiovisuels pour la diffusion des captations de spectacles lors des prochains exercices, de manière à toucher tous ses publics et garantir l'exposition optimale de ses missions de service public.

²³ Nombres de vues constatés le 1/12/2021.

Art. 25.4, b : Spectacles de scène

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

Pour 2020, l'éditeur a diffusé **27 spectacles de scène** produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, dont **13 œuvres théâtrales** et **4 nouvelles captations**. Dans son rapport annuel, la RTBF mentionne par ailleurs l'initiative « Le théâtre s'offre à vous » : 31 pièces de théâtre mises en ligne exclusivement sur Auvio afin de maintenir le lien entre le public et le monde culturel. Le Collège salue cette initiative.

La RTBF atteint les quotas fixés par son contrat de gestion.

Le Collège relève néanmoins le **peu de diversité** représenté dans les spectacles diffusés en linéaire, la grande majorité d'entre eux constituant des spectacles d'humour (Evénements humoristiques -galas, festivals du rire, etc- ; spectacles humoristiques interprétés par des humoristes ou animateurs de la RTBF ; one man et woman shows).

Répartition spectacles de scène

Interrogé à ce sujet, l'éditeur rappelle qu'en 2020 « la RTBF a fait le choix de capter un grand nombre de spectacles à destination d'Auvio, afin de se mettre en phase avec les nouveaux usages qui se sont renforcés avec la pandémie », une série de captations ayant été réalisées dans le cadre du plan ReStart. En effet, une plus grande diversité de spectacles est disponible sur Auvio.

Le Collège encourage néanmoins vivement l'éditeur à davantage valoriser le théâtre dans toute sa diversité sur ses services linéaires lors des prochains exercices. Il rappelle à l'éditeur qu'en vertu de l'article 24 du Contrat de gestion, les missions de la RTBF en matière de culture doivent se développer **de manière transversale dans le cadre de l'ensemble de son offre de services audiovisuels, sur tous les appareils de réception.** Cette obligation est également formalisée dans l'article 18 du contrat de gestion, qui stipule que les missions de service public de la RTBF doivent être mises en œuvre de manière équilibrée et transversale dans l'ensemble de son offre de services audiovisuels ou, à défaut, sur les services qui répondent aux besoins et habitudes de consommation de ses publics. L'article 20 précise quant à lui que la faculté de la RTBF de diffuser ses programmes sur ses services non linéaires plutôt qu'en linéaire ne peut être mise en œuvre que pour autant qu'elle soit, notamment, **justifiée par une**

modification des besoins de consommation des publics visés par lesdits programmes, dûment étayée par des études, et **qu'elle n'affecte pas l'effectivité de la mise en œuvre de la mission de service public**. Le Collège s'interroge sur la réalisation de ces deux conditions eu égard notamment au **faible nombre de vues** des différentes captations de spectacles disponibles sur Auvio (qui s'élèvent, pour les spectacles renseignés par la RTBF comme diffusés exclusivement sur Auvio, à respectivement 3963, 3033, 2407, 1089, 1005, 954, 731 et 436 vues²⁴). Il encourage dès lors vivement la RTBF à exploiter l'ensemble de ses services audiovisuels pour la diffusion des captations de spectacles lors des prochains exercices, de manière à toucher tous ses publics et garantir l'exposition optimale de ses missions de service public.

Art. 25.4, c : Courts-métrages

En télévision, la RTBF doit diffuser 30 courts-métrages de fiction ou d'animation par an, émanant de jeunes auteurs, réalisateurs ou producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, dont au moins 10 inédits par an, et 10 diffusés entre 20 et 23h.

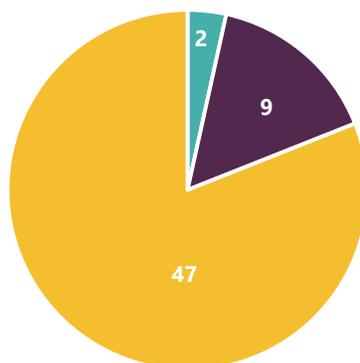
Pour l'exercice 2020, la RTBF déclare avoir diffusé 98 courts métrages belges francophones, dont 22 inédits. L'éditeur déclare, parmi ces courts-métrages inédits, un nombre de 10 courts métrages diffusés entre 20 et 23h.

Après vérification et suppression des doublons, le Collège ramène ces données à **58 courts métrages issus de FWB, dont 22 inédits**. Il observe également que parmi les 10 courts-métrages inédits déclarés par la RTBF comme diffusés entre 20 et 23h, seuls 2 ont été diffusés dans leur intégralité entre 20 et 23h. Les 8 autres débutent à l'extrême fin du créneau 20h-23h (entre 22h45 et 22h54) et s'achèvent après 23h. Néanmoins, le contrat de gestion ne stipule pas que les 10 courts-métrages diffusés entre 20 et 23h doivent être des inédits. Après vérification, **11 courts-métrages** ont bien été diffusés (quasiment) dans leur intégralité entre 20 et 23h. Parmi ces 11 courts-métrages, 3 sont des inédits.

Le CSA relève toutefois que parmi les 58 courts-métrages diffusés en 2020, **seuls 2 (3%) ont été diffusés avant 22h15, dont 1 seul inédit**. 81% des courts-métrages ont été diffusés après 23h, ce pourcentage grimant à 86% pour les courts-métrages inédits. Le Collège attire dès lors l'attention de l'éditeur sur le très faible taux de courts-métrages diffusés en première partie de soirée, tant de manière générale (3%) que concernant les inédits (5%).

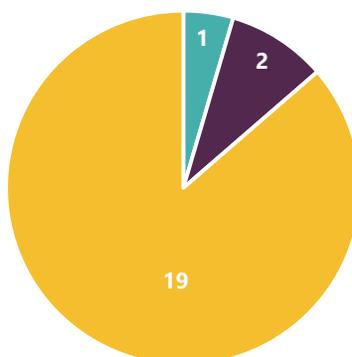
²⁴ Nombres de vues constatés le 1/12/2021.

Horaires de diffusion des courts-métrages



■ Diffusion avant 22h15 ■ Diffusion entre 22h15 et 23h ■ Diffusions après 23h

Horaires de diffusion des courts métrages inédits



■ Diffusion avant 22h30 ■ Diffusion entre 22h30 et 23h ■ Diffusion après 23h

L'obligation est rencontrée.

Le CSA déplore néanmoins que 97% des courts-métrages soient diffusés après 22h15 et encourage dès lors la RTBF à **davantage exploiter l'entièreté du créneau 20-23h** afin de permettre à un plus large public d'avoir accès à ceux-ci. Il encourage également l'éditeur à diffuser **davantage de courts-métrages inédits dans ce créneau**. Il rappelle à l'éditeur qu'en vertu de l'article 24 du contrat de gestion, **l'offre culturelle de la RTBF doit être accessible à des créneaux horaires diversifiés**.

Art. 25.4, d : Œuvres cinématographiques et télévisuelles

➤ **120 longs métrages cinématographiques par an**

La RTBF déclare avoir diffusé 591 longs-métrages cinématographiques sur l'année 2020. Après suppression des doublons, le CSA ramène ce chiffre à **580**. Ce nombre comprend également la programmation jeunesse et des films d'animation.

La RTBF dépasse largement les 120 longs métrages cinématographiques prévus par le contrat de gestion.

L'obligation est rencontrée.

➤ **40 œuvres visant des publics spécifiques**

La RTBF déclare **90 œuvres visant des publics spécifiques**, relevant du cinéma d'auteur ou du cinéma d'art et d'essai.

Le Collège observe qu'aucune définition de ces notions n'existe dans le Contrat de gestion.

L'obligation est rencontrée.

➤ **33% des longs métrages distribués en salles par une société indépendante belge :**

Sur 580 films, 183 ont fait l'objet d'une distribution en salle par une société belge indépendante, soit 32%, ou 153% du quota minimum de 120 films.

L'obligation est rencontrée.

➤ **50% d'œuvres européennes d'origine diversifiée, sur l'ensemble de sa programmation de fiction de longs et courts métrages, séries et téléfilms, en diffusant au moins 10 fois par an des films d'auteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles.**

57% des œuvres de fiction constituent des œuvres européennes. 14 films d'auteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles sont déclarés.

Les obligations sont rencontrées.

Art. 25.4, e : Œuvres valorisant les artistes de la FWB en première partie de soirée sur la Une et la Deux

Le contrat de gestion stipule que l'éditeur doit diffuser 44 œuvres mettant en valeur des auteurs, créateurs, compositeurs, producteurs, artistes-interprètes, réalisateurs et distributeurs de Fédération Wallonie-Bruxelles, en première partie de soirée sur la Une et la Deux, en particulier des séries télévisuelles locales et populaires.

La RTBF déclare avoir diffusé **156 programmes permettant de mettre en lumière des auteurs et créateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles.**

Parmi les œuvres déclarées, l'éditeur mentionne notamment les séries « Candice Renoir », « La stagiaire » et « Clem ». De plus, l'éditeur renseigne des éditions du « Grand cactus », « The Voice Kids », « GuiHome vous détend », ainsi que des reportages comme « Les enfants de la collaboration ».

L'obligation est rencontrée.

Le CSA relève néanmoins que la grande majorité des programmes mentionnés par la RTBF, et particulièrement les séries, constituent des programmes certes coproduits par des sociétés belges francophones, mais néanmoins fortement ancrés en France (Candice Renoir, Léo Matteï, Clem, La Stagiaire, Prise au Piège, Peur sur le lac, « Meurtres à ... », etc). Une seule série belge est déclarée (Invisible). Le Collège encourage l'éditeur à déclarer des contenus davantage ancrés en Fédération Wallonie-Bruxelles lors des prochains contrôles.

AVIS

Radio

Le Collège constate que les obligations des articles 24 et 25 sont rencontrées sur les sept services de l'éditeur. Malgré une présence plus importante sur La Première et Musiq3 (conforme toutefois aux profils des services), la majorité des disciplines est présente sur l'ensemble des services. De plus, les événements du monde culturel de la Fédération Wallonie-Bruxelles bénéficient d'une exposition et d'un soutien sur les ondes de l'éditeur. La promotion plus intense du patrimoine culturel, particulièrement wallon, sous forme de partenariats sur Vivacité compense une moindre présence de magazines culturels à proprement parler sur ce service.

Les obligations de la RTBF en matière de culture sont rencontrées en radio.

Télévision

Le Collège constate que la RTBF propose une programmation culturelle diversifiée en termes de formats et de disciplines artistiques couvertes. Les prescrits des articles 24 et 25 du contrat de gestion sont rencontrés.

Le Collège réitère ses constats des exercices précédents concernant les œuvres chorégraphiques et lyriques diffusées, considérant que le quota minimum de spectacles chorégraphiques et lyriques est rencontré de justesse par l'éditeur, ce qui ne reflète pas le dynamisme de cette scène en Fédération Wallonie-Bruxelles. Il encourage également l'éditeur à davantage mettre en avant la diversité théâtrale en Fédération Wallonie-Bruxelles sur ses services linéaires. En matière de courts-métrages, il constate que la RTBF diffuse la quasi-totalité de ceux-ci en seconde partie de soirée voire la nuit, et encourage dès lors l'éditeur à davantage exploiter l'ensemble du créneau horaire 20-23h ainsi qu'à proposer plus de courts-métrages inédits dans ce créneau. Il rappelle à l'éditeur qu'en vertu de l'article 24 du contrat de gestion, les missions de la RTBF en matière de culture doivent se développer de manière transversale dans le cadre de l'ensemble de son offre de services audiovisuels, sur tous les appareils de réception, et que l'offre culturelle de la RTBF doit être accessible à des créneaux horaires diversifiés. Concernant les spectacles de scène, il rappelle qu'en vertu de l'article 20, la faculté de la RTBF de diffuser ses programmes sur ses services non linéaires plutôt qu'en linéaire ne peut être mise en œuvre que pour autant qu'elle soit, notamment, justifiée par une modification des besoins de consommation des publics visés par lesdits programmes, dûment étayée par des études, et qu'elle n'affecte pas l'effectivité de la mise en œuvre de la mission de service public.

L'article 25.3 impose enfin à l'éditeur de diffuser *un programme culturel d'envergure, de manière régulière et visant un large public, et mettant en avant les auteurs, créateurs, producteurs, artistes interprètes,*

réalisateurs et distributeurs issus de la FWB. En suivi de l'arrêt du programme « 50 degré Nord », l'éditeur avait procédé à une restructuration de son offre culturelle en proposant des programmes plus ciblés. Dans les avis des exercices précédents, Le Collège avait considéré que cet ensemble de programmes permettait à l'éditeur de rencontrer l'obligation de l'article 25.3 du contrat de gestion. Il en va de même pour l'exercice 2020

Les obligations de la RTBF en matière de culture sont rencontrées en télévision.

PROGRAMMATION JEUNESSE

CONTEXTE

Articles 35, 36, 37 et 38

La RTBF (co)produit des programmes destinés à la « jeunesse ». Le contrat de gestion identifie précisément deux publics cibles :

- Les enfants (entre 4 et 14 ans) : la RTBF diffuse des programmes qui leur sont spécifiquement destinés, notamment en télévision, au sein d'une programmation cohérente, sans publicité et comprenant un journal d'information télévisé quotidien (art.37) ;
- Les adolescents et les jeunes adultes (entre 15 et 24 ans) : la RTBF diffuse des programmes qui leur sont spécifiquement destinés (art.38).

En outre, le contrat de gestion prévoit que la programmation jeunesse de la RTBF se développe avec deux points d'attention particuliers (art.36) :

- Valoriser la participation et l'expression directe des jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) ;
- Faire appel aux talents artistiques de la FWB et favoriser les partenariats avec les opérateurs reconnus du secteur de la jeunesse en FWB.

BILAN

Public enfants et jeunes adolescents

Vers les enfants : le label OUFtivi (TV et web)

Depuis 2011, le label « OUFtivi » rassemble la programmation de la RTBF à destination des 4 à 12 ans. En télévision, le service est diffusé en partage de canal avec La Trois et occupe en continu la tranche 6h-20h la semaine comme le week-end. La programmation d'OUFtivi est aussi disponible en direct ou à la demande sur un site internet dédié.

Programmation 2020 d'OUFtivi en TV (La Trois)

Ensemble de la programmation	Programmes (co)produits par la RTBF
4939 heures	739 heures
Durée des programmes de fiction	Durée des programmes de flux
4514 heures	425 heures

Les programmes produits ou coproduits par la RTBF (en durée) représentent 15 % de l'ensemble de la programmation « enfants ». Il s'agit d'une légère progression par rapport à l'exercice 2018 (14%). Les programmes de flux représentent 10 % d'une programmation composée majoritairement de dessins animés. Ces programmes produits par la RTBF ont logiquement été impactés par la pandémie et certaines émissions ou séquences intégrant des enfants comme "Prezy et les Oufs" ou "OUFtivi reporter" ont été interrompues dès le début de 2020.

Principaux programmes (co)produits par la RTBF pour le label OUFtivi :

- **Rocky et Lily, c'est dans la boîte** (production) : programme quotidien de divertissement et de connaissance lancé en mars 2020. Chaque jour Rocky & Lily découvrent un objet mystère prétexte à transmettre un savoir, une information dans des thématiques variées : la vie quotidienne, les sciences et nouvelles technologies, les anecdotes historiques, les animaux, le sport, les nouvelles tendances, la nature et l'environnement ...
- **Y'a pas école on révise** (production) : depuis le 6 avril 2020, en collaboration avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, la RTBF propose une offre éducative à destination des 6 à 12 ans pour réviser les maths, le français et l'éveil. L'émission dure 25 minutes avec trois moments de révision entrecoupés de séquences ludiques et instructives. Le programme, diffusé 3 fois par semaine durant le confinement du printemps 2020, est devenu hebdomadaire à partir de septembre.
- **Les Niouzz 8-12 ans** (production) : l'info quotidienne vulgarisée pour les plus jeunes.
- **C'est toujours pas sorcier** (coproduction) : magazine de vulgarisation scientifique, voyage ludique à travers les connaissances par le biais d'expérimentations, de maquettes et de reportages sur le terrain (20 éditions de 27 minutes).

Séries ou programmes d'animation diffusés en 2020 produits en FWB

Titre	Format	Production FWB
Jean-Michel, Super Caribou	48 X 11 minutes	Panique SPRL / RTBF
Chien Pourri	52 X 13 minutes	Panique SPRL /RTBF
Paf le Chien	155 X 7 minutes	Grid Bruxelles
Renard et Lapine	26 X 10 minutes	Walking the Dog
Arthur et les Minimoys	26 X 26 minutes	New Trails
Zombillennium	1 X 80 minutes	Dupuis audiovisuel
Le Parfum de la Carotte	1 X 26 minutes	La Boîte Productions
Le Quatuor à Cornes	1 X 26 minutes	La Boîte Productions
Le Vent dans les Roseaux	1 X 26 minutes	La Boîte Productions
L'odyssée de Choum	1 X 26 minutes	Coproduction RTBF
La Rentrée des Classes	1 X 26 minutes	Panique SPRL
La foire agricole	1 X 26 minutes	Panique SPRL / RTBF

Vers les enfants et jeunes adolescents : la section "Kids" sur Auvio.

La plateforme de streaming "Auvio" propose une section "Kids" dans laquelle sont rassemblés des contenus pour enfants, jeunes adolescents ou à regarder en famille. Cette section d'Auvio est exempte de publicité. Le catalogue est composé de programmes d'OUFtivi, de contenus exclusifs, notamment des podcasts, mais aussi d'autres contenus RTBF.

Principaux programmes (co)produits par la RTBF pour Auvio/Kids :

- **Rocky raconte** : collection de 15 contes philosophiques sonores et illustrés pour les enfants qui permettent d'aborder des notions de philosophie de manière ludique et simple.
- **Tulalu** : collection de 10 capsules d'animation permettant de présenter un ouvrage de la littérature jeunesse et donnant envie d'aller plus loin et de lire l'histoire jusqu'au bout.
- **Sans fautes** : porté par la voix de Stéphane De Groot, capsules d'animation amusantes et poétiques pour retenir des difficultés orthographiques grâce à des trucs et astuces mnémotechniques.
- **Les podcasts de Rocky** : sélection de 10 histoires originales racontées par Rocky. En voiture, au goûter, ou avant d'aller dormir, Rocky emmène les enfants dans des histoires drôles, savoureuses, et rocambolesques ;
- **Ma vie dans l'espace** : Capsules de découverte scientifique proposées par "Matière grise". Des enfants posent des questions à un astronaute.
- **Et pourquoi** : 11 podcasts de 15 à 20 minutes développés par le journaliste Arnaud Ruysen dans lesquelles sont abordées des questions d'actualité avec le but de susciter l'esprit critique.

Vers les jeunes adolescents sur les plateformes de partage de vidéos ou sur les réseaux sociaux :

- **N+** : version digitale/Instagram des Niouzz pour ados, 3 à 4 stories par semaine avec des quizz sur l'actu.
- **Spit** : un collectif de youtubeurs aborde, vers les adolescents de 12 à 15 ans, des thématiques telles que la pop culture, la télé réalité, l'écologie, ...
- **Le gaming sur Twitch** : le label Tarmac qui vise essentiellement les 15-24 ans couvre régulièrement des compétitions de gaming qui peuvent naturellement aussi intéresser un public plus jeune.
- Encore sur Tarmac, des programmes sur Instagram tels que **Izl News** ou **la Story by Queeny** peuvent séduire aussi un public de 13-14 ans.
- **AnyMoodys** : websérie (également déclinée sur Instagram) coproduite par la RTBF et adaptée d'une série éponyme hollandaise. On y suit six jeunes Hennuyers qui traversent les épreuves de l'adolescence à l'aide des réseaux sociaux et de leur amitié.

Participation et l'expression directe des enfants de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)

Suite à la pandémie, certains programmes de flux intégrant des enfants de la FWB n'ont pas été diffusés en 2020. En effet, la RTBF n'a pas été en mesure de proposer des programmes de plateau avec des enfants comme intervenants ou dans le public. L'expression directe, la prise de parole des enfants trouve naturellement sa place dans ce type de programmes. L'obligation de la participation et de l'expression directe d'enfants de la FWB dans des programmes qui leur sont destinés prévue à l'article 36 du CDG n'a donc pas pu être rencontrée durant l'exercice 2020 suite aux circonstances sanitaires exceptionnelles.

Appel aux talents artistiques de la FWB dans la programmation pour enfants

La collaboration d'artistes et de techniciens audiovisuels de la FWB à la programmation enfants de la RTBF se fait de deux manières :

- Au niveau des programmes de flux, l'éditeur collabore avec des comédiens, marionnettistes, illustreurs et auteurs notamment pour ces développements autour du personnage de Rocky, podcasts et autres, ainsi que ces capsules pour favoriser la lecture.
- Au niveau des programmes de fiction, mis à part pour la websérie « AnyMoody's », les collaborations de l'éditeur avec des artistes de la FWB se fait exclusivement via les séries et programmes d'animation par la diffusion et/ou la coproduction d'animations produites principalement par des sociétés de la FWB

La RTBF rencontre ses obligations.

Public adolescent et jeunes gens

Tarmac : contenus culturels et sociétaux sur les plateformes et réseaux sociaux

Depuis 2017, le média digital Tarmac rassemble une partie de l'offre jeunesse de la RTBF en s'adressant aux 15-25 ans. L'offre se décline à travers un site web, une radio digitale, une application mobile, une chaîne Youtube, mais aussi via Facebook, Instagram, Snapchat et Twitch.

Tarmac est principalement dédié au hip hop, à la culture urbaine et au gaming, mais dès ses débuts, le média s'est aussi donné une vocation sociétale en abordant dans de nombreux contenus des thématiques telles que l'environnement ou la sexualité, sur un ton qui peut séduire d'autres publics jeunes que les seuls fans de hip hop. De par la diffusion de ses contenus hors d'un espace dédié via les réseaux sociaux, les productions du label Tarmac peuvent facilement atteindre de nouveaux publics.

Contenus digitaux vers les adolescents et jeunes gens

Programme	Contenu	Plateforme/RS
News	Vulgarisation de l'actu, sujets de société, actualité musicale... (3 X par semaine)	FB/IG/YT
Tarmac comedy	Capsules humoristiques d'artistes en stand up dont de nombreux belges	FB/IG/YT
Vinz	Programme de divertissement et d'actualité en live du lundi au jeudi de 20 à 21h	FB/YT
SKILLZ	Série documentaire sur des talents belges : créateurs, cascadeurs, bikers, ... (mensuel)	FB/IG/YT
La Story	Programme sur la pop culture (hebdo)	FB/IG
Sex N Sun	Programme autour de la sexualité (hebdo)	FB/IG/YT
VNI	Sur les phénomènes étranges (hebdo)	IG/YT
TFQ	Partenariat avec la chaîne Sous culture, vidéos centrées sur l'humain	IG YT

Contenus digitaux plutôt orientés culture urbaine

Programme	Contenu	Plateforme/RS
legit	Programme mode & sport (bimensuel)	IG/YT
Sur papier	Capsules vidéos de street art	IG
Steps	Vidéos de danse (hebdo)	IG
187 Freestyle	Clips vidéos made in Belgium (hebdo)	IGTV
BPM	Autour de la musique (bimensuel)	IG/YT
Portrait	Interview d'artistes (aléatoire)	IG/FB/YT
C'est carré	Clips vidéo d'artistes mainstream (hebdo)	IG/YT

Tipik en TV : une offre linéaire aussi vers les adolescents et les jeunes gens

Programme	Genre	Contenu	Fréquence
Culture Club	Culture	Talk-show culturel orienté vers la pop culture	Hebdomadaire
L'internet show	Société/Web	L'actualité sociétale vue à travers les réseaux sociaux	Hebdomadaire
Escape show	Divertissement	Escape game avec chaque semaine un thème et un univers différent	Hebdomadaire
Destination festivals	Musique	Couverture des festivals musicaux de l'été	Hebdomadaire durant l'été

En télévision, Tipik vise principalement un public large de 25 à 44 ans. Toutefois, certains de ses programmes culturels, musicaux ou de divertissement (co)produits par l'éditeur peuvent aussi séduire un public plus jeune :

Participation et expression directe des jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)

Comme pour les enfants, les jeunes de 15 à 24 ans de notre Fédération ont été naturellement moins sollicités à participer aux programmes en cette année de pandémie. Le contrôle de cette obligation reprise à l'article 36 du CDG n'a pas lieu d'être effectuée en cette année particulière.

Appel aux talents artistiques de la FWB dans la programmation pour les jeunes de 15 à 24 ans

Un des objectifs principaux du label Tarmac, est d'être une vitrine pour la scène urbaine belge dans ses multiples dimensions : musique, danse, stylisme, graffe... Ainsi naturellement, elle répond favorablement à l'obligation de faire appels à des talents artistiques belges dans sa programmation.

Éléments programmatiques relevés en 2021 :

De manière anticipative, le Collège relève les initiatives récentes de l'éditeur sur le digital vers le public adolescent :

- Création de l'émission « La Roue » sur Twitch. Emission en live animée par le gamer Kreeks. Sous forme d'un jeu, l'idée est de permettre aux jeunes d'exprimer leurs ressentis, leurs craintes et leurs questionnements face à la crise sanitaire.
- Nouveau rendez-vous hebdomadaire dans les Niouzz Plus « N+ » sur Instagram : l'animateur Prezy reçoit chaque semaine un psychopédagogue pour répondre à des questions de jeunes adolescent.es concernant des sujets liés à la puberté et la vie amoureuse.
- Création d'une plateforme de gaming : RTBF IXPé, média transversal consacré aux jeux vidéo, à l'eSport et à la culture 2.0. Si le gaming touche différents publics de jeunes et de moins jeunes, c'est particulièrement vrai chez de nombreux adolescent.es comme un élément de loisir et culture fédérateur.

- Ouverture de deux comptes Tik Tok proposant des contenus d'information vers les jeunes :
 - "Tarmac" : dans le prolongement de la programmation digitale du média urbain
 - "Mise à jour-MAJ » : vers le public des 12-15 ans avec une attention particulière aux thématiques comme le gaming, la culture des réseaux sociaux ou l'environnement, mais aussi l'actualité plus générale.

AVIS

Lors de ses contrôles, le Collège a toujours une attention particulière pour l'expression directe des jeunes de la FWB dans les productions de l'éditeur ciblant ces publics. Naturellement, cette année de pandémie n'a pas permis à la RTBF de faire participer des enfants ou des adolescents à ses programmes. Le Collège espère que cet aspect essentiel de la mission vis-à-vis de notre jeunesse sera à nouveau pleinement investi lors des prochains exercices

Un autre point d'attention du Collège concerne la place donnée par l'éditeur au public "intermédiaire" entre les deux nouvelles tranches d'âge identifiées dans le contrat de gestion. En effet, les deux grands labels "jeunesse" de l'éditeur, OUFtivi principalement tourné vers les 4 à 12 ans et Tarmac vers les 15 à 25 ans ne s'adressent pas à priori aux jeunes adolescents. Le Collège salue donc les nouvelles initiatives de l'éditeur pour s'adresser à ce public particulier en proposant de nouveaux contenus digitaux susceptibles de les intéresser notamment sur Instagram avec les "Niouzz Plus" ou sur Tik Tok avec "Mise à Jour".

De façon plus générale, le Collège salue la pertinence de contenus produits par l'éditeur qui permettent *d'éveiller les consciences et de susciter la réflexion* (art.36) tant vis-à-vis du jeune public avec des programmes comme "Rocky et Lilly" que vers les adolescents et les jeunes gens avec, notamment, des contenus digitaux estampillés "Tarmac" orientés vers des problématiques touchant les jeunes : sociétales, affectives, ... et proposés sur divers réseaux sociaux. Le choix de l'éditeur d'investir le digital pour s'adresser aux adolescents apparaît pertinent, notamment au regard des résultats d'audience de Tarmac.

Les obligations sont rencontrées.

PRODUCTION PROPRE

PRODUCTION PROPRE TV

CONTEXTE

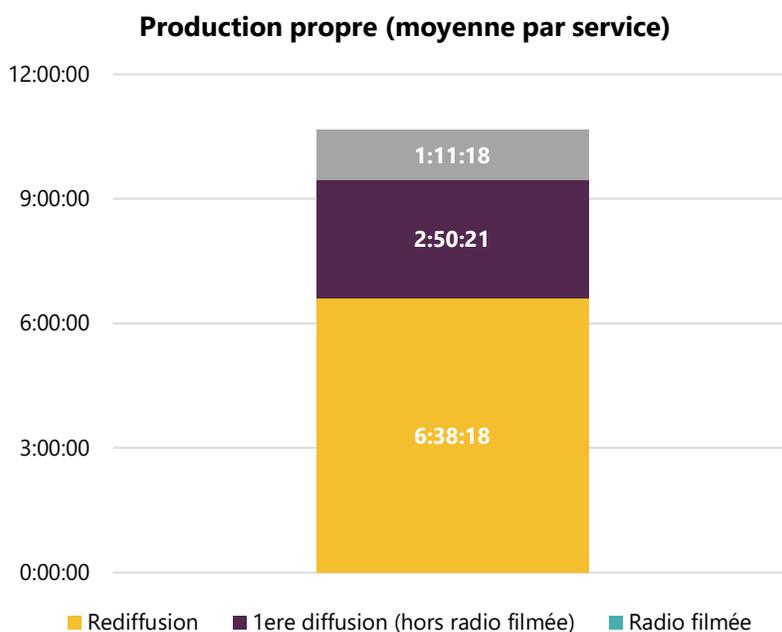
En vertu de l'article 11 de son contrat de gestion, la RTBF doit privilégier la production propre de ses programmes. Le contrat de gestion porte globalement le principe d'un équilibre entre le recours à la créativité interne et l'implication des créateurs indépendants.

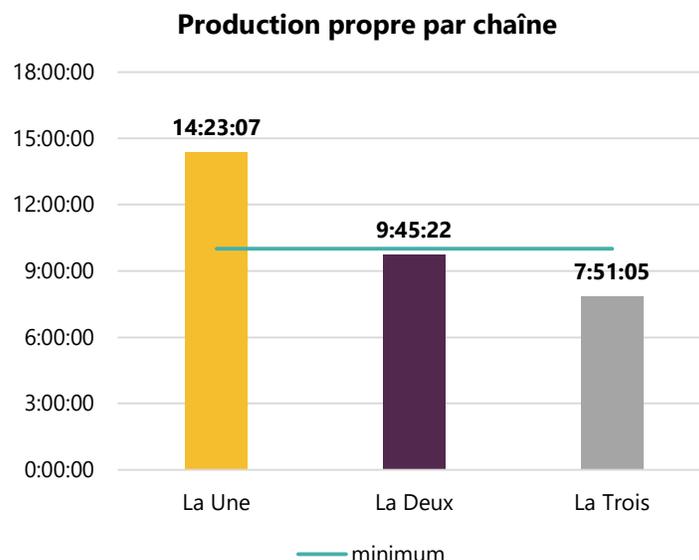
L'article 11 stipule que la RTBF programme, en moyenne journalière calculée par année civile, dans ses services de médias audiovisuels linéaires, **au moins 10 heures de programmes télévisuels réalisés en production propre**, en ce compris les éventuelles rediffusions effectuées d'une année à l'autre.

BILAN

En 2020, la RTBF a diffusé, en moyenne journalière calculée par année civile, **31h59** de programmes audiovisuels réalisés en production propre sur ses trois chaînes linéaires, soit **une moyenne quotidienne de 10h40 de production propre par chaîne**.

La production propre inclut les programmes diffusés en première diffusion, les rediffusions et les programmes de radio filmée (programmes composés d'une retransmission filmée en direct des programmes de chaînes de radio). Ceux-ci représentent respectivement une part de 27%, 62% et 11% du volume total de production propre.





Evolution de la production propre

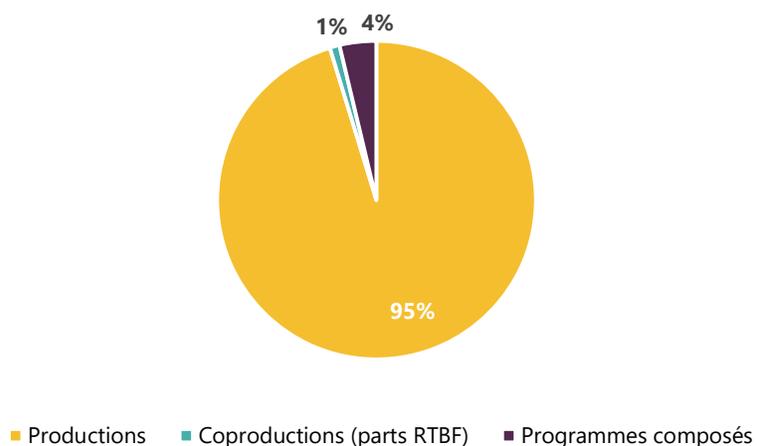
La durée de production propre diffusée **diminue de près de deux heures** en moyenne quotidienne en comparaison avec l'exercice précédent (31h59 pour les 3 services en 2020 contre 33h53 en 2019), soit 38 minutes en moyenne par chaîne (10h40 en 2020 contre 11h18 en 2019). Considérée hors rediffusions et hors radio filmée, la production propre de la RTBF diminue également de deux heures, avec 8 heures 31 de première diffusion par jour sur les trois chaînes cumulées (10h20 en 2019), soit 2h50 par chaîne. La durée des programmes de radio filmée augmente quant à elle d'une trentaine de minutes, soit dix minutes par chaîne.

Le Collège observe une baisse, sur les 3 derniers exercices, de la diffusion de programmes de production propre de l'éditeur sur ses services télévisuels.

Types de programmes produits en propre

La RTBF déclare comme production propre trois types de programmes : les **productions** (programmes 100% RTBF), les **coproductions** (dont la durée est comptabilisée au prorata de l'investissement de la RTBF) et les « **programmes composés** », que la RTBF définit comme « *un programme qui comporte une partie de programmes achetés, préachetés, commandés et/ou coproduits par un tiers et une partie de programme réalisé par la RTBF* ». La durée de production propre pour l'exercice 2020 est répartie comme suit : **95% de productions, 1% de coproductions (parts de la RTBF) et 4% de programmes composés.**

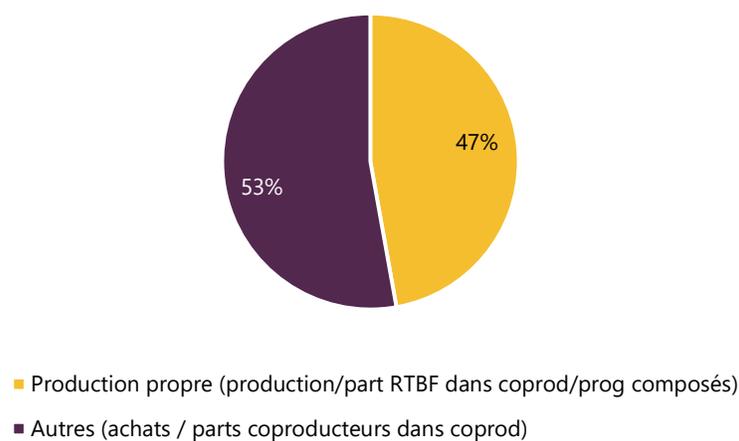
Répartition de la production propre RTBF

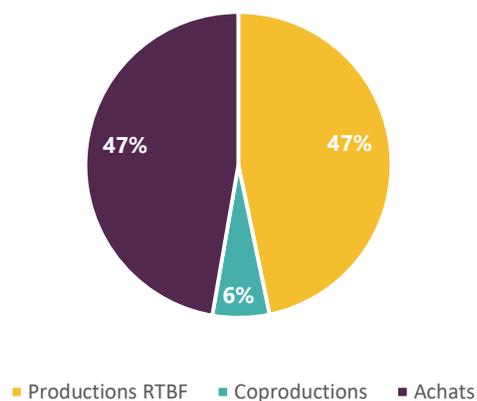


Programmation globale de l'éditeur

Dans l'ensemble, **la production propre représente 47% du temps de diffusion total des services télévisuels linéaires de la RTBF**. Ces 47% se répartissent comme suit : les productions RTBF (45% du temps de diffusion total) ; la part RTBF des coproductions (0,4% du temps de diffusion global) ; les programmes composés (2% du temps de diffusion total). Les 53% de temps de diffusion ne constituant pas de la production propre sont composés des achats (47%) et des parts des autres coproducteurs dans les coproductions (6%).

Répartition du temps de diffusion par types de programmes





AVIS

La RTBF atteint l'objectif de diffuser au moins 10 heures de programmes réalisés en propre en moyenne journalière sur ses trois services télévisuels linéaires. Son obligation est rencontrée.

PRODUCTION PROPRE RADIO

CONTEXTE

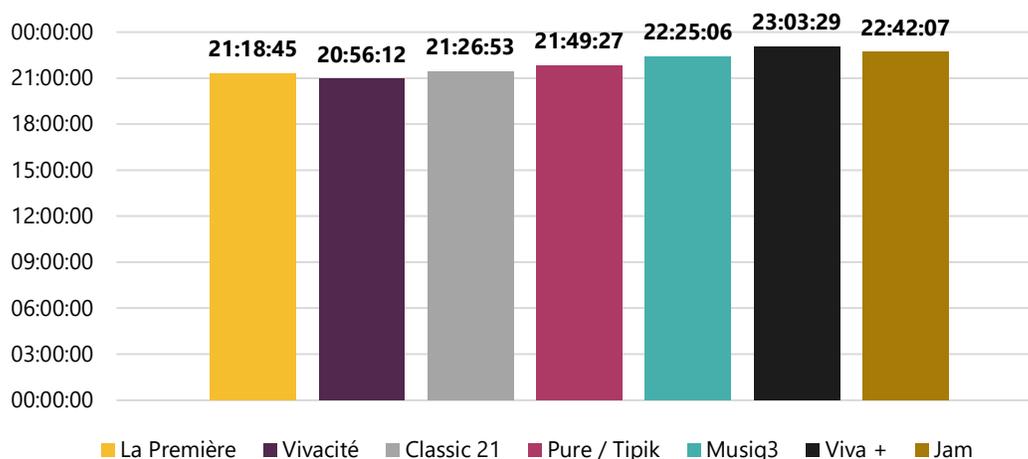
Selon l'article 11 de son contrat de gestion, la RTBF programme, en moyenne journalière calculée par année civile, dans ses services de médias audiovisuels linéaire relevant du service universel, au moins 20 heures de programmes de radio réalisés en production propre, en ce compris les éventuelles rediffusions effectuées d'une année à l'autre.

BILAN

La RTBF a proposé en 2020 minimum 20 heures de production propre quotidienne sur ses sept services, à raison de :

- 21 heures 18 minutes par jour sur La Première ;
- 20 heures 56 minutes par jour sur Vivacité ;
- 21 heures 27 minutes par jour sur Classic 21 ;
- 21 heures 49 minutes par jour sur Pure (TIPIK) ;
- 22 heures 25 minutes par jour sur Musiq 3 ;
- 23 heures 03 minutes par jour sur Viva + ;
- 22 heures 42 minutes par jour sur Jam.

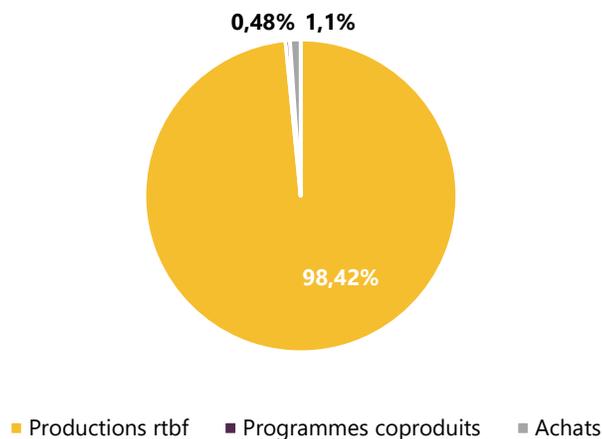
Production propre - radio 2020



Pour l'entièreté de ses services radiophoniques, la RTBF comptabilise une moyenne de **153 heures et 42 minutes par jour** de production propre, **soit une moyenne de 21 heures et 57 minutes de production propre journalière par service**. La durée totale des programmes diffusés (reprenant la production propre, les achats et les parts de coproduction non prises en compte par la RTBF) s'élève à 155 heures et 51 minutes.

Les achats représentent une moyenne de 1.1% du temps de diffusion total, les programmes coproduits représentent 0,48% du temps total de diffusion total et la production RTBF (hors coproductions) représente 98,42% du temps total de diffusion.

Répartition par type de programme - radio



Sur les sept radios de la RTBF, seule La Première diffuse des programmes coproduits à raison d'une moyenne de 44 minutes par jour. La Première et Musiq3 diffusent des programmes achetés, à raison de respectivement 38 minutes en moyenne par jour pour La Première et 1 heure 06 en moyenne par jour pour Musique 3.

La production propre représente **98.62%** du temps de diffusion global (hors publicité) des radios.

AVIS

La RTBF rencontre son obligation de proposer minimum 20h de programmes de radio en production propre.

QUOTAS

QUOTAS TV

CONTEXTE

En vertu de l'article 19 de son contrat de gestion, la RTBF doit consacrer, dans l'ensemble et sur chacun de ses services de médias audiovisuels linéaires télévisuels, au moins :

- 60% de son temps de diffusion à des œuvres européennes, en ce compris des œuvres originales d'auteurs relevant de la Fédération Wallonie-Bruxelles.
Objectif : stimuler le secteur de la production audiovisuelle européenne en favorisant l'acquisition de programmes produits dans l'Union.
- 10% de son temps de diffusion à des œuvres européennes émanant de producteurs audiovisuels indépendants des éditeurs de services de radiodiffusion télévisuelle, en ce compris les producteurs audiovisuels indépendants de la FWB, étant entendu que la production de ces œuvres ne peut être antérieure à cinq ans avant leur première diffusion.
Objectif : stimuler, en Europe et en FWB, le développement d'un secteur de la production qui soit indépendant du secteur de l'édition télévisuelle.
- 35% de son temps de diffusion à des œuvres en langue française.

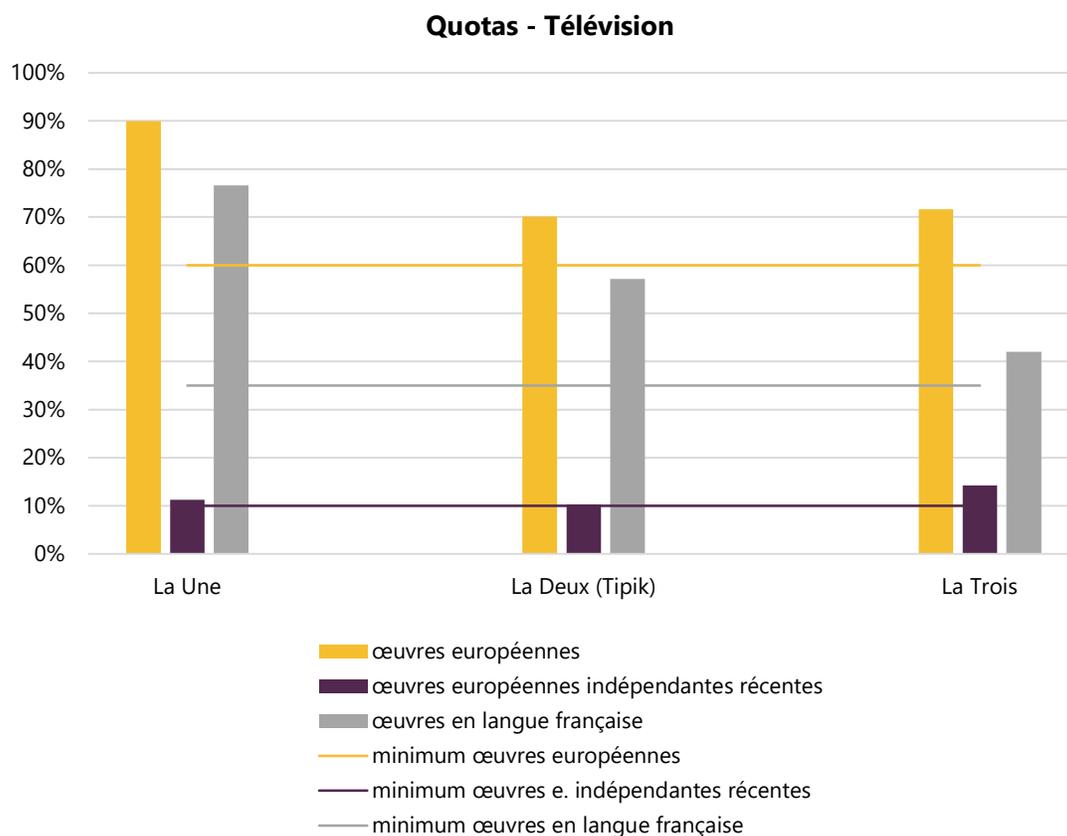
BILAN

Les trois quotas sont respectés pour l'exercice 2020 :

- **77% du temps de diffusion de la RTBF est consacré à des œuvres européennes.** Le quota est rencontré dans l'ensemble et sur chacun des services, les œuvres européennes représentant :
 - 90% du temps de diffusion de la Une ;
 - 70% du temps de diffusion de la Deux (Tipik) ;
 - 72% du temps de diffusion de la Trois.
- **12% du temps de diffusion de la RTBF est consacré à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants, dont la production n'est pas antérieure à cinq ans.** Le quota est rencontré dans l'ensemble et sur chacun des services, les œuvres européennes indépendantes de moins de 5 ans représentant :
 - 11% du temps de diffusion de la Une ;
 - 10% du temps de diffusion de la Deux (Tipik) ;
 - 14% du temps de diffusion de la Trois.

Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur le fait que le quota minimum d'œuvres européennes récentes émanant de producteurs indépendants (10%) est rencontré de justesse sur la Deux (Tipik) avec 10,3%.

- **58% du temps de diffusion de la RTBF est consacré à des œuvres en langue française.** Le quota est rencontré dans l'ensemble et sur chacun des services, les œuvres en langue française représentant :
 - 77% du temps de diffusion de la Une ;
 - 57% du temps de diffusion de la Deux (Tipik) ;
 - 42% du temps de diffusion de la Trois.



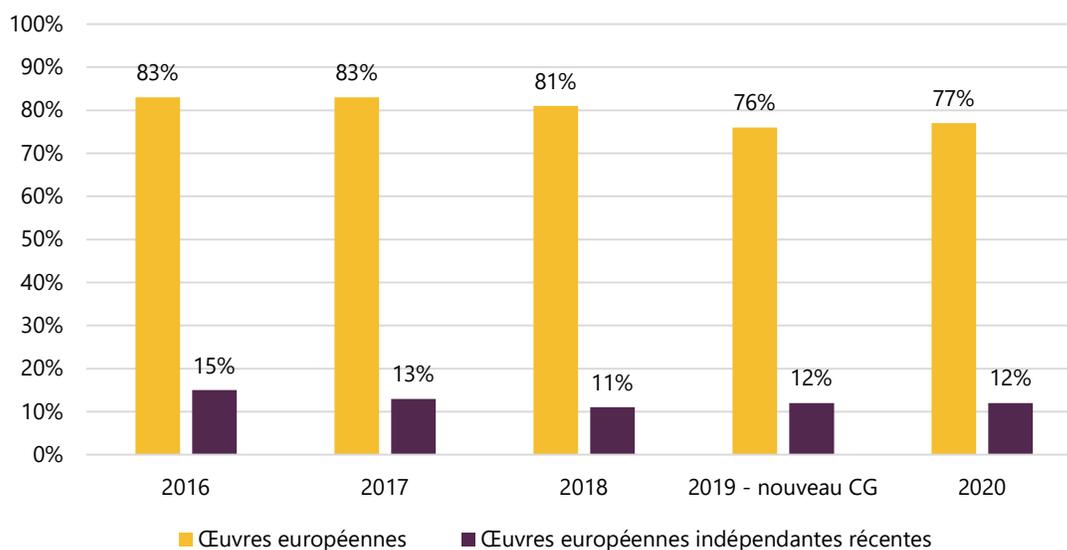
➤ Observations quant à la production indépendante récente

28% des œuvres européennes indépendantes récentes sont diffusées sur la Une, 28% sur la Deux et 43% sur la Trois.

➤ Observations quant aux années précédentes

Les quotas restent stables par rapport à l'exercice 2019, avec une légère augmentation du nombre d'œuvres européennes (1%).

Quotas européens et indépendants récents : évolution



AVIS

La RTBF rencontre ses obligations en matière de diffusion d'œuvres européennes (77%), d'œuvres francophones (58%), et d'œuvres indépendantes récentes (12%). Le Collège attire néanmoins l'attention de l'éditeur sur le fait que, pour la Deux / Tipik, la RTBF remplit de justesse son quota de 10% d'œuvres européennes émanant de producteurs indépendants dont la production n'est pas antérieure à 5 ans (10,3%). Il encourage l'éditeur à être attentif à ce point lors des prochains exercices.

QUOTAS RADIO

CONTEXTE

En matière de quotas de diffusion, l'article 25.5 stipule que la RTBF a pour obligation de diffuser des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française à concurrence d'un minimum de 45 % sur La Première, 40 % sur Vivacité, 20 % sur Classic21 et Tarmac et 10 % sur Tipik, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation.

L'obligation pour les œuvres de musiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mesurée en en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, est de 12 % sur La Première, Vivacité, Tipik et Tarmac, dont 10 % aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h, et de 6 % sur Classic 21, dont 4,5 % aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h.

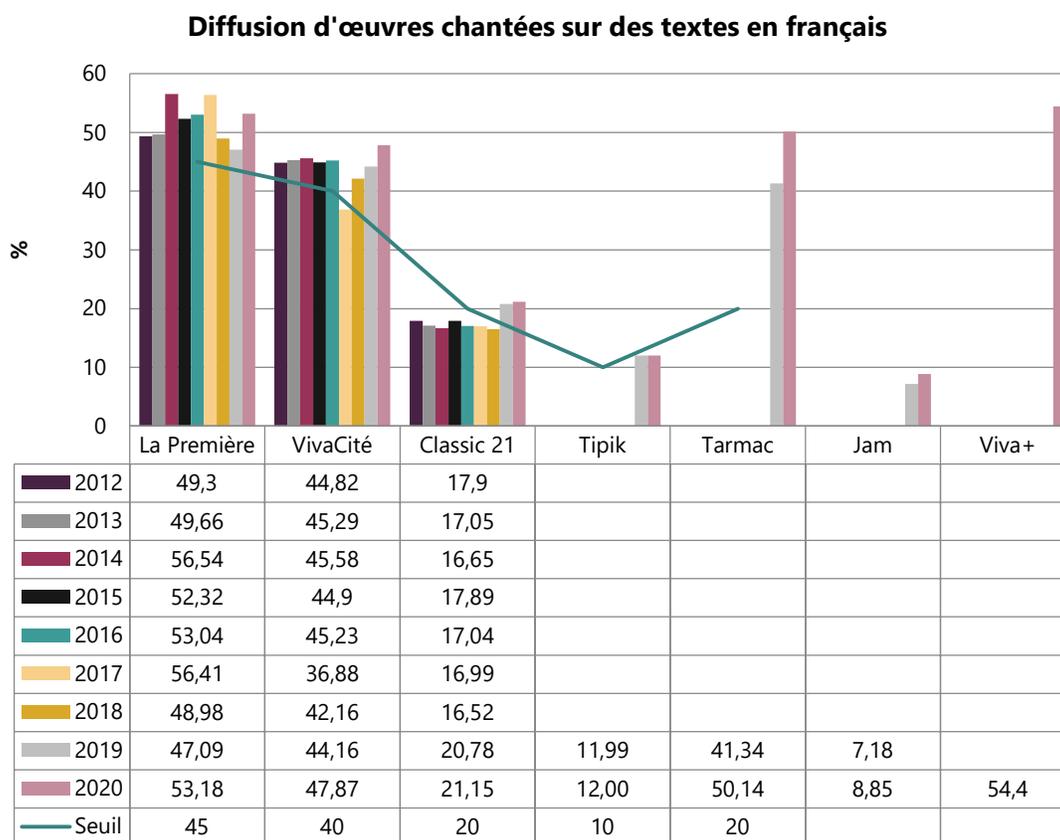
Le cinquième contrat de gestion introduit donc une application de quotas musicaux spécifiques pour un plus grand nombre de services que par le passé, avec des obligations qui sont globalement revues à la hausse. Le contrat de gestion ne prévoit aucun quota de diffusion musicale pour Viva+ et Jam, lancées au quatrième trimestre 2019. Interrogée au sujet de la politique de quotas sur ces deux nouveaux services, la RTBF a fourni des données pour les services Jam et Viva+ qui sont donc inscrites dans le bilan ci-après.

Service	Musique FR	Musique FWB	
		00h-24h	06h-22h
La Première	45%	12%	10%
Vivacité	40%	12%	10%
Classic 21	20%	6%	4,5%
Tipik	10%	12%	10%
Tarmac	20%	12%	10%

Tableau récapitulatif des obligations en termes de quotas musicaux pour les radios de la RTBF.

BILAN

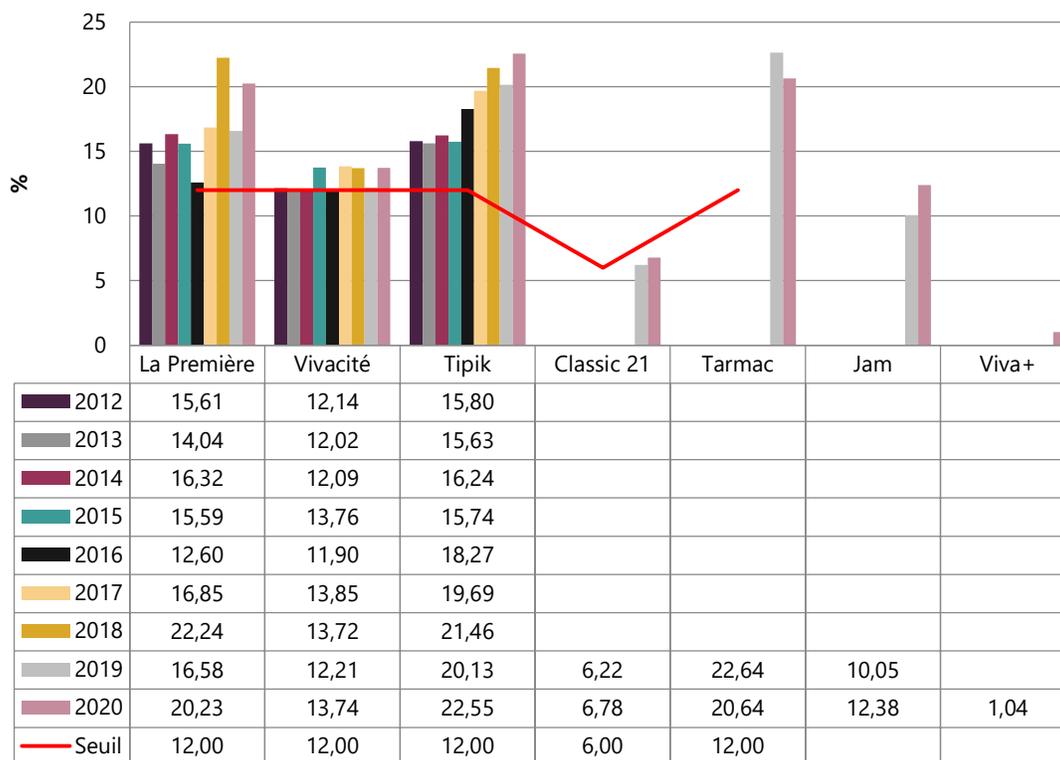
En matière de quotas musicaux, les résultats sont les suivants :



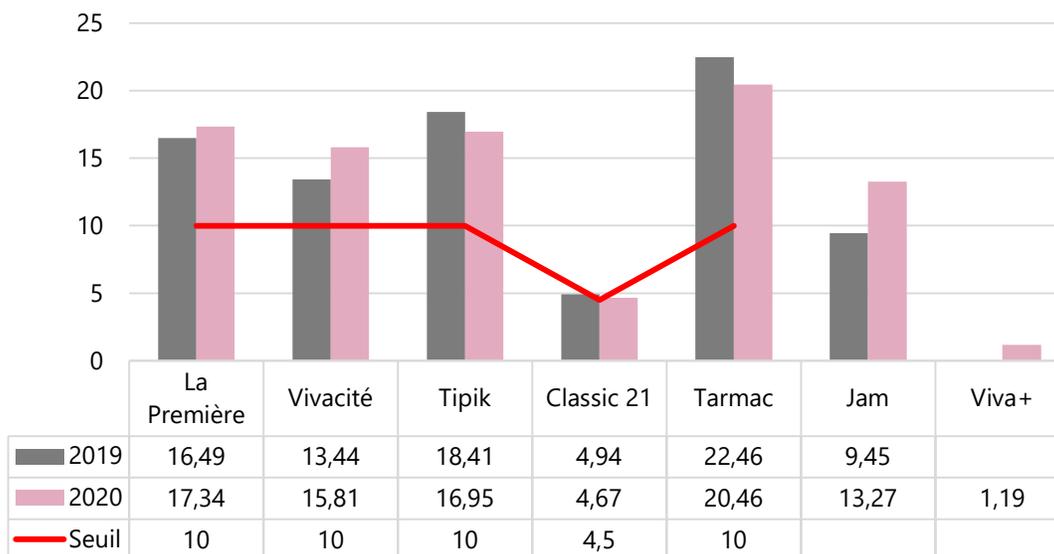
Source : CSA en coordination avec la RTBF

La RTBF respecte ses quotas de diffusion de musique sur des textes en français. Chaque service enregistre une augmentation sur les deux derniers exercices, avec une mention particulière pour Tarmac (culture urbaine/hip-hop) qui montre une proportion impressionnante d'œuvres chantées sur des textes en français pour le second exercice de suite, brisant par là le stéréotype selon lequel un service adressé à un public jeune diffusant une proportion importante d'œuvres en français serait voué à l'échec. La proportion de chansons en français sur Viva+ est à saluer, à l'inverse de Jam dont les résultats, quoiqu'en augmentation, demeurent limités.

Diffusion d'œuvres issues de la FWB (00h-24h)



Diffusion d'œuvres issues de la FWB (06h-22h)



Source : CSA en coordination avec la RTBF

En ce qui concerne les quotas d'œuvres issues de la FWB, quatre services dépassent largement l'obligation fixée dans le contrat de gestion. Classic 21, quant à elle, atteint son objectif. La Première, Vivacité, Tipik et Classic 21 enregistrent toutes une augmentation de la proportion de musique issue de la Fédération Wallonie-Bruxelles en 2020. Malgré un léger recul, Tarmac enregistre à nouveau un excellent résultat. Notons qu'il s'agit de la seconde année d'application des quotas différenciés pour la journée entière et la période de grande écoute (06h-22h), qui sont respectés pour l'ensemble des services. Jam enregistre des résultats convaincants à la différence regrettable de Viva+ dont à peine plus d'un pour cent des titres diffusés émanent d'artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Remarques méthodologiques :

Sur la question des « quotas de jour » en termes de musique issue de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le Collège a constaté un potentiel problème d'interprétation du contrat de gestion concernant la mesure de l'engagement entre 6 heures et 22 heures. Conformément à sa recommandation du 2 juillet 2015 concernant les quotas de diffusion musicale, le Collège interprète que l'engagement entre 6 heures et 22 heures devrait être une proportion de celui réalisé en 24 heures. En raison de ce potentiel problème d'interprétation, le Collège applique provisoirement une méthode de calcul plus avantageuse pour l'éditeur, qui prend en compte uniquement les œuvres musicales diffusées pendant la tranche horaire 06h-22h pour le calcul du quota « de jour ». Le Collège invite l'éditeur à être vigilant quant à une clarification par le législateur de cet article qui pourrait être mise en application lors des prochains contrôles annuels.

AVIS

La RTBF remplit ses obligations en termes de quotas musicaux. Le Collège souligne à nouveau la richesse de la programmation musicale de Tarmac pour l'exercice 2020.

Le Collège regrette l'absence d'objectifs à atteindre en termes de programmation musicale pour les nouveaux services Viva+ et Jam dans le cadre défini par le Contrat de gestion, étant données par ailleurs les obligations renforcées dans le Décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos s'appliquant aux services privés. Les résultats très faibles de ces deux services (diffusion d'œuvre de la FWB pour Viva+ et diffusion d'œuvres chantées en français pour Jam) renforcent la conviction du Collège quant à la nécessité d'intégrer des obligations chiffrées en termes de programmation musicale dans le prochain Contrat de gestion pour l'ensemble des services sonores de la RTBF.

RELATIONS AVEC LES PUBLICS

La RTBF entre en relation avec ses publics par trois voies principales :

1. Le traitement des demandes du public par le service de médiation.
2. Le programme de médiation.
3. Le dialogue avec les publics sur les sites et pages de réseaux sociaux.

LE TRAITEMENT DES DEMANDES DU PUBLIC PAR LE SERVICE DE MEDIATION

CONTEXTE

L'article 47 bis du contrat de gestion distingue le service de relations avec les publics de celui de médiation. L'ensemble des messages parvenant à la RTBF ne nécessite en effet pas de médiation, comme explicité plus bas. Les articles 48 et 49 du contrat de gestion précisent le statut et le fonctionnement du service de médiation de la RTBF, la manière dont les publics peuvent prendre contact et la procédure par laquelle leurs demandes doivent être traitées. Le service de médiation remet un bilan annuel de ses activités et délivre des informations aux usagers, conformément à l'article 50 du contrat de gestion.

BILAN

Ayant pour objectifs de faciliter et d'optimiser les échanges constructifs entre les publics et la RTBF et de les accompagner dans une « démarche émancipatrice sur le long terme²⁵ », la médiation veille à favoriser la compréhension des points de vue respectifs en vue d'une « rencontre véritable ». Trois types de médiation sont mis en place par la RTBF pour établir et consolider le lien avec ses publics :

- Une médiation éditoriale portant sur les explications relatives à l'offre RTBF et aux choix et traitement de l'information par la RTBF ;
- Une médiation de plaintes, portant sur les questions plus sensibles ;
- Une médiation culturelle proposant aux publics (particuliers, écoles, etc.) de participer à des visites guidées, des ateliers d'immersion ou autres activités interactives.

En 2020, le service de médiation de la RTBF a enregistré 8.395 messages (courriers et courriels) de la part de téléspectateurs, auditeurs et internautes, soit une forte augmentation par rapport à 2019 (5.633 – hausse de 49%) et 2018 (6.279 – hausse de plus de 33%). Les nombreuses réactions des publics en lien avec la crise sanitaire expliquent en grande partie cette évolution, qu'il s'agisse de questions posées aux rédactions info, d'interrogations liées aux adaptations de la RTBF au Covid (programmation, mesures sanitaires en studio et avec les invités par exemple), ou encore d'accusations de désinformation ou de « propagande ».

²⁵ Bilan du service de médiation de la RTBF - 2019.

Lorsque les publics souhaitent entrer en contact avec la RTBF, plusieurs moyens sont mis à leurs disposition : le site entreprise de la RTBF, comprenant les « FAQ^{26,27} » ainsi que quatre portes d'entrée, dont celle de la médiation ; le bouton d'aide AUVIO ; les formulaires de contact des émissions ; le bouton info « Alertez-nous » ; l'accueil téléphonique et les différents comptes actifs sur les réseaux sociaux²⁸. Le courrier postal étant devenu un outil de communication très peu utilisé.

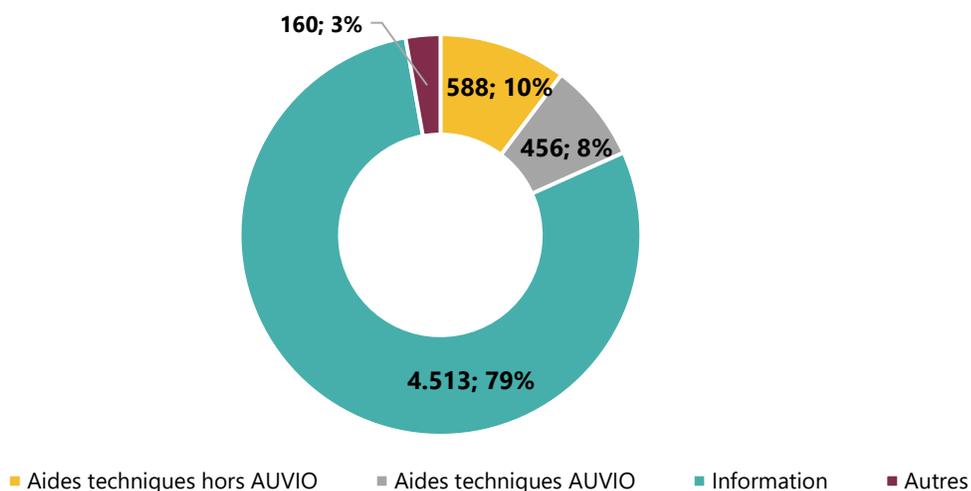
En 2020, le service de médiation de la RTBF distingue deux types de courriers et courriels des publics :

- Les questions d'utilisation et de consommation des médias de la RTBF (total : 5.717) ;
- Les avis, questions de fond ou interpellations, qui font l'objet d'une médiation éditoriale par le service de médiation de la RTBF (total : 2.678).

Les principales thématiques de ces deux sous-ensembles sont détaillées ci-dessous.

Parmi l'ensemble de ces questions et interpellations, certaines (au total 706) ont été qualifiées de plaintes, qui font également l'objet d'une illustration ci-après.

Messages hors médiation – répartition thématique



Source : bilan du service de médiation RTBF – 2020

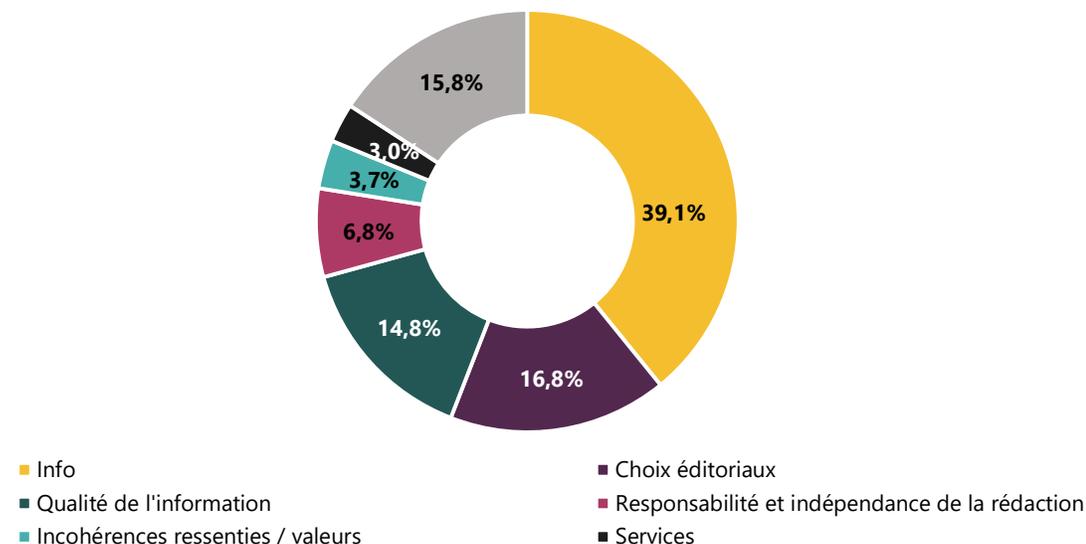
A partir du confinement de mi-mars 2020, l'on constate une très forte augmentation de messages adressés à la rédaction et concernant l'information (79% des messages) : questions portant sur les mesures gouvernementales et sanitaires ou encore la vaccination. Ces questions ont permis de nourrir particulièrement deux rendez-vous d'information : « Questions en prime » et « A votre avis ».

²⁶ Depuis 2017, le service de médiation a mis en place, sur le site Internet de la RTBF, une section dédiée aux questions fréquentes, organisées par thématique, ce qui a pour effet de réduire, globalement, les messages adressés directement à la médiation. Ces réponses aux questions fréquentes concernent notamment le DAB+, l'écoute de chaînes radio via des dispositifs et systèmes variés (tels que Amazon Echo), AUVIO, l'accessibilité, programmation et programmes, les sites web et les pages de réseaux sociaux de la RTBF.

²⁷ *Frequently asked questions.*

²⁸ Les internautes posent des questions ou demandent des renseignements via les messages privés, traités par les gestionnaires de communauté (*community managers*) et les gestionnaires de pages et comptes spécifiques.

Avis, questions de fond ou interpellations faisant l'objet d'une médiation éditoriale - répartition thématique



Source : bilan du service de médiation RTBF – 2020

La catégorie « Autres » contient les sujets suivants :

- Offre générale : 2,7%
- Société : 2,2%
- Autres : 1,7%
- Sport : 1,6%
- Demandes d'étudiants/enseignants : 1,3%
- Culture : 1,2%
- Habillage des antennes/bandes promo/ergonomie des sites : 1,2%
- Connexion sites RTBF : 1,1%
- Divertissement : 1,0%
- Evénements de solidarité : 0,9%
- Programmation musicale : 0,6%
- Respect des horaires : 0,3%

La médiation éditoriale mise en place par les services de la RTBF consiste à faire part aux publics des explications et des analyses des choix éditoriaux.

L'information est également au cœur de la médiation éditoriale de 2020 : réactions face au traitement du sujet de la gestion de la crise sanitaire ; recours aux experts (voir la catégorie « info »), mais aussi les choix éditoriaux (le côté anxiogène de l'info Covid notamment, le choix des images d'illustration de sujets info ou encore le traitement des élections présidentielles américaines), la qualité de l'information et la responsabilité et l'indépendance des rédactions de la RTBF.

En dehors de l'information, ce sont les réactions sur les services qui sont les plus nombreuses, principalement au sujet de la version multilingue des programmes (souhait d'explications ou expression

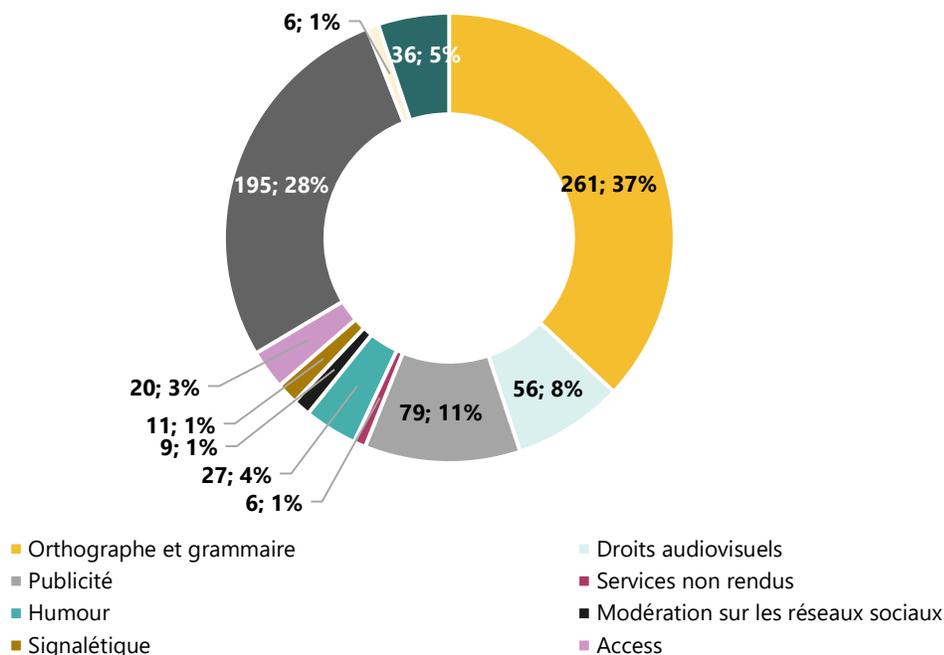
de mécontentement), du sous-titrage adapté à destination des personnes sourdes ou malentendantes et de la météo (partage d'avis).

Les autres catégories concernent l'expression d'avis (positifs et négatifs) et des interpellations ou des questions notamment sur les offres par chaîne (le lancement de Tipik par exemple). Le sentiment de contradiction entre les valeurs de la RTBF, média de service public, et certaines publicités est exprimé également (publicités pour des annonceurs « polluants » considérées comme une absence d'engagement de la RTBF face à la problématique du changement climatique).

Quant aux déprogrammations ou changements d'horaires²⁹, ainsi que le manque de communication au sujet des déprogrammations de contenus en télévision conséquentes aux retransmissions sportives et éditions spéciales, le nombre d'interpellations est peu élevé.

La qualification de plaintes concerne les messages faisant part d'une insatisfaction marquée. Comme pour l'ensemble des messages traités en médiation, des réponses personnelles sont adressés aux plaignant.e.s. En 2020, les trois principales thématiques qui font l'objet de plaintes sont : l'orthographe et la grammaire, les comportements à l'antenne (attitudes en plateau en lien avec les mesures sanitaires Covid, manière d'interpeller les invités, etc.) et la publicité (notamment la quantité de publicité en radio).

Répartition thématique des plaintes



Source : bilan du service de médiation RTBF – 2020

²⁹ En vertu de l'article 21 du contrat de gestion, la RTBF doit adopter et mettre en œuvre des dispositions tendant à respecter les horaires et la programmation annoncée de services de médias audiovisuels linéaires. En cas de retard important ou de déprogrammation, la RTBF adopte des mécanismes clairs d'information des publics, que ce soit via la presse, sur son site internet ou sur antenne-même.

LE PROGRAMME DE MÉDIATION

CONTEXTE

L'article 30 du contrat de gestion stipule que la RTBF diffuse et offre à la demande un programme ou des séquences de programme de médiation, dont au moins dix éditions par an en télévision, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics et de « privilégier un lien fort et interactif avec les publics ».

La RTBF est libre de produire ce programme et ces séquences dans le format souhaité par l'éditeur et fait appel à un panel équilibré 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.

BILAN

Fin 2018, l'onglet INSIDE Info a été créé sur le site information de la RTBF, en collaboration avec la rédaction, afin de détailler et d'explicitier les choix éditoriaux effectués. Les sujets développés dans ce cadre émanent fortement de réactions et de questions des publics, reçus par la voie du service de médiation ou via les réseaux sociaux.

Progressivement, au fil de 2019, le programme « Medialog le mag » a laissé la place à INSIDE, devenu un projet transversal consolidé, tant de médiation que d'éducation aux médias. La « marque » INSIDE regroupe désormais plusieurs approches et des formats divers en abordant et en expliquant les pratiques audiovisuelles de la RTBF, les choix de programmation et de rédaction et les enjeux de développement, notamment digitaux. L'échange est ouvert, également avec des expert.e.s et des personnes des publics de la RTBF.

La marque INSIDE regroupe donc :

- L'onglet sur le site Info ;
- Des articles web ;
- Des chroniques en radio ;
- Des capsules pour les *webnatives* et une page Facebook ;
- Le programme mensuel de médiation ;
- Les visites et les ateliers d'immersion (médiation culturelle) ;
- Des événements spécifiques et des partenariats avec les mondes associatif, culturel et de l'enseignement.

[Diffusion de « INSIDE » en 2020](#)

Le programme télévisuel comporte plusieurs séquences : visites des sites de la RTBF et présentation de leurs coulisses ; sujets développés sur base de questions du public, avec le soutien des personnes ressources à la RTBF (rédaction, production, médiation) ainsi qu'un débat entre un membre des publics de la RTBF qui a adressé une interpellation au service de médiation et une personne interne à la RTBF, sous le regard d'un.e « expert.e » de la société civile, pour faire part de remarques ou d'éléments d'analyse.

En 2020, dix éditions du programme télévisuel ont été diffusées sur La Deux/Tipik³⁰.

AVIS

Sur l'exercice 2020, le Collège constate la production et la diffusion d'un nombre suffisant de programmes concrétisant la mission de médiation. Il constate la présence systématique de téléspectateurs.trices dans les programmes ainsi qu'une parité accrue des expert.e.s invité.e.s à participer au débat. Il encourage l'éditeur à poursuivre sur cette voie et à maintenir ses efforts en termes de parité.

Par ailleurs, le Collège salue l'intégration des divers axes des relations avec les publics et du service de médiation dans le concept protéiforme INSIDE.

LES PUBLICS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

CONTEXTE

La modération est régie par l'article 7.5 et l'article 42 sexies e), 3ème tiret du contrat de gestion, qui, concernant les commentaires sur les forums et les réseaux sociaux notamment, stipule que « ces commentaires font l'objet d'une modération régulière et adéquate, de manière à empêcher ou supprimer, dans les meilleurs délais possibles, tout contenu contraire aux lois et plus particulièrement à l'ordre public, aux bonnes mœurs et aux principes démocratiques essentiels ».

BILAN

En 2020, la RTBF indique être gestionnaire de plus de 100 pages Facebook, plus de 10 comptes Twitter, plus de 20 comptes Instagram, d'une chaîne Twitch et de 15 chaînes YouTube³¹.

Etant administratrice des pages, la RTBF a la possibilité, après publication des commentaires, d'en supprimer, sur base de constatations propres ou de réactions de tiers. Alors que les coordinateurs des réseaux sociaux de la RTBF sont responsables d'une édition d'offre³², les *Social Editors* sont en charge de la publication et de la gestion opérationnelle des pages. Ces derniers travaillent en étroite collaboration avec le département des réseaux sociaux, sans y être rattachés.

Par ailleurs, le guide du *fair play*³³ est toujours en ligne. Il précise les principales interdictions sur les pages RTBF développées sur les réseaux sociaux ; renvoie vers les principes généraux de communauté de Facebook ; indique les prises de décision que peuvent prendre les gestionnaires de pages et fait référence à une adresse mail en guise de contact.

³⁰ Diffusion le jeudi soir à 22h20.

³¹ Les commentaires de son site info (rtbf.be/info) sont fermés, dans le but de privilégier les commentaires et leur modération sur les pages Facebook.

³² A savoir : Le « Nous », les « Nouvelles Générations », les « Jeunes Adultes » et les « Affinitaires ».

³³ La note de fair-play sur les RS de la RTBF est disponible [via ce lien](#).

Face au nombre de publications et d'interactions sur les réseaux sociaux, la RTBF collabore depuis 2017 avec la société Netino qui contribue à la gestion de l'ensemble des pages RTBF³⁴ de deux manières : en cachant³⁵ ou supprimant³⁶ des commentaires (premier niveau de réponse) et en repérant et en agissant sur les commentaires les moins acceptables en dehors des heures de bureau. Trois strates d'analyse des commentaires se superposent : La Première consiste en une analyse semi-automatique des commentaires par Netino (mots-clés spécifiques et liste noire des utilisateurs « toxiques ») ; la deuxième est un traitement par les équipes Netino et la troisième, optionnelle, permet aux *Social Editors* de la RTBF d'affiner l'approche de Netino s'ils le jugent pertinent.

Quant aux réponses aux commentaires et à la gestion des débats, c'est géré exclusivement par les *Social Editors* et gestionnaires de pages de la RTBF.

En suivi de l'instruction 16-19 concernant la modération de commentaires problématiques de la page Facebook « C'est vous qui le dites », la RTBF a mis en place deux mesures supplémentaires :

1. Tous les commentaires présents sur la page Facebook de « C'est vous qui le dites » sont désormais traités manuellement, sans modération automatique préalable ;
2. Lorsque la RTBF signale à Netino une publication particulièrement sensible, pouvant amener des commentaires problématiques, l'équipe de modérateurs est renforcée de manière ponctuelle afin d'accroître le contrôle qualité ainsi que la réactivité.

AVIS

Pour l'exercice 2020, le Collège constate que la collaboration avec Netino ainsi que le travail en interne des *Social Editors* et des gestionnaires de pages et les outils mis en place par la RTBF (tels que la charte *fair play*) tendent à réduire fortement les risques de présence de commentaires problématiques sur certaines pages de réseaux sociaux, tout en ne permettant pas leur absence totale.

Le Collège salue que les mesures supplémentaires mises en place par l'éditeur soient devenues permanentes. Il l'invite à maintenir ses efforts afin de tendre et de s'approcher encore davantage de l'objectif d'absence de commentaires problématiques, ou du moins du retrait ou de la modération la plus rapide et efficace possible de ces derniers.

³⁴ En 2020, 6.034.339 commentaires ont été reçus par Netino, sur l'ensemble des flux RTBF.

³⁵ Les commentaires sont cachés lorsqu'ils sont considérés comme hors propos ou s'ils contiennent des propos insultants, soit à l'égard de la RTBF, soit à l'égard de tiers.

³⁶ Les commentaires sont supprimés lorsqu'ils contiennent des propos « diffamatoires, haineux, racistes ou incitant à la violence ».

ACCESSIBILITE

CONTEXTE

L'article 40 du contrat de gestion de la RTBF fixe les obligations en matière d'accessibilité de sa programmation et de son site internet. L'article 25.4 fixe des objectifs quantitatifs spécifiques en matière d'audiodescription.

Sous-titrage

L'article 40 fait directement référence aux obligations portées par le Règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle (ci-après « Le Règlement »). Celui-ci est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2019. Ces objectifs quantitatifs se veulent progressifs et échelonnés sur 5 ans d'ici à leur application complète sur l'exercice 2023.

Dès lors, le contrôle des obligations pour l'exercice 2020 consiste davantage en un contrôle des moyens mis en œuvre pour atteindre le premier palier d'objectifs prévus pour 2021. En vertu du Règlement, la RTBF devra proposer : 47,5 % de programmes sous-titrés pour les services dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5% et 17,5% pour les services dont l'audience moyenne annuelle est inférieure à ce seuil.

En outre, l'article 40 du contrat de gestion stipule que la RTBF « *recourt autant que possible compte tenu des évolutions technologiques, aux sous-titres comme principe d'écriture de séquences et sujets d'information spécifiquement destinés aux réseaux sociaux et médias sociaux ou au site internet* » et qu'elle « *renforce l'accessibilité de ses programmes aux déficients sensoriels par des programmes sous-titrés, (...), notamment par le biais des nouvelles technologies de diffusion et de distribution des signaux numériques et en VOD* ». L'article 11 du Règlement renforce cette obligation applicable aux services non linéaires : les éditeurs « *mettent tout en œuvre afin de mettre à disposition des utilisateurs, dans leur catalogue de programmes, une proportion de 25% de programmes sous-titrés* ».

Traduction gestuelle

L'article 40 du contrat de gestion énonce que la RTBF doit diffuser, en direct et en différé, sur un service linéaire ou non linéaire, une version interprétée en langue des signes de son JT de début de soirée et de son JT spécifiquement dédié à la jeunesse.

Cet article renvoie par ailleurs au Règlement, qui prévoit une obligation de moyens pour l'interprétation des programmes en langue des signes de Belgique francophone et donne la priorité aux programmes d'information et aux programmes à destination des plus jeunes. L'obligation de moyens concerne également l'accessibilité des messages d'intérêt général de sécurité et de santé publique, ainsi que les programmes confiés à des associations représentatives et les événements d'intérêt majeur.

Audiodescription

Sur l'exercice 2020, en vertu de l'article 25.4 de son contrat de gestion, la RTBF doit diffuser au moins trois fictions audiodécrites par mois. Ce quota a augmenté progressivement et atteindra 5 fictions en 2022. Le Collège a relevé sur ce point un chevauchement entre le Règlement et le contrat de gestion. Si le contrat de gestion restreint l'objectif à 5 fictions audiodécrites par mois en 2022, le Règlement imposera, dès 2021, que 12,5% des fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h sur La Une et Tipik soient audiodécrits, ainsi que 7,5% des documentaires et fictions diffusés sur La Trois. Pour atteindre respectivement 25% et 15% en 2023 (sur base des audiences actuelles des services en question).

Obligations qualitatives

La RTBF a activement participé aux groupes de suivi organisés en 2020 pour anticiper l'entrée en vigueur du Règlement. En 2019, ces réunions avaient notamment permis la rédaction de Chartes de qualité, validées le 26 novembre de cette même année par le Collège d'Avis du CSA.

En 2020, les réunions du groupe de suivi avaient pour principal objectif d'identifier et de résoudre les problèmes techniques qui pouvaient entraver l'implémentation du règlement et le respect des obligations. A cette occasion, la RTBF démontra sa volonté d'agir activement en faveur de la résolution des problèmes techniques alors relevés, nécessitant notamment la collaboration avec divers acteurs dont des éditeurs, des distributeurs et des agrégateurs de contenus.

En outre, la réunion du groupe de suivi du 31 mars 2021 a permis aux services du CSA de présenter et de discuter des futures modalités de contrôle des éditeurs en matière d'accessibilité³⁷.

Obligations en matière de communication sur les programmes rendus accessibles

Le Règlement définit également des objectifs relatifs à la promotion de l'accessibilité envers ses publics cibles (chapitre 4 du Règlement). L'article 15 stipule que les éditeurs doivent incruster des pictogrammes ou prévoir une mention sonore pour accompagner la diffusion et la promotion de programmes rendus accessibles. L'article 16 prévoit une obligation similaire sur les supports de communication externes (site internet, presse écrite, guides électroniques de programmes, etc.).

BILAN

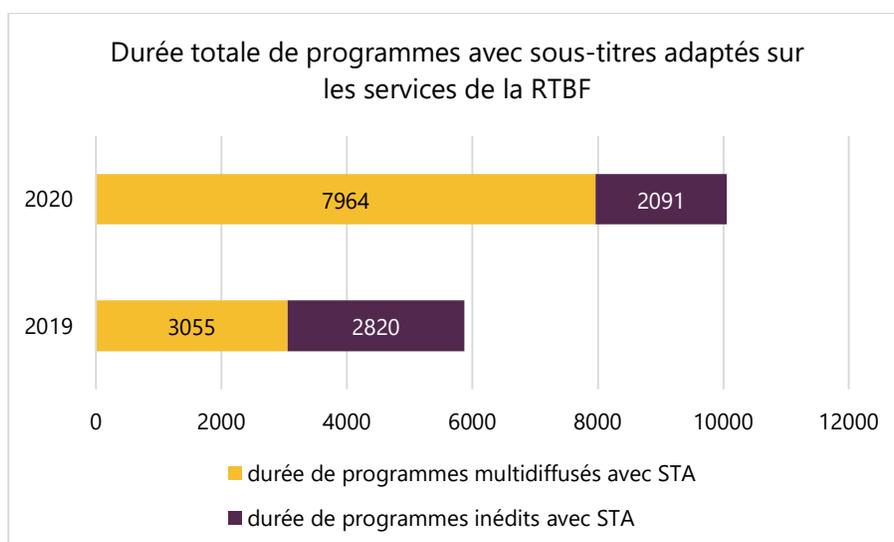
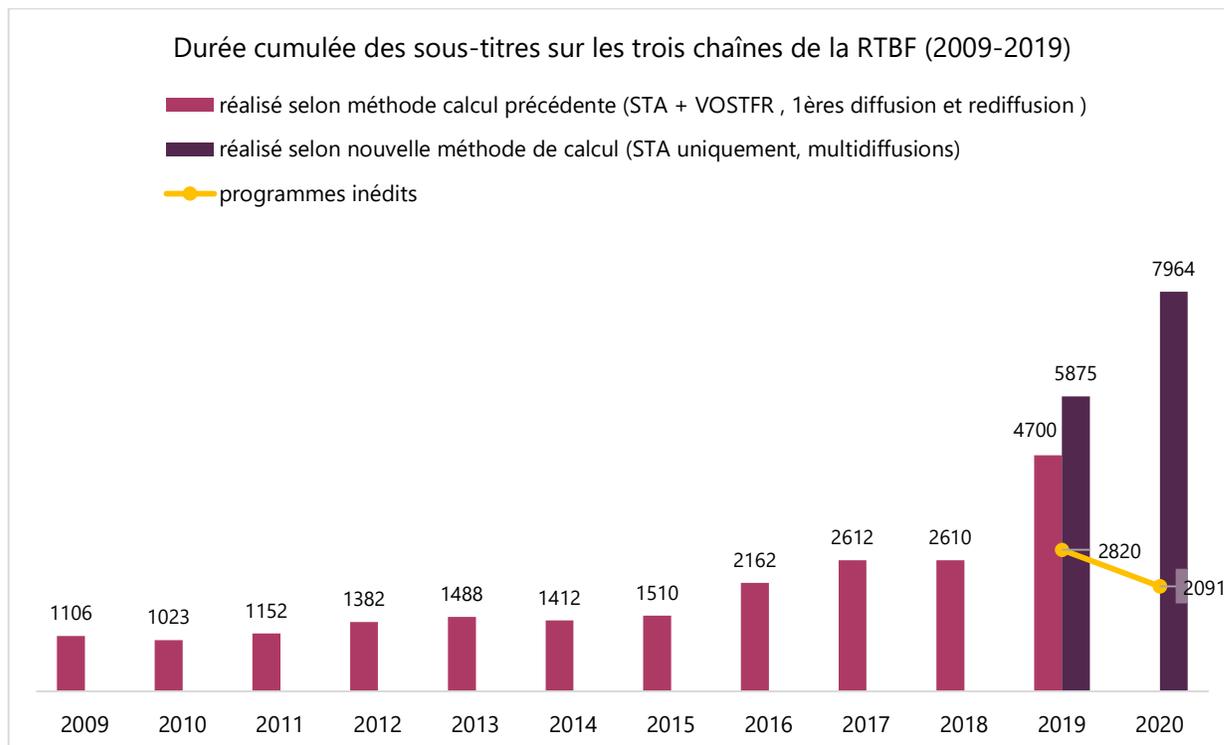
Sous-titrage

Au cours de l'exercice 2020, la RTBF a diffusé 7964 heures de programmes avec sous-titres adaptés, soit une hausse de 35% par rapport à 2019.

Il convient de préciser que ce résultat ne se base pas sur la même méthode de calcul que pour les années 2015 à 2018. En effet, auparavant, la comptabilisation n'incluait que La Première diffusion et La Première rediffusion et tenait compte des sous-titrages interlinguistiques (VOSTFR). Ces derniers font l'objet d'une obligation à part entière mentionnée par l'article 32 du cinquième contrat de gestion. En outre, depuis 2019, la méthode de calcul inclut les multidiffusions. Le Collège constate que ces dernières expliquent en partie la hausse observée en 2020.

³⁷ Un rapport relatif aux freins techniques fut présenté et transmis au Collège d'autorisation et de contrôle du CSA le 20 mai 2021.

En effet, en primo-diffusion, les programmes diffusés avec des sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive représentent 2091 heures, soit 26% de la durée totale de programmes sous-titrés en 2020. Ce chiffre connaît une baisse de près de 46% par rapport à 2019 puisque parmi les 5.875 heures de programmes sous-titrés en 2019, 2820 heures étaient proposées en primo-diffusion (soit plus de 48%). Dès lors, le Collège souhaite rappeler la logique qui sous-tend la mise en œuvre du règlement du 17 juillet 2018, visant la plus grande diversité possible de programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience sensorielle.



Bilan par service linéaire**Rappel des obligations (2021 à 2023) en matière de sous-titrage adapté (article 22 du Règlement) et pourcentages réalisés (2019 et 2020)**

Chaînes	La Une	Tipik	La Trois
% réalisés en 2019*	56.69%	13.43%	17.99%
% réalisés en 2020**	59%	30.9%	15.95%
Obligations règlement 2021	47.5%	47.5%	17.5%
2022	71.25%	71.25%	26.25%
2023	95%	95%	35%

* Données issues du Rapport annuel 2019 sur l'Accessibilité des programmes.

** Données issues du Rapport annuel 2020 sur l'Accessibilité des programmes.

Comme pour l'exercice précédent, **La Une** est la chaîne diffusant le plus de programmes avec sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive (59%). En effet, la RTBF déclare avoir concentré ses efforts sur ce service, considéré comme « la chaîne généraliste de l'entreprise, celle qui récolte le plus d'audiences et qui compte le plus d'émissions d'information »³⁸. Depuis 2019, tous les programmes de la chaîne sont quotidiennement rendus accessibles au moyen de sous-titres, dès 14 heures. Dès lors, l'objectif fixé par le Règlement pour l'année 2021 est d'ores et déjà atteint depuis 2019. De plus, nous pouvons observer que la RTBF continue ses démarches pour augmenter progressivement le volume de programmes disposant de sous-titres adaptés sur La Une, puisque le pourcentage de programmes sous-titrés a augmenté de 4% entre 2019 et 2020.

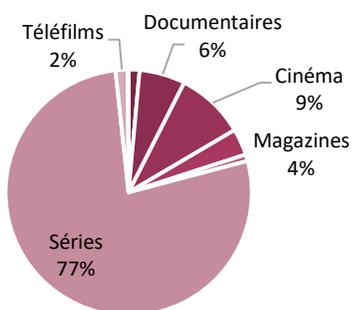
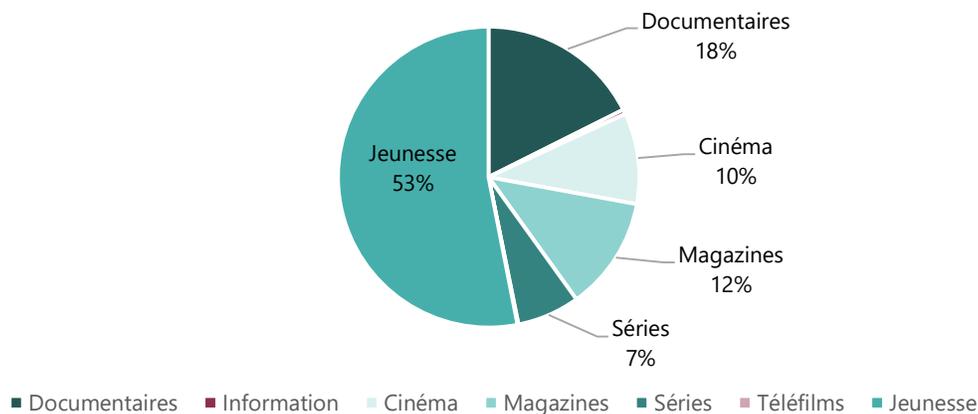
La Trois est proche d'atteindre les exigences mentionnées par le Règlement pour 2021 puisque le pourcentage de programmes sous-titrés à destination des personnes en situation de déficience auditive atteint 16% tandis que l'objectif est fixé à 17,5%. Néanmoins, nous notons une baisse du pourcentage de programmes rendus accessibles au moyen d'un sous-titrage adapté sur cette chaîne qui comptabilisait près de 18% de programmes rendus accessibles en 2019. Cette baisse est justifiée par la RTBF au regard des efforts fournis pour améliorer l'accessibilité de Tipik (anciennement La Deux). **Tipik** connaît en effet la plus forte progression en termes de programmes rendus accessibles en comptabilisant près de 31% des programmes disposant de sous-titrage adapté en 2020, soit une hausse de 130% depuis 2019.

Comme mentionné pour l'exercice 2019, La Trois propose toujours un grand nombre de programmes sous-titrés à destination du jeune public en situation de déficience auditive, dont des fictions (téléfilms, séries, cinéma) ainsi qu'un nouveau magazine scientifique « C'est toujours pas sorcier ». Toutes chaînes confondues, et à la différence des fictions et plus particulièrement des séries télévisées, les programmes

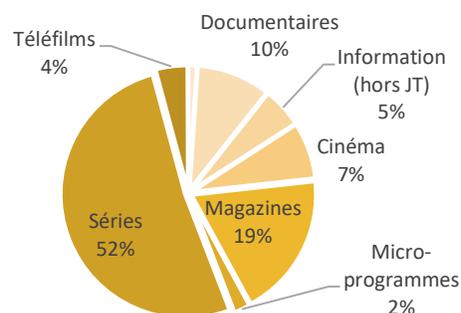
³⁸ Cf. Rapport annuel Accessibilité 2020 de la RTBF, daté du 16 février 2021.

de flux de divertissement (jeux, télé-crochets, talk-show) sont peu sous-titrés (1% sur La Une ainsi que sur Tipik).

La Trois - programmes sous-titrés en 2020 par genre



Tipik - programmes sous-titrés en 2020 par genre



La Une - programmes sous-titrés en 2020 par genre



Externalisation de la production et acquisition du sous-titrage à destination des personnes en situation de déficience auditive

Dès la fin de l'année 2019, la RTBF a entrepris des démarches afin de pouvoir externaliser la production des mesures d'accessibilité, et notamment des sous-titres, jusqu'alors confiée à la Cellule Access de la RTBF. Ainsi, depuis le 1^{er} octobre 2020 et à l'issue d'un marché public, la RTBF sous-traite la production du sous-titrage adapté de ses programmes à la société Dreamwall. Outre le journal télévisé et la météo diffusés quotidiennement avec un sous-titrage adapté, Dreamwall a notamment sous-titré en 2020 les programmes suivants, diffusés principalement sur « La Une » : les magazines « Investigation » et « C'est du belge » ; « Jeudi en prime » ; « Le Jardin extraordinaire » ; « Une brique dans le ventre » ainsi que divers documentaires.

Par ailleurs, en 2020, la RTBF poursuit sa politique d'achat de sous-titrages auprès d'autres éditeurs francophones avec lesquels elle conclut des acquisitions des programmes, tels que FranceTV, Swiss TxT (RTS) et TF1. Ces partenariats avaient permis d'augmenter, dès mai 2019, la quantité de programmes accompagnés de sous-titrage adapté.

Bilan sur le non-linéaire

Sur Auvio, la RTBF déclare avoir mis à disposition 5.356 programmes disposant de sous-titres adaptés en 2020, soit environ 6,5% du catalogue, selon les données fournies par la RTBF³⁹. L'obligation de moyen fixée pour 2021 en matière d'accessibilité des contenus disponibles à la demande s'élève à 12,5% du catalogue.

Par ailleurs, la RTBF déclare que les programmes diffusés en linéaire avec des sous-titres adaptés sont diffusés avec les mêmes pistes de sous-titrage adapté sur les plateformes digitales. Néanmoins, au regard de monitorings effectués dans le cadre du contrôle, le Collège constate que les pistes de sous-titres adaptés disponibles sur AUVIO ne respectent pas systématiquement le code couleur figurant à l'article 8. 2° de la Charte du Collège d'Avis du 26 novembre 2019 alors même que le code couleur est bien utilisé lors de la diffusion sur les services linéaires de la RTBF.

Traduction gestuelle

La RTBF déclare que son JT de 19h30 est interprété en langue des signes française de Belgique (LSFB) et diffusé en direct sur Auvio et en différé au plus tard dans les 30 minutes sur Auvio ou sur d'autres canaux télévisuels. Le journal avec interprétation en langue des signes est également diffusé quotidiennement à 20h30, sur La Trois. Le JT à destination du public jeune « Les Niouzz » est également rendu accessible en langue des signes et diffusé sur Auvio à 18h30 et à 18h50 sur La Trois.

La RTBF déclare que ceci représente 366 éditions du JT et 187 éditions du JT jeunesse en 2020.

Les autres programmes interprétés diffusés en 2020 sont :

- Les éditions spéciales liées aux décisions du Comité national de sécurité et des comités de concertation en rapport avec la crise sanitaire ; si ces conférences de presse étaient déjà interprétées par les services du gouvernement fédéral, la RTBF a choisi de traduire en LSFB l'entièreté de ces éditions spéciales qui visaient à expliquer les impacts et enjeux des mesures, et ce afin de garantir l'accès des personnes en situation de déficience auditive aux informations d'intérêt général. Ces éditions spéciales avec traduction gestuelle furent exclusivement diffusées sur Auvio. Elles représentent près de 30 heures de programmes, en direct. Interrogée à ce sujet, la RTBF explique ce choix par la volonté de (i) limiter les perturbations sur les grilles de programmes de ses services linéaires, déjà bouleversés par ces éditions spéciales, et de (ii)

³⁹ Annexe 6 du Rapport annuel 2020 comptabilisant 8.4377 programmes en VOD.

« renforcer l'usage de sa plateforme Auvio pour la mise à disposition de l'accessibilité vers ses publics »⁴⁰.

Audiodescription

En 2020, la RTBF a diffusé près de 102 heures de programmes audiodécrits soit une hausse de près de 100% depuis 2019. Cela représente environ 70 programmes audiodécrits en 2020 dont 34 heures de contenus inédits.

Bien que significative, cette hausse doit être relativisée au regard des objectifs fixés par le Règlement. En effet, ce chiffre tient compte des diffusions de programmes audiodécrits 24 heures sur 24 et non exclusivement durant les heures de grande écoute (à savoir, entre 13h et 24h⁴¹). Par ailleurs, les projections effectuées par la RTBF indiquent que ce chiffre doit augmenter de près de 2000% d'ici 2023 pour atteindre les objectifs fixés par le règlement (soit 25% des fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h avec une audiodescription). Le Collège prend acte des difficultés relayées par la RTBF en matière d'audiodescription, tant en termes d'acquisition auprès des partenaires francophones, qu'en termes de délais de production et du choix des contenus à audiodécrire. Une réunion de travail entre les équipes « accessibilité » de la RTBF et les services du CSA est prévue début 2022 pour traiter ce point. Le Collège constate par ailleurs les efforts entrepris par la RTBF pour augmenter le pourcentage de fictions et documentaires audiodécrits notamment en matière (i) de communication et de sensibilisation du personnel de la RTBF et (ii) d'adaptation des logiciels.

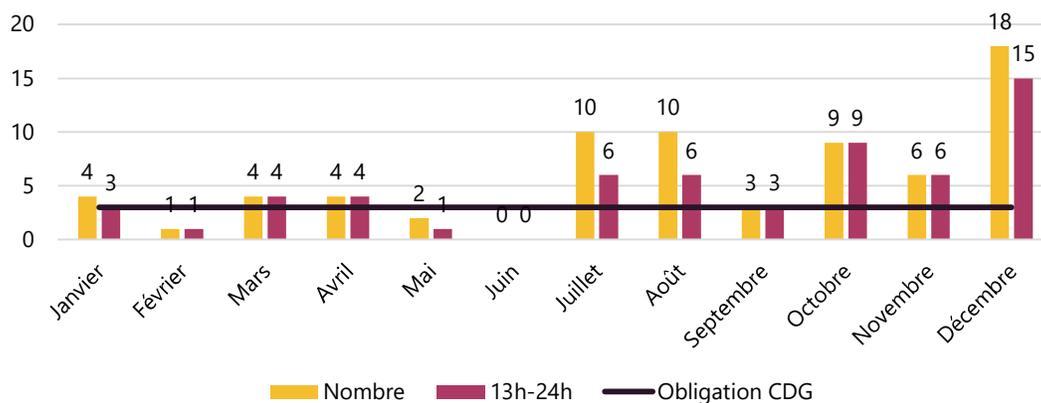
En outre, en 2020 comme en 2019, la RTBF a pris le parti de privilégier une programmation cohérente de ses séries audiodécrites plutôt que le respect strict de ses engagements (3 audiodescriptions par mois). En moyenne, la RTBF a donc diffusé près de 6 fictions par mois bien que les mois de février, mai et juin comptabilisent moins de 3 fictions par mois. Cette répartition est justifiée par la RTBF au regard des difficultés d'acquisition des versions audiodécrites auprès de TF1 durant la période de confinement. Dès lors, si la RTBF n'a pas diffusé *stricto sensu* 3 fictions audiodécrites par mois, l'obligation est rencontrée lorsqu'on considère que l'obligation équivaut à 36 fictions audiodécrites par an.

De plus, considérant la contradiction entre les obligations du Règlement et celles mentionnées au sein de l'article 25.4 du Contrat de gestion, la RTBF a choisi dès 2019 de ne pas tenir compte des quotas mensuels pour adopter une logique annuelle, conforme au Règlement.

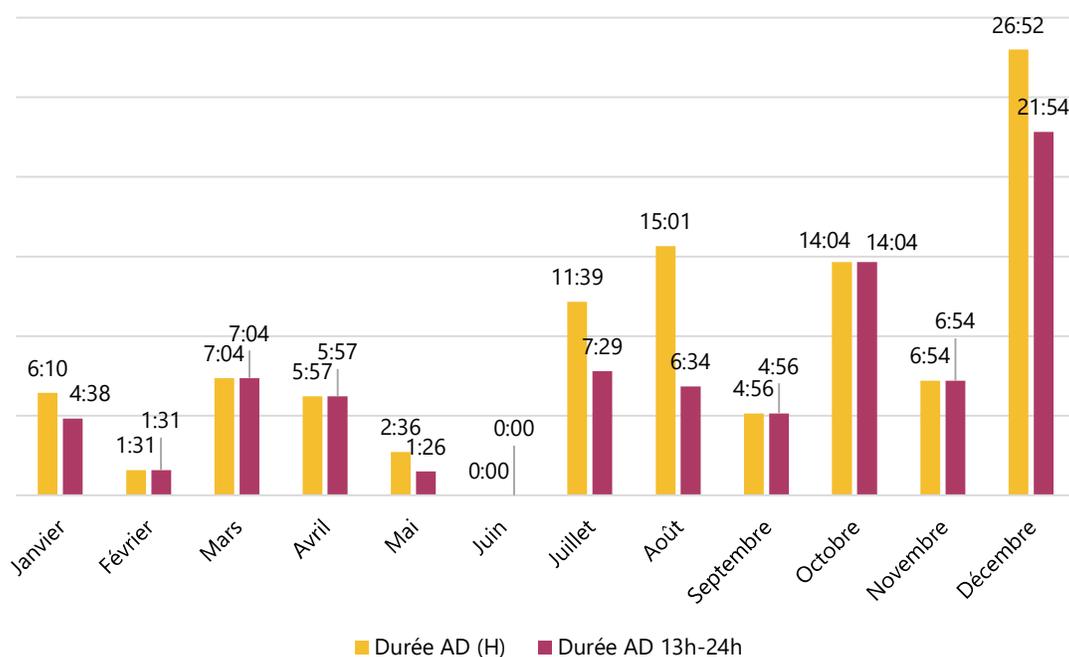
⁴⁰ Extrait des réponses aux questions complémentaires du CSA par l'éditeur : « Auvio récolte de plus en plus de succès auprès de nos publics. Le public souffrant de déficience auditive est également habitué à ce type de plateforme, souvent adepte de plateforme de streaming comme Netflix. La RTBF souhaite ainsi renforcer l'usage d'Auvio pour la mise à disposition de l'accessibilité vers ses publics. »

⁴¹ Article 1^{er} du Règlement relatif à l'accessibilité des programmes du 17 juillet 2018.

Programmes audiodécrits diffusés sur les services télévisuels de la RTBF - 2020



Durée (en heures) des programmes audiodécrits diffusés en 2020 sur les services télévisuels de la RTBF



Les graphiques ci-dessus montrent les durées de diffusion des programmes audiodécrits, toutes chaînes confondues, d'une part en comptabilisant tous les programmes diffusés tout au long de la journée, d'autre part en limitant la comptabilisation aux programmes visés par les articles 4 §1 2° du Règlement du 18 juillet 2018, à savoir les fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h. En 2020, 13 programmes ont été diffusés avec audiodescription avant 13h. Ces derniers ne seraient pas comptabilisables dans le calcul des quotas relatifs aux obligations du Règlement de 2018. Le volume total de programmes audiodécrits diffusés durant les heures de grande écoute s'élève donc finalement à 85 heures, soit 1.62% des programmes visés par le Règlement.

Le CAC relève par ailleurs la collaboration de la RTBF avec la Ligue Braille à l'occasion de son 100^{ème} anniversaire qui a conduit à la production d'un spot de promotion de l'audiodescription, expliquant également comment l'activer sur les décodeurs. Ce spot fut diffusé en amont des programmes audiodécrits diffusés par la RTBF, dont la série "Invisible", diffusée dès novembre 2020.

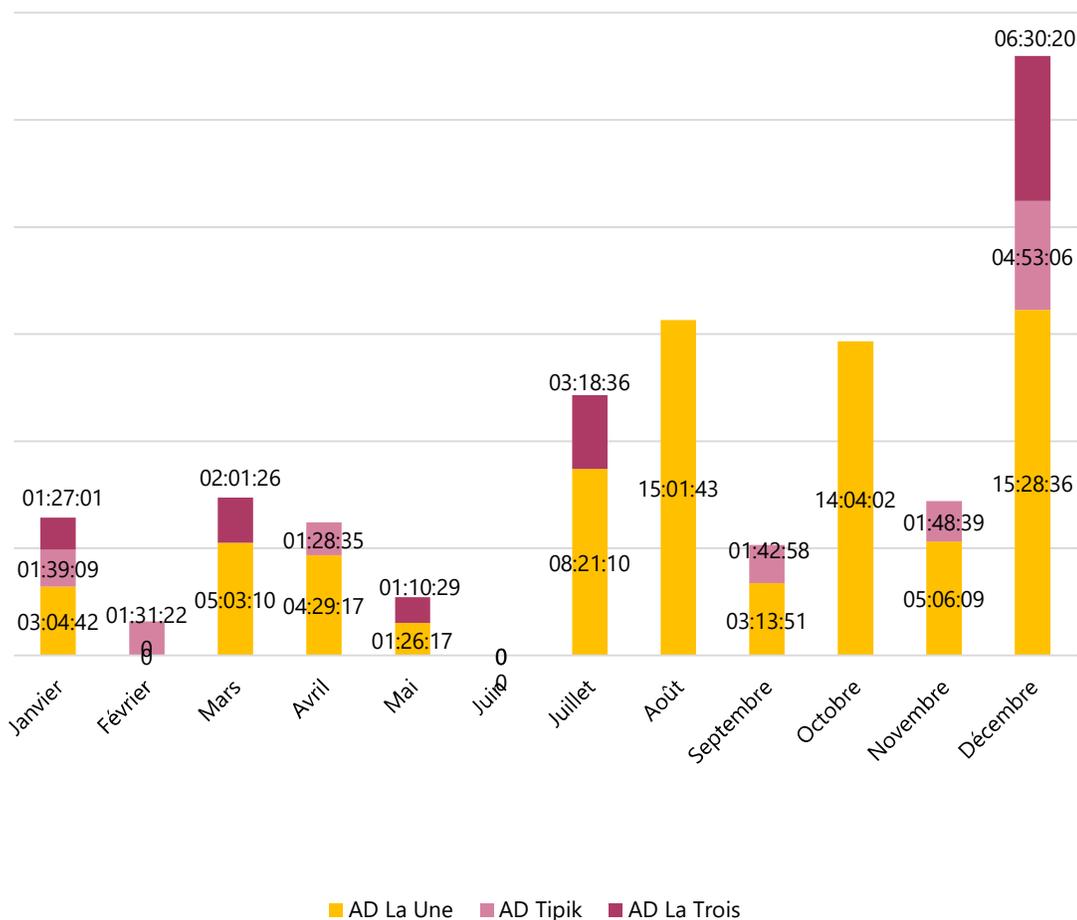
Bilan de l'audiodescription par service linéaire

La Une est la chaîne qui a diffusé le plus de programmes audiodécrits en 2020, soit plus de 75 heures. Tipik et La Trois cumulent respectivement plus de 13 heures et 14 heures de programmes audiodécrits en 2020. La RTBF a notamment diffusé la série belge « Invisible » avec une audiodescription ainsi qu'un sous-titrage adapté sur La Une. L'entièreté des épisodes rendus accessibles sont disponibles sur la plateforme Auvio.

Outre la proportion importante de programme audiodécrits diffusé sur "la Une", le graphique ci-dessous montre une tendance à la hausse commune aux trois chaînes, malgré l'irrégularité des diffusions.

Si les objectifs énoncés par le cinquième contrat de gestion de la RTBF sont respectés, les objectifs fixés pour 2021 par le Règlement sont loin d'être atteints.

Durée des audiodescriptions diffusées par services et par mois (en heures)



Analyse des résultats d'après les obligations du Règlement

Toutes chaînes confondues	En heures de programmes	En pourcentage
Fictions 13-24h - 2020	5846 (total)	
Fictions AD 13-24h - 2020	85	1.62%
Objectif 2021	566	12.5% (La Une et Tipik)
Objectif 2022	852	18.75% (La Une et Tipik)
Objectif 2023	1136	25% (La Une et Tipik)

En effet, au regard de ces chiffres, la RTBF souligne les difficultés rencontrées pour tendre vers les objectifs fixés par le Règlement, dans les délais impartis : +2000% en 4 ans. Les efforts restant à fournir sont donc considérables, tant en termes de coûts que d'organisation puisqu'une des difficultés relevées par la RTBF concerne les délais de production nécessaires à la réalisation d'une audiodescription de qualité. Un délai de 4 à 6 semaines est nécessaire pour audiodécrire un contenu alors même que la RTBF déclare recevoir les « fichiers prêts à diffuser » au plus tôt 1 semaine avant la diffusion.

Par ailleurs, la RTBF s'est également vue confrontée en 2020 à la suspension temporaire du marché public relatif à l'audiodescription, pour des raisons juridiques, ce qui a limité les possibilités de production d'audiodescription.

De ce fait, l'acquisition de ces versions à destination du public en situation de déficience auprès des partenaires francophones fut privilégiée. Cependant et malgré les difficultés évoquées par la RTBF pour acquérir des versions audiodécrites déjà produites, au regard de leur grille de programmes établies, le Collège estime que la politique d'achat de la RTBF en matière d'audiodescription auprès de ses partenaires francophones pourrait être développée et rappelle que les programmes dont l'audiodescription est acquise seront comptabilisés au même titre que les versions produites par l'éditeur lui-même, pour autant qu'elles respectent les critères de qualité énoncés par la Charte du 26 novembre 2019. Une politique d'acquisition plus élargie semble dès lors appropriée afin d'augmenter significativement le volume de programme audiodécrits diffusé aux heures de grande écoute sur les services linéaires et notamment durant les après-midis.

Bilan de l'audiodescription sur le non-linéaire

Les versions audiodécrites diffusées en linéaire sur les services de la RTBF sont en principe rendues disponibles sur Auvio. Cependant, au regard des données issues du Rapport annuel de la RTBF⁴² pour l'exercice 2020, seuls 50% des programmes audiodécrits en 2020 furent disponibles en non-linéaire.

Le Collège constate par ailleurs que la RTBF a facilité l'identification de la piste d'audiodescription sur le lecteur vidéo d'Auvio. Celle-ci était dénommée « fsm » et difficilement reconnaissable par le public cible. A ce jour, la piste d'audiodescription est clairement identifiée comme telle. L'obligation mentionnée par l'article 17 du Règlement relatif à l'accessibilité des programmes est donc désormais rencontrée.

Accessibilité du site

L'article 40.2 a) du contrat de gestion indique que « *la RTBF rend certaines parties de son site internet accessible, et pour les parties qui peuvent l'être, cherche à obtenir le label « anysurfer » et à développer ses nouvelles applications en cherchant à tendre vers ce label, notamment en proposant un outil Text to Speech permettant une lecture orale des articles d'information publiés sur son site internet* ». Dès lors, la RTBF s'attache à respecter certaines directives propres au label belge « anysurfer »⁴³ garantissant la qualité des sites accessibles, qui ne sont néanmoins plus utilisés au profit des normes WCAG 2.1. Pour ce faire, la RTBF a conclu un contrat de consultance avec le label anysurfer chargé de vérifier l'accessibilité des pages des sites et applications de la RTBF. Malgré les coûts conséquents engendrés par la mise en œuvre de l'accessibilité pour l'ensemble des contenus audios et vidéos, la RTBF témoigne aujourd'hui d'une « volonté de tout mettre en place pour faciliter l'accès aux contenus vidéos » sur leurs sites. Plusieurs actions ont été mises en place à ce jour pour améliorer l'accessibilité numérique des sites de la RTBF, dont la désignation d'une personne de référence, le choix d'un nouveau prestataire répondant aux normes internationales, la formation de ses équipes, ainsi que la réalisation d'audits simplifiés des sites par une entreprise spécialisée. La RTBF s'engage également à rédiger et publier une déclaration d'accessibilité qui sera mise en ligne sur leurs sites au cours du dernier trimestre 2021.

Actuellement et outre la possibilité d'activer des sous-titres (directive 2.5.3), à condition qu'ils soient disponibles, et la possibilité d'utiliser un logiciel permettant la lecture des pages web, à destination des personnes en situation de déficience visuelle (directive 2.5.2), la RTBF propose la fonctionnalité « Text2speech » sur ses pages articles, permettant l'accès aux informations textuelles via le canal audio. Une fonctionnalité « pause » permet de stopper les défilements et d'améliorer l'expérience d'utilisation des personnes épileptiques (directive 3.3.2). Par ailleurs, la RTBF déclare remplir 17 autres critères parmi les 40 précédemment exigés par le label⁴⁴, à savoir :

Pour la navigation :

- Le clavier peut être utilisé, notamment les touches *TAB* et *ENTER*, pour naviguer sur une partie du site. Cela doit également inclure une mise en évidence de l'emplacement de l'utilisateur sur

⁴² Annexes 1a, 1b, 1c, et 6.

⁴³ <https://www.anysurfer.be/fr>

⁴⁴ Depuis le 1er janvier 2019, les directives énoncées par la RTBF ne sont plus utilisées pour réaliser les audits préalables à l'obtention du label. Le label utilise désormais les Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) version 2.1. (<https://www.anysurfer.be/fr/en-pratique/directives>"<https://www.anysurfer.be/fr/en-pratique/directives>)

la page. De même, l'ordre de tabulation doit être logique et prévisible pour faciliter la navigation. La RTBF estime que 50% de ses sites disposent de cette fonctionnalité.

- Les hyperliens des sites sont significatifs dans leur contexte. Concrètement, aucun lien « lire plus », « cliquez ici », ou encore « télécharger » ne doit apparaître, à moins qu'ils soient intégrés dans une phrase, une liste ou un tableau.

Concernant le contenu :

- La RTBF déclare respecter la directive selon laquelle le code source est conforme à la spécification du langage utilisé et ce afin de favoriser l'interopérabilité et ainsi l'accessibilité.
- Chaque page possède un titre significatif qui résume son contenu ou sa nature, et comprend le nom du site, et ce afin de faciliter la navigation de l'utilisateur.
- La langue principale de chaque page doit être indiquée pour faciliter la lecture des outils d'accessibilité.
- Chaque image, y compris cliquable, et bouton de formulaire doivent posséder un attribut *alt*, composé de 80 caractères maximum, qui permettra de fournir une description sommaire du contenu qui pourra alors être transmise par des outils tels que les lecteurs d'écran.
- Les images d'arrière-plan qui contiennent de l'information ont une variante accessible.
- Les fichiers audio et vidéo sont annoncés par quelques mots d'introduction afin de permettre à l'utilisateur qui n'y a pas accès d'en connaître le contenu.
- Comme le stipulent les directives du label, les sons, fonds sonores et autres musiques, ne démarrent pas automatiquement lors des changements de page, laissant toute liberté à l'utilisateur.

Relativement à la mise en forme :

- Les lettres et espaces doivent être utilisés de manière conventionnelle et non pour créer un effet visuel et/ou stylistique, et ce afin de favoriser la compréhension lorsqu'on doit recourir à un lecteur d'écran.
- Le contenu des pages doit suivre un ordre logique afin de faciliter l'utilisation des outils de lecture d'écran.
- Les textes et images (vidéos, animations, jeux, diaporama...exception faite des publicités) ne peuvent clignoter plus de 3 fois par seconde afin de préserver le confort de navigation des personnes qui souffrent d'épilepsie photosensible. Comme mentionné ci-dessus, la RTBF a également prévu un bouton « stop » pour pouvoir stopper les défilements.

En matière d'interactivité :

- Les intitulés des champs à remplir au sein des formulaires sont clairement identifiés et facilitent l'utilisation des lecteurs d'écran.
- Chaque formulaire doit disposer d'un bouton d'envoi visible activable au moyen de la souris et du clavier, de même pour les listes déroulantes : les utilisateurs doivent pouvoir confirmer leur choix.
- Les erreurs lors du remplissage des champs du formulaire sont indiquées et expliquées par du texte, et pas seulement au moyen d'une couleur comme le rouge, lors de la validation des formulaires.

- Les actions ne peuvent pas être strictement liées à des contraintes de temps afin de permettre aux utilisateurs en situation de déficience visuelle, mentale ou moteur d'exécuter l'action désirée.

Ces différents critères qui étaient déjà d'application en 2019 viennent renforcer les exigences d'accessibilité à destination des personnes en situation de déficience visuelle, en facilitant leur accès aux médias audiovisuels via un environnement numérique interactif. La RTBF a également adapté ses sites de sorte que ces dernières puissent aisément recourir à des logiciels de lecture.

Si cette initiative est à souligner, l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience visuelle ne pourra se limiter à l'accessibilité des sites. En effet, si les résultats en matière de sous-titrage adapté sont encourageants, les efforts entrepris pour augmenter le pourcentage de fictions et documentaires audiodécrits doivent être intensifiés pour atteindre les objectifs prévus dès 2021.

Communication sur les programmes rendus accessibles

Le règlement relatif à l'accessibilité des programmes prévoit, au sein de son chapitre 4 et des articles 15, 16 et 18, des obligations de communication sur les programmes rendus accessibles.

En matière de communication envers le public en situation de déficience visuelle, la RTBF respecte l'obligation d'identifier les programmes audiodécrits par une mention sonore au sein des bandes annonces et au début du programme depuis 2020.

Par ailleurs, la RTBF poursuit ses contacts réguliers avec la Ligue Braille afin de répondre à la demande des accompagnants des personnes en situation de déficience visuelle, d'être informés de la diffusion de ses programmes. Depuis janvier 2021, les services du CSA sont mis en copie de ces mails et informés au préalable des audiodescriptions qui seront diffusées sur les services de la RTBF.

- Le guide TV :

Les programmes sous-titrés à destination des personnes en situation de déficience auditive sont identifiables sur le guide TV⁴⁵ au moyen du pictogramme ad-hoc . De plus, une fonction permet de filtrer les programmes et de ne rendre visibles que ceux qui disposent de sous-titres. Le sigle  est également présent sur le guide TV pour les programmes qui disposent d'une piste d'audiodescription. Depuis la fin de l'année 2020, la fonctionnalité de filtre pour les versions audiodécrites permet également de visualiser rapidement quels programmes sont rendus accessibles pour les personnes en situation de déficience visuelle.

- Auvio :

Sur Auvio, le sigle pour indiquer la présence des sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive a été ajouté. Bien qu'il faille toujours cliquer sur la miniature du programme ou se référer en amont au guide TV pour s'assurer de leur présence, le sigle apparaît dorénavant sous le lecteur vidéo, à côté de la date de publication, de la durée du programme et de sa disponibilité sur la plateforme. Il est en des même pour le pictogramme relatif à l'audiodescription.

Les programmes audiodécrits sont dorénavant identifiés par le pictogramme et la piste figure sous une dénomination sans équivoque au sein des paramètres de réglage audio : « français – audio description

⁴⁵ <https://www.rtbef.be/tv/guide-tv>.

». L'accès aux programmes audiodécrits et la communication envers le public malvoyant fut donc amélioré par la RTBF qui a fait preuve de réactivité et de volonté d'amélioration en la matière.

AVIS

Le Collège constate que la RTBF continue de développer l'accessibilité de ses programmes afin d'atteindre progressivement les objectifs du Règlement dont un premier palier d'obligations sera contrôlé sur l'exercice 2021. Les résultats en matière de sous-titrage à destination des personnes en situation de déficience auditive sont encourageants et prometteurs pour les trois services de la RTBF.

Les obligations en matière de traduction gestuelle du journal télévisé de début de soirée et du journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse sont rencontrées. Le Collège souligne l'initiative de la RTBF d'interpréter les informations d'intérêt générale liées à la crise sanitaire en langue des signes sur sa plateforme Auvio.

Les obligations actuelles en matière d'audiodescription sont rencontrées mais les efforts restant à accomplir pour approcher les objectifs fixés à l'horizon 2021 restent considérables. Le Collège encourage la RTBF à poursuivre et intensifier les efforts entrepris pour dépasser les difficultés dont elle fait état pour faire produire et surtout pour acquérir les versions audiodécrites des programmes qu'elle diffuse.

Nonobstant les efforts accomplis par l'éditeur en 2020, concernant d'une part la politique d'acquisition des mesures d'accessibilité sur le marché francophone et d'autre part l'accessibilité des informations liées aux mesures sanitaires, le Collège d'autorisation et de contrôle lui rappelle l'augmentation progressive des exigences quantitatives prévues par le nouveau Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle, particulièrement en matière d'audiodescription. Bien que conscients des difficultés rencontrées par l'éditeur en la matière, tous les moyens doivent être mis en œuvre afin de répondre aux exigences visant l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle.

ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ

CONTEXTE

L'article 63 du contrat de gestion de la RTBF stipule que « *la RTBF veille à l'absence de toute discrimination dans sa gestion des ressources humaines et met en œuvre un plan relatif à la diversité au sein de son personnel, basé sur le concept de diversité inclusive et relatif également à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein, tant pour le recrutement que pour la gestion de carrière, notamment afin d'augmenter progressivement le nombre de femmes dans les fonctions de responsabilité et managériales ainsi que dans les fonctions à forte visibilité* ».

Plus particulièrement, le contrat de gestion définit quatre axes s'agissant de l'égalité et de la diversité : mettre en œuvre un plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel ; désigner un référent interne chargé de l'égalité hommes-femmes et de la diversité ; adopter la Charte de l'UER sur l'égalité des chances ; soutenir toute initiative visant à renforcer pratiquement la diversité inclusive dans ses services audiovisuels et inciter son personnel en ce sens. Il prévoit également que le plan relatif à la diversité et à l'égalité des femmes et des hommes fasse l'objet d'une évaluation annuelle.

2019⁴⁶

Pour l'exercice 2019, l'éditeur communiquait des données quantitatives et qualitatives sur les quatre axes énoncés par le contrat de gestion concernant le plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes. Il fournissait ensuite des données chiffrées sur le personnel et son évolution. Enfin, il déclarait avoir centré ses actions 2019 notamment sur les points suivants : Baromètre trimestriel égalité-diversité ; création des « Grenades » ; création d'une brochure qui reprend différents concepts pour améliorer la représentation des femmes dans les contenus, en partenariat avec Media Animation, poursuite du Media School Day et du travail autour de la création d'un réseau de journalistes et d'expertes.

BILAN

Quatre axes du contrat de gestion

S'agissant de l'exercice 2020, l'éditeur rappelle qu'un Plan annuel diversité – égalité a été approuvé par le Conseil d'administration en mars 2020. Un premier état des lieux de suivi a été présenté le 4 décembre 2020 au COMEX. Il est indiqué que l'évaluation annuelle aura lieu en COMEX et CA en mars 2021.

Il communique ensuite ses actions sur les quatre axes énoncés par le contrat de gestion concernant le plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, en l'occurrence : l'identification des talents, la formation et la sensibilisation, la promotion de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle et le référent interne à l'égalité des chances, égalité entre les femmes et les hommes, et de la diversité.

⁴⁶ S'agissant des actions menées de 2012 à 2018 voyez l'Avis du Collège d'autorisation et de contrôle relatif à l'exercice 2019 : <https://www.csa.be/document/avis-rtbf-2019/>

1) L'identification des talents :

La RTBF déclare que les engagements/recrutements externes en 2020 étaient composés à 47 % de femmes et 53 % d'hommes. Dans ce contexte l'éditeur explique, comme l'année précédente, avoir mis en place une plateforme d'accompagnement RH. Celle-ci comprend différents trajets de mobilité afin de soutenir la mobilité interne : un trajet de mobilité préexistant (composé de sessions de coaching et d'ateliers) et deux nouveaux trajets : trajet Nouvel Elan Professionnel, et Accompagnement à la reprise du travail après une maladie de longue durée.

S'agissant du trajet pré-existant, l'éditeur déclare : « Depuis son lancement fin 2017 et jusqu'au 31/12/2020 : 156 personnes ont bénéficié du trajet mobilité interne. 64 % des participant.e.s sont des femmes et 26 % ont déjà changé de fonction (dont 68 % sont des femmes) ». La lecture de ces données nous permet d'établir le tableau suivant :

Trajet de mobilité	Hommes	Femmes	TOTAL
Participant.e.s	56,16 (36%)	99,84 (64%)	156 (100%)
Changement de fonction	12,97 (32%)	27,58 (68%)	40,56 (soit 26 % de 156 personnes)

Source : CSA sur la base des données communiquées par la RTBF in Rapport annuel CSA, p. 107.

Soit :

- Proportion de changement de fonction parmi les hommes participants = 23,09 % (12,97/56,16* 100)
- Proportion de changement de fonction parmi les femmes participantes = 27,62 % (27,58/99,84 * 100)

L'analyse des données par genre met ainsi en exergue que les femmes sont un peu plus nombreuses que les hommes à avoir effectivement changé de fonction à l'issue du processus. Cela correspond à ce que l'on avait préalablement remarqué lors de l'exercice précédent. En effet, les données communiquées pour la période fin 2017 jusqu'au 31/12/19 mettaient en exergue que les hommes (avec 18,95%) étaient légèrement moins nombreux que les femmes (27,09%) à avoir effectivement changé de fonction à l'issue du processus.

Les données ne mettent pas en avant les fonctions ou niveaux hiérarchiques vers lesquels les hommes et les femmes ont été orientés à l'issue du processus, ni la situation des personnes qui n'ont pas changé de fonction / ne sont pas réorientées.

S'agissant des deux nouveaux trajets de mobilité : le premier vise à donner un nouvel élan professionnel aux membres du personnel ayant une longue expérience, notamment dans le cadre d'un environnement de travail en transformation, mais il a été suspendu compte tenu de la situation sanitaire ; le second entend accompagner la reprise du travail après une maladie de longue durée.

L'éditeur explique enfin la composition des jurys de sélection (378 membres) et spécifie les axes de la politique RH en matière de mobilité et recrutements (pluralité des canaux de diffusion, grille de sélection par poste, utilisation de l'écriture inclusive).

Dans le cadre d'une question complémentaire, la RTBF précise qu'« *une attention particulière est portée à la mixité hommes / femmes à parts égales dans les Jurys, autant que possible. Toutefois, il est à noter que dans chaque Jury, la présence indispensable du manager, du RH recruteur et de certains experts ne permettent pas systématiquement une proportion hommes et femmes à parts égales* ».

2) La formation du personnel et la sensibilisation :

S'agissant des formations du personnel, l'éditeur déclare que la RTBF Academy a organisé, en 2020, 206 programmes de formation (240 programmes pour l'exercice 2019). 57 % des participant.e.s étaient des hommes et 43 % étaient des femmes.

En termes de formation : des sessions d'information 'midi de la diversité' ou formations aux biais inconscients ont été réalisées (l'éditeur déclare toutefois que « *les conditions particulières de cette année n'ont pas permis de maintenir un nombre aussi élevé que les années précédentes* ») ; les ressources humaines, les personnes de confiance et le service interne de prévention et de protection ont été formés aux lois anti-discrimination.

En termes de sensibilisation : un groupe de travail et d'échange sur la place des femmes dans l'entreprise et dans les contenus a été mis en place, ainsi qu'une conférence d'Angela Henshall sur la campagne 50/50 de la BBC.

Un processus de réflexion globale à l'Info sport sur les valeurs éditoriales et l'application du projet 50/50 a été lancé.

La RTBF n'a pas communiqué de données chiffrées concernant les participant.e.s aux formations et ateliers en 2020. Elle nous a précisé, dans le cadre d'une question complémentaire, qu'« *en raison du confinement et de la nécessité de donner ses formations en présentiel, une dizaine de personnes ont été formées en 2020 sur les stéréotypes de genre et biais inconscients* ».

Enfin, l'éditeur fournit des données concernant la formation des managers : 80 managers et 13 responsables de ressources humaines ont suivi un trajet de formation « leader coach » ; mise en place d'un nouveau trajet « Devenir manager » qui inclut un module sur les biais inconscients.

3) L'équilibre vie privée/vie professionnelle :

En matière d'équilibre entre la vie professionnelle et la vie-privée, les actions de l'éditeur se sont déroulées autour de trois axes :

- Le travail à distance

En préalable, la RTBF précise qu'un protocole d'accord a été signé début 2020 avec les partenaires sociaux et a conduit à la signature d'une convention de travail à domicile de 1 jour/semaine. Le protocole a évolué afin de pouvoir aboutir à la possibilité de 2 Jours de télétravail.

Compte tenu de la situation sanitaire, le travail à domicile a été généralisé pour une partie de la RTBF. La RTBF a mis en place un accompagnement pour les managers et les collaborateurs par RTBF Academy avec des formations spécifiques : management à distance ; gestion du temps et du stress ; bonnes pratiques en télétravail ; cohésion d'équipe ; déconfinement et stress.

- Une charte de la déconnexion : une charte relative au droit à la déconnexion.
- La poursuite de la politique de soutien aux parents : via la crèche *Babymédia* et l'ASBL Œuvres sociales de la RTBF.

4) Le référent interne chargé de l'égalité hommes-femmes et de la diversité

L'éditeur rappelle qu'une personne au sein de la RTBF est « Chargée du Projet diversité et égalité des chances ». Sa mission est de mettre en place une stratégie de développement de la diversité inclusive et de l'égalité des chances.

Données chiffrées sur le personnel et son évolution

➤ **Ensemble du personnel de la RTBF**

S'agissant du plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel, l'éditeur fait parvenir des données chiffrées sur l'évolution 2016-2020 de la proportion de femmes au sein du personnel de la RTBF ; du Comité de direction et des N-1/N-2 d'un membre du Comité de Direction ; des recrutements et des personnes bénéficiant d'une formation.

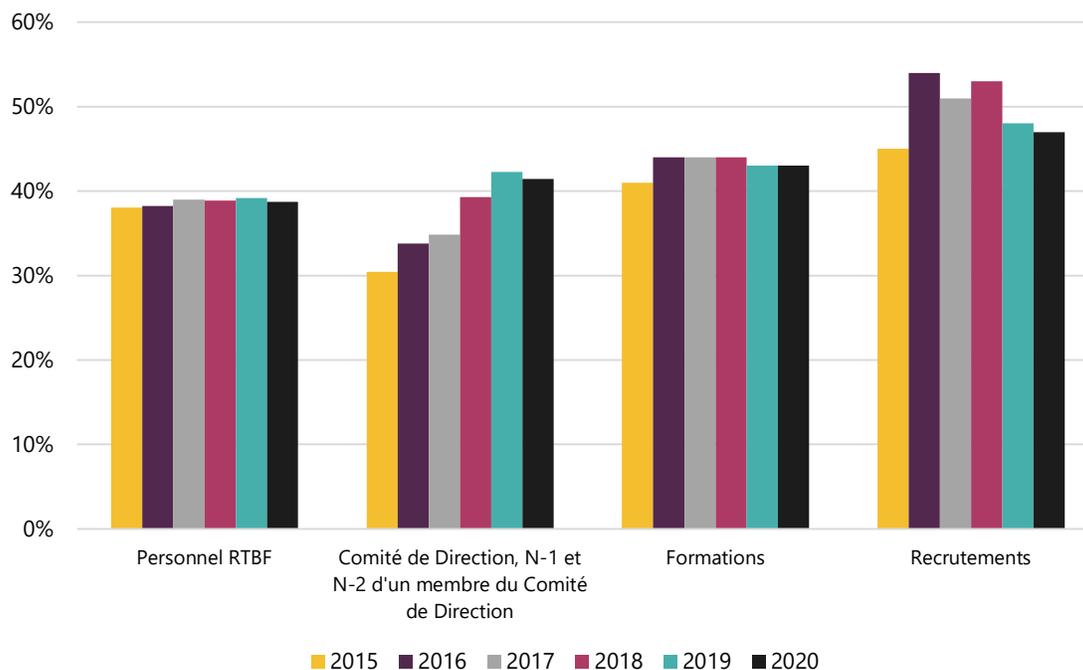
- Ainsi, en 2020 l'éditeur déclare que ses recrutements étaient composés à 47 % de femmes. C'est une proportion supérieure à la répartition de ses effectifs par genre. Ceux-ci sont en effet composés de **38,72%** de femmes en 2020.
- La proportion de femmes dans les recrutements connaît une légère diminution entre 2019 et 2020 : de 48% à **47%**.
- La répartition du personnel de l'éditeur par genre est assez stable dans le temps, de 39,21% de femmes en 2019 à 38,72% en 2020.

Interrogée dans le cadre des questions complémentaires sur la réduction du nombre de femmes engagées entre 2016 et 2020 (54% à 47%), la RTBF précise que « *Les variations s'expliquent par le type de fonctions à pourvoir pouvant varier d'une année à l'autre. Certains métiers sont davantage prisés par les hommes que par les femmes (par exemple certains métiers en Technologies, Production, Finances, Facilités). A titre d'exemple, dans le cadre des engagements avec appel à candidature : En 2016, 28% des engagements concernaient des fonctions en Technologies, Production, Facilités et Finances. En 2020, 47 % des engagements concernaient des fonctions liées aux métiers des technologies, Production, Facilités et Finances.* »

➤ **Fonctions managériales**

- Concernant la proportion de femmes dans les fonctions managériales, l'éditeur agrège les données et déclare que les membres du Comité de direction et les N-1/N-2 d'un membre du Comité de direction sont à 41,43% de femmes en 2020. Il s'agit d'une diminution de 0,85% de 2019 à 2020. Si l'on se fixe exclusivement sur les membres du Comité exécutif, on observe qu'il composé en 2020 de 3 femmes (42,85%) et 4 hommes. Au cours de l'exercice précédent, il était composé de 5 hommes pour 2 femmes (28,57%), On compte donc une femme supplémentaire au sein du comité d'exécutif.

Proportion de femmes dans les ressources humaines (2015-2020)



Source : RTBF, Rapport annuel CSA ex. 2020, p.106 et avis annuel du CSA pour l'exercice 2015.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Personnel RTBF	38,05%	38,24%	38,97%	38,87%	39,21%	38,72%
Comité de Direction, N-1 et N-2 d'un membre du Comité de Direction	30,46%	33,77%	34,84%	39,29%	42,28%	41,43%
Formations	41%	44%	44%	44%	43%	43%
Recrutements	45%	54%	51%	53%	48%	47%

Source : RTBF, Rapport annuel CSA ex. 2020, p.106 et avis annuel du CSA pour l'exercice 2015.

➤ **Données complémentaires concernant la répartition hommes/femmes**

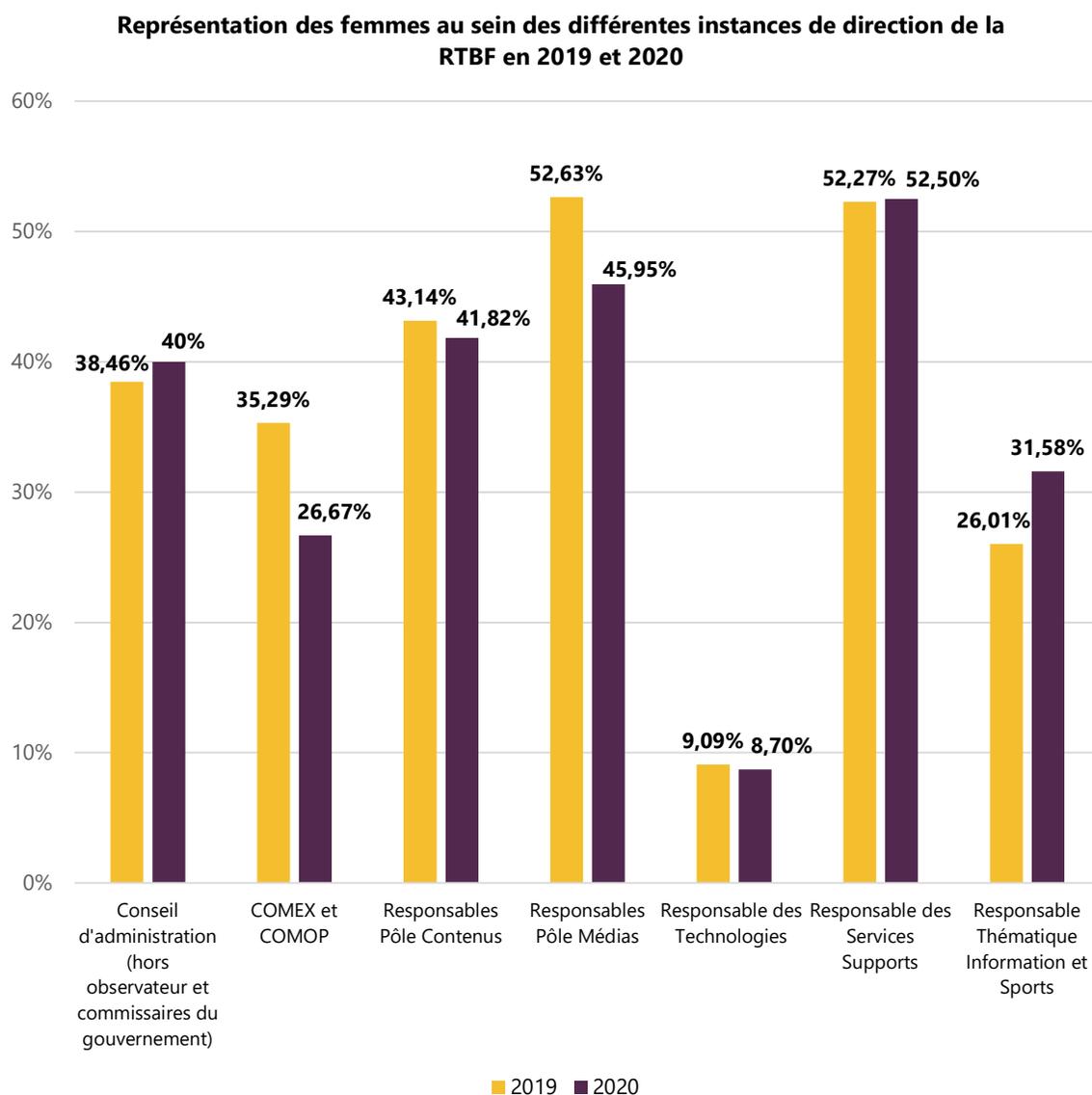
Comme pour l'exercice 2019, l'éditeur a fourni des données supplémentaires qui permettent d'approfondir la question de la distribution de ses effectifs par genre (données au 31/12/20, en headcount). Ces données permettent en effet de mieux saisir les trajectoires professionnelles des hommes et des femmes, l'accès aux métiers et à la hiérarchie :

- Répartition hommes-femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure ;
- Répartition hommes-femmes au sein des différents Pôles et Directions ;

- Répartition hommes-femmes par types de contrat ;
- Répartition hommes-femmes par taux d'occupation.

S'agissant de l'accès à la hiérarchie, l'éditeur fournit des données concernant la répartition hommes-femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure, par pôle/direction.

Afin d'établir une comparaison entre l'exercice 2019 et l'exercice 2020 en matière de représentation des femmes au sein des différentes instances, nous avons représenté dans le graphique suivant la proportion de femmes en 2019 et en 2020 pour chacune des instances.



Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, annexe 44 / RTBF, Rapport annuel CSA, ex.2020, annexe 45.

Au sein du Conseil d'administration de la RTBF, il y a 6 femmes pour 9 hommes, soit **40%** de femmes (hors observateurs et commissaires du gouvernement). En 2019, on dénombrait 5 femmes pour 8

hommes, soit 38,46% de femmes. La représentation des femmes au sein du conseil d'administration a donc très légèrement augmenté (+1,54%) entre 2019 et 2020. Dans le COMEX-COMOP (Comité exécutif et Comité opérationnel), on relève 4 femmes pour 11 hommes, soit 26,67% de femmes. En 2019, on recensait 6 femmes pour 11 hommes, soit 35,29% de femmes. On observe donc une diminution de la proportion de femmes entre 2019 et 2020 (-8,62%).

Parmi les responsables du Pôle contenus, il y a 23 femmes et 32 hommes, soit **41,82 %** de femmes (une diminution de 1,32% par rapport à 2019) et au sein du Pôle médias, il y a 17 femmes et 20 hommes, soit **45,95%** de femmes (une diminution de 6,68%). C'est au sein des responsables des Technologies qu'il y a le moins de femmes : 2 femmes et 21 hommes, soit **8,70 %** de femmes (en légère diminution). Parmi les responsables Services Supports, il y a 21 femmes et 19 hommes, soit **52,50 %** de femmes (en légère augmentation par rapport à 2019). Enfin, parmi les responsables Thématiques Information et Sports, il y a 6 femmes et 13 hommes, soit **31,58 %** de femmes (une augmentation de 5,49 % de femmes) ; toutefois cette augmentation ne correspond pas à une augmentation de l'effectif féminin, qui reste identique à 2019, mais à une réduction de l'effectif masculin. Ainsi, la proportion de femmes au sein de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure hiérarchique varie de 8,70% à 52,50 %. La proportion moyenne de femmes (hors Conseil d'administration) est de **38,62%**.

S'agissant de l'accès aux métiers, l'éditeur fournit des données « *par départements où les noms permettent de comprendre le type de métiers qui sont compris dans ces départements* » (RTBF, Notes, Annexe 45). Le graphique ci-dessous présente dès lors la proportion de femmes au sein des différents Pôles et Directions de l'éditeur en 2019 et 2020.

Examinons d'abord la répartition femmes-hommes dans les quatre pôles qui recensent le volume de personnel le plus important :

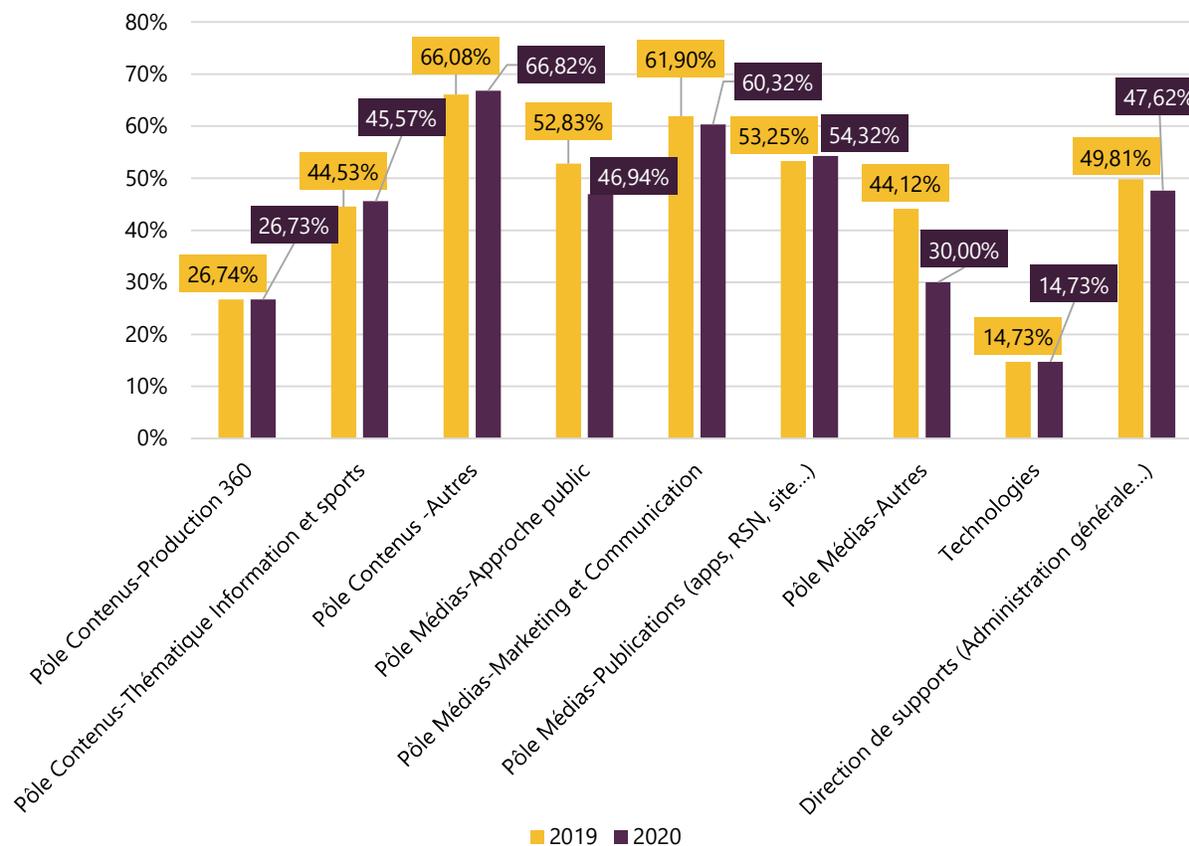
- Le pôle « Contenus – Production 360 » est celui qui recense le volume le plus important de personnel (535 personnes sur 1963). On y retrouve **26,73% de femmes** (143/535) et 73,27% d'hommes (392/535). La proportion de femmes au sein de ce pôle est stable (26,74% en 2019 et 26,73% en 2020).
- Il est suivi en termes de volume de personnel par le pôle « Contenus – Thématique Information et Sports » (384 personnes sur 1963) : on y recense **45,57% de femmes** (175/384) et 54,43% d'hommes (209/384). La proportion de femmes a légèrement augmenté entre 2019 et 2020 (+1,04%).
- Puis, on retrouve le pôle « Technologies » (319 personnes sur 1963). La **proportion de femmes y est de 14,73%** (47/319) et celle des hommes de 85,27% (272/319). La proportion de femmes au sein de ce service reste inchangée en comparaison avec 2019.
- Enfin, le quatrième pôle/direction en termes de volume de personnel est la « Direction de supports (Administration Générale, RH, Finances, Facilités) » (252 personnes sur 1963). On y recense **47,62% de femmes** (120/252) et 52,38% d'hommes (131/252). La proportion de femmes a connu une légère baisse par rapport à 2019 (-2,19%).

Examinons maintenant les autres pôles :

- Dans le pôle « Contenus – Autres », on recense la proportion la plus élevée de femmes : **66,82% de femmes** (141/211) et 33,18% d'hommes (70/211). La proportion de femmes dans ce pôle a connu une légère augmentation (+0,74%) entre 2019 et 2020.
- Les femmes sont également plus nombreuses que les hommes dans le pôle « Média – marketing et communication » : il y a **60,32% de femmes** (38/63) et 39,68% d'hommes (25/63). Nous notons toutefois une légère diminution au sein de ce service (-1,58%).
- Le pôle « Médias et approche public » a vu son effectif quasiment doublé, passant de 53 personnes en 2019 à 98 personnes en 2020. Il est composé de **46,94% de femmes** (46/98) et 53,06% d'hommes (52/98). Nous notons que la proportion d'hommes et de femmes s'est inversée par rapport à 2019, alors que la proportion de femmes était de 52,83% en 2019 et celle des hommes de 47,17%. La proportion de femmes au sein de ce pôle a diminué de 5,89% entre 2019 et 2020.
- Le pôle « Médias – publications (apps, RSN, site...) » est composé quant à lui de **54,32% de femmes** (44/81) et 45,68% d'hommes (37/81) (+ 1,07% de femmes).
- Enfin, le pôle « Médias – Autres », a connu, quant à lui, une réduction de plus de 2/3 de son effectif, en 2019 il réunissait 68 personnes ; il n'en compte plus que 20 en 2020. Il recense **30% de femmes** (6/20) et 70% d'hommes (14/20). La proportion de femmes a fortement diminué entre 2019 et 2020 (-14,12%).

En résumé : dans trois pôles la proportion de femmes est supérieure à celle des hommes : « Contenus – Autres » (66,82% de femmes), « Médias – Marketing – Communication » (60,32%) et « Médias – publications » (54,32%). Les deux pôles qui recensent le moins de femmes sont ceux relatifs aux « Contenus – Production 360 » (26,73%) et « Technologies » (14,73%). Ces deux derniers pôles font pourtant partie de ceux qui recensent le plus de personnel. Ainsi, sur les trois pôles qui recensent le plus de personnel (Contenus – Production 360, Contenus – Thématique Information et Sports, Technologies) deux affichent la proportion la plus faible de femmes : 26,73% et 14,73%.

Représentation des femmes au sein des différents départements de la RTBF en 2019 et 2020



Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, annexe 44 / RTBF, Rapport annuel CSA, ex.2020, annexe 45.

S'agissant de la trajectoire professionnelle des femmes et des hommes, l'éditeur fournit des données concernant la répartition hommes-femmes par types de contrat, d'une part, et par taux d'occupation horaire, d'autre part.

Répartition Hommes/Femmes par types de contrats au 31/12/2020 (en headcount)						
Ressources humaines (membres du personnel) de la RTBF						
Types de contrats	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Statutaires	229	36,76%	394	63,24%	623	100,00%
CDI	486	38,85%	765	61,15%	1251	100,00%
CDD	9	47,37%	10	52,63%	19	100,00%
Autre (CR)	36	51,43%	34	48,57%	70	100,00%
Total	760	38,72%	1203	61,28%	1963	100,00%
Autres						
Types de contrats	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Indépendants - <u>information non disponible</u>	-	-	-	-	-	-
Intérimaires	319	48,78%	335	51,32%	654	100,00%

Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2020, Annexe 45

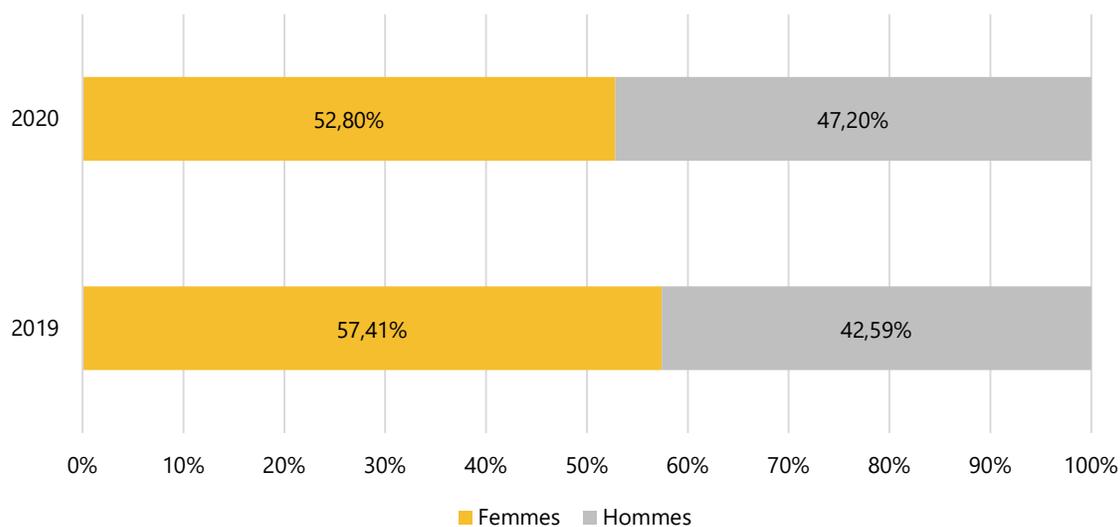
On relève que sur les 1963 membres du personnel de la RTBF, il y a 1251 personnes en CDI. Parmi elles, on recense 38,85 % de femmes (486/1251) et 61,15% d'hommes (765/1251). Au sein des 623 statutaires, la proportion de femmes est légèrement plus faible : 36,76% de femmes (229/623) et 63,24% d'hommes (394/623). On relève en outre 19 CDD et 70 autres types de contrats qui sont répartis à parts égales entre hommes et femmes (34 hommes et 36 femmes).

Enfin, l'éditeur fournit également des données chiffrées sur les intérimaires. Ceux-ci sont 654 et répartis à parts égales entre femmes (48,78%) et hommes (51,22%). L'éditeur ne fait pas mention du nombre d'indépendant.e.s. Dans le cadre d'une question complémentaire à la RTBF sur le nombre d'indépendant.e.s au sein de la RTBF, celle-ci nous a répondu qu'elle n'était pas en mesure de « fournir cette répartition à l'heure actuelle étant donné que nous ne possédons pas cette information dans un

« système centralisé et reprenant ce type de données sur les indépendant.e.s. En effet, la seule information que nous possédons au niveau des indépendant.e.s est une information financière (processus d'achat). ».

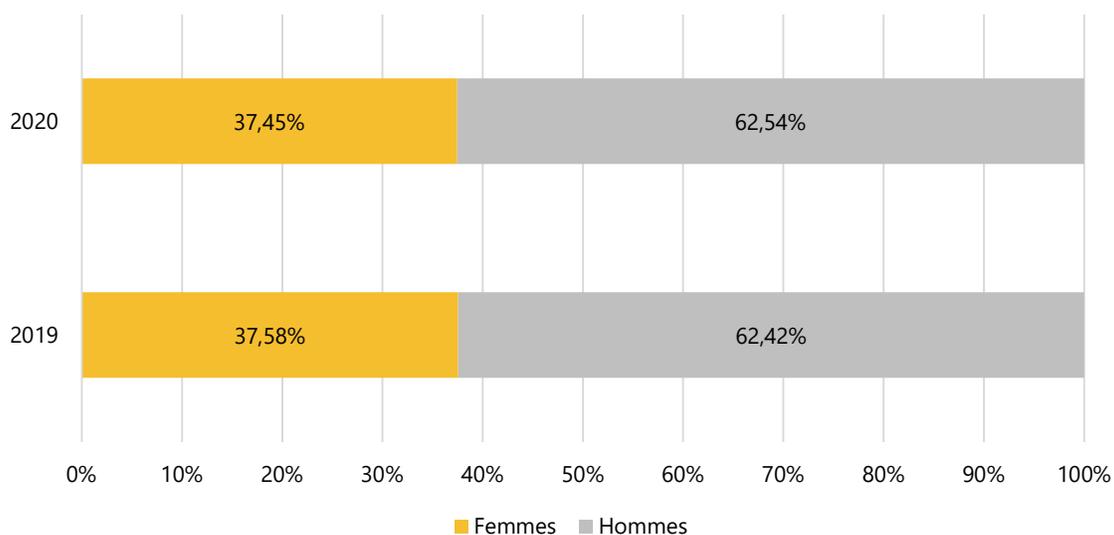
Du point de vue des taux d'occupation horaire, l'éditeur déclare que son personnel est composé de 1802 temps plein et 161 temps partiels. On relève que le taux d'occupation des hommes et des femmes diffère, ces dernières étant moins nombreuses parmi les effectifs à temps plein et plus nombreuses parmi les effectifs à temps partiel. En effet, sur les 1802 personnes à temps plein, on recense 37,45% de femmes (675/1802) et 62,54% d'hommes (1127/1802). En revanche, sur les 162 personnes à temps partiel, on observe 52,80% de femmes (85/161) et 47,20% d'hommes (76/161).

Répartition femmes/hommes en temps partiel (2019-2020)



Source : CSA sur la base de : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, annexe 44, et RTBF, Rapport annuel CSA, ex 2020, annexe 45.

Répartition femmes/hommes en temps plein (2019-2020)



Source : CSA sur la base de : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, annexe 44, et RTBF, Rapport annuel CSA, ex 2020, annexe 45.

Evaluation annuelle du Plan relatif à la diversité au sein du personnel et à l'égalité hommes-femmes

Interrogé dans le cadre des questions complémentaires sur l'évaluation du Plan précédent (exercice 2019), l'éditeur déclare : « *Le plan 2019 a été évalué. L'évaluation consiste en un tableau Excell qui détaille l'avancement, les freins, la réalisation des objectifs du plan et les personnes en charge des objectifs. Le plan annuel 2020 est construit sur l'évaluation du plan précédent. Les mesures structurelles sont maintenues ou adaptées. Celles-ci sont enrichies de nouvelles mesures qui font l'objet d'une discussion préalable entre l'Administrateur général et la Responsable diversité-égalité* ».

S'agissant de l'exercice 2020, l'éditeur rappelle qu'un Plan annuel diversité-égalité a été approuvé par le Conseil d'Administration de la RTBF en mars 2020. Il indique également qu'un premier état des lieux de suivi a été présenté le 4 décembre 2020 au COMEX. L'évaluation annuelle aura lieu en COMEX et CA en mars 2021.

Interrogé dans le cadre des questions complémentaires sur les indicateurs de performance utilisés pour mesurer les résultats, l'éditeur précise : « *Les indicateurs de performance sont ceux des baromètres liés aux contenus et à la situation RH (les baromètres contiennent des facteurs qualitatifs notamment dans les rôles médiatiques). Les rencontres avec la société civile et les remontées du terrain via le service médiation notamment servent également d'indicateurs qualitatifs. Ainsi dans le cadre du plan 2020, des formations sont prévues pour les responsables de contenus concernant le traitement des personnes LGBTQIA+ ainsi qu'un guide recouvrant les bonnes pratiques sur ce sujet* ».

Autres actions relatives à l'égalité et à la diversité

- Baromètre trimestriel diversité-égalité : l'éditeur déclare poursuivre ses efforts en termes de monitoring. L'éditeur indique avoir développé durant l'année 2020 un baromètre digital dont l'objectif est de monitorer les illustrations qui accompagnent les contenus digitaux.
- Mise en place un marathon d'édition sur Wikipedia pour mettre en valeur 100 femmes lors de la Journée Internationale des Droits des Femmes.
- Intervention de l'équipe diversité de l'éditeur lors de la conférence de « Kiss your teacher » (48h pour développer un jeu vidéo), pour évoquer la place des femmes dans les médias, dans les nouvelles technologies et de l'aspect genré des jeux vidéo, le harcèlement.
- Enregistrement d'un podcast -au Parlement Bruxellois avec l'équipe du projet « Kiffe ta race » pour débattre des enjeux d'égalité et de diversité avec la jeunesse.
- Poursuite des actions mis en place par les Grenades : 275 articles publiés en 2020.
- Poursuite de l'engagement au sein de l'UER : l'éditeur indique avoir participé au dernier rapport de l'UER sur l'égalité dans le sport « Reimagining Sport : Pathways to Gender-balanced Media Coverage » dont l'objectif est de mettre en lumière certaines des questions les plus importantes de la radiodiffusion sportive en ce qui concerne le sport féminin et les femmes dans le sport. Elle rappelle également comme elle l'avait déjà précisé en 2019, co-produire une série documentaire sur l'accueil des réfugiés en Europe. Création du coin Colours sur AUVIO dédié à tous les contenus LGBTQIA+
- Coordination d'un consortium d'institutions et d'associations pour renforcer l'égalité des femmes et des hommes dans la tech en vue de réaliser une émission spéciale à destination du grand public sur les femmes et la tech en 2021.
- Création d'une brochure sur le racisme dans les médias en partenariat avec Média Animation.

AVIS

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que les obligations de l'éditeur en matière d'égalité et de diversité sont rencontrées.

Il invite toutefois l'éditeur :

- À procéder à une évaluation du Plan annuel diversité – égalité approuvé par le Conseil d'administration en mars 2020, ainsi que le prévoit le contrat de gestion, et à le communiquer au CSA ;
- À poursuivre la tenue annuelle de statistiques visant à dresser un état des lieux de la répartition hommes/femmes dans les ressources humaines et les postes de management et à en évaluer les évolutions, sur la base des indicateurs énoncés dans la section « Données chiffrées sur le personnel et son évolution ».
- À se fixer des objectifs précis, quantitatifs et/ou qualitatifs, en matière d'égalité de genre et de diversité à l'antenne et dans les ressources humaines (plus spécifiquement pour la gestion des carrières et l'accès aux fonctions managériales).

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.

SOUTIEN À LA PRODUCTION

PRODUCTION AUDIOVISUELLE DANS SON ENSEMBLE

CONTEXTE

Le contrat de gestion prévoit à l'article 12 des partenariats étroits avec le secteur de la production audiovisuelle dans son ensemble, en FWB, dans les Etats membres de l'Union européenne et dans les pays de la francophonie. Cette activité relève de la mission de service public de la RTBF visant à soutenir et promouvoir la création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'éditeur s'engage à mener des stratégies de financement coordonnées en vue de développer des industries de production d'œuvres audiovisuelles belges francophones avec le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la FWB ainsi qu'avec toute institution publique intéressée.

À ce titre, la RTBF mène une politique appropriée de contrats cadres ou ponctuels avec l'ensemble des acteurs de la production audiovisuelle et notamment avec des producteurs audiovisuels indépendants d'éditeurs de services de média audiovisuel sonore ou télévisuel.

Cette politique de partenariats avec les producteurs audiovisuels en FWB peut prendre la forme, notamment :

- d'une « co-entreprise » associant la RTBF et des producteurs audiovisuels indépendants⁴⁷ en mutualisant la recherche et le développement de nouveaux concepts et formats de programmes ainsi que les outils de production et les moyens techniques et humains ;
- de contrats de coproduction ;
- d'achats ou préachats de droits de diffusion ;
- d'achats de formats ou concepts audiovisuels ;
- d'achats de droits d'auteur ou de droits voisins auprès des sociétés de gestion collectives ou de droits individuels ;
- de commandes de programmes ou séquences ;
- de sous-traitance technique de production ou de post-production.

INVESTISSEMENTS

L'éditeur investit minimum 8% de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échanges promotionnels, avec un minimum de 30 millions d'euros par an, dans des contrats auprès de contractants dont, selon le cas, le domicile ou la résidence, le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en Belgique.

⁴⁷ Dont, selon le cas, le domicile ou la résidence, le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en région de langue française ou dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

BILAN

La RTBF déclare qu'elle applique pour chaque projet une convention-type de coproduction⁴⁸. Ce contrat est issu de négociations sectorielles menées dans le cadre de la mise en place du Fonds spécial et dont la dernière actualisation date de 2011. En début d'année 2020, suite à la volonté de toutes les parties de moderniser le cadre contractuel de la production audiovisuelle belge francophone, la FWB a initié la création d'un groupe de travail rassemblant les différents comités d'accompagnement et permettant ainsi de passer en revue l'ensemble des conventions : cinéma, fiction, documentaire, série belge. Les personnes présentes sont les associations professionnelles, le Centre du Cinéma de la FWB et la RTBF. La FWB a également associé une représentation de l'ARPI, cela même si l'association n'est pas signataire du protocole de base. Le processus est toujours en cours fin 2020. La convention pour le long métrage est actuellement en révision, ensuite s'entamera la révision du contrat documentaire, puis des autres.

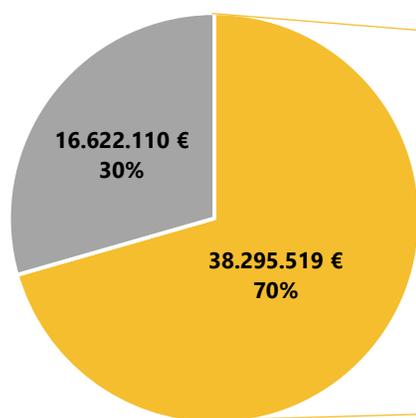
Montants investis

Pour 2020, le montant de l'obligation s'élève à 350 millions d'euros $\times 8\% = 28.044.393 \text{ €}$.

En 2020, la RTBF a investi 54.917.629 €, dépassant largement l'obligation.

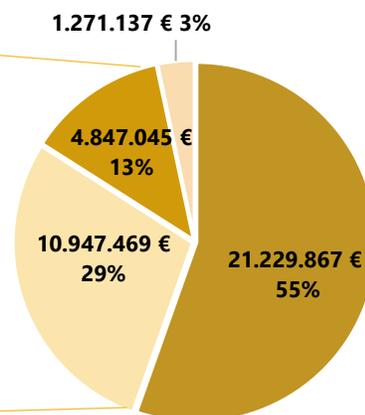
Les montants d'investissement sont répartis de manière suivante :

**Répartition du montant global investi en 2020 :
secteur de production audiovisuelle et droits
d'auteurs (en €)**



- Secteur de production audiovisuelle
- Droits d'auteurs

**Répartition du montant investi dans le
secteur de la production audiovisuelle
par catégorie (en €)**



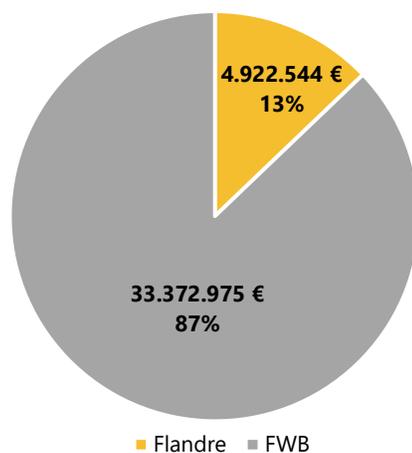
- Achat de droits, coproduction et commande de programmes
- Sous-traitance
- Prestations à l'antenne, image, sons et extraits de programmes
- Honoraires experts et autres

⁴⁸ La convention-type de coproduction signée en date du 19 décembre 2011 à l'issue des négociations entre les associations professionnelles, la RTBF et le Ministère de la Communauté française de Belgique.

La figure de droite détaille les montants investis dans le secteur de la production audiovisuelle : la catégorie « achat de droits, coproduction et commande de programmes » représente 55% et comprend les contrats de coproduction, d'achats ou préachats de droits de diffusion⁴⁹. La catégorie « sous-traitance » concerne la sous-traitance technique de production et de post-production. Sont donc reprises dans cette catégorie toutes les sociétés de production avec lesquelles la RTBF travaille lors d'une sous-traitance d'activités pour produire des séquences ou des programmes (notamment : les techniciens son, les réalisateurs, les graphistes). La catégorie « prestations à l'antenne » regroupe les achats de formats ou concepts audiovisuels ainsi que les commandes de séquences. Quant au poste « honoraires experts et autres », il reprend les honoraires d'experts tels que des consultants ou des gestionnaires de programmes.

La catégorie des droits d'auteur reprend l'ensemble des achats des droits d'auteur ou de droits voisins auprès des sociétés de gestion collective (SABAM/SACD/SCAM/SOFAM/SIMIM/Imagia) ou auprès de titulaires de droits individuels ainsi que les droits de photographes. Ce montant couvre les factures et provisions pour tous les médias de l'éditeur en 2020. Cette catégorie représente près de 30% du montant global investi. La proportion de l'investissement alloué à cette catégorie, revenant entre autres aux artistes, dialoguistes, scénaristes etc. est significative.

Répartition du montant investi dans le secteur de la production audiovisuelle entre la Flandre et la Fédération Wallonie-Bruxelles



L'investissement minimal de l'article 12.3 du Contrat de gestion concerne des contrats auprès de contractants belges. Pour la catégorie « secteur de production audiovisuelle », 87% du montant a été investi par l'éditeur en Fédération Wallonie-Bruxelles et 13% en Flandre.

AVIS

En 2020, la RTBF a investi 54.917.629 € dans l'ensemble du secteur audiovisuel et notamment avec des producteurs audiovisuels indépendants d'éditeurs de services de média audiovisuel sonore et télévisuel, dépassant largement son obligation.

⁴⁹ Hors droits sportifs.

PRODUCTION INDÉPENDANTE

La RTBF étant un partenaire indispensable du développement du secteur de la production audiovisuelle indépendante en FWB, le contrat de gestion prévoit plusieurs obligations et incitants de soutien en ce sens :

1. L'éditeur doit investir un montant annuel dans des contrats passés avec des producteurs audiovisuels indépendants ;
2. L'éditeur contribue à un « Fonds pour les séries belges » dont les appels à projets successifs dynamisent la production de séries grand public en Belgique francophone ;
3. L'éditeur investit, via un « Fonds spécial », dans des œuvres audiovisuelles de créations coproduites avec des producteurs indépendants.

CONTEXTE GLOBAL

En vertu de l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Chaque année, l'éditeur doit affecter minimum 2,5% du total de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échange promotionnel, avec un minimum de 8.000.000 € par an, à des contrats de coproduction avec des producteurs audiovisuels indépendants de la FWB dont le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en région de langue française ou dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

Ces investissements peuvent prendre plusieurs formes : notamment des coproductions, (pré)achats de droits de diffusion, achats de formats télévisuels, commandes ou encore prestations techniques (services). Les contrats peuvent porter sur différents genres : téléfilms, longs métrages, documentaires, animations, courts métrages, séries et programmes de flux.

Le contrat de gestion prévoit une clé de répartition des investissements entre ces différents genres :

- Au moins 70% de l'engagement minimum doit être affecté à des « œuvres de stock », à savoir des longs et courts métrages (notamment d'animation), des téléfilms, des (web)documentaires et des (web)séries ;
- Au moins 20% de l'engagement minimum doit être affecté à des (web)documentaires ;
- Au moins 25% de l'engagement minimum doit être affecté à des séries belges francophones ;
- Maximum 30% de l'engagement minimum peut être affecté à des « programmes de flux » (magazines, *talk-shows*, divertissement).

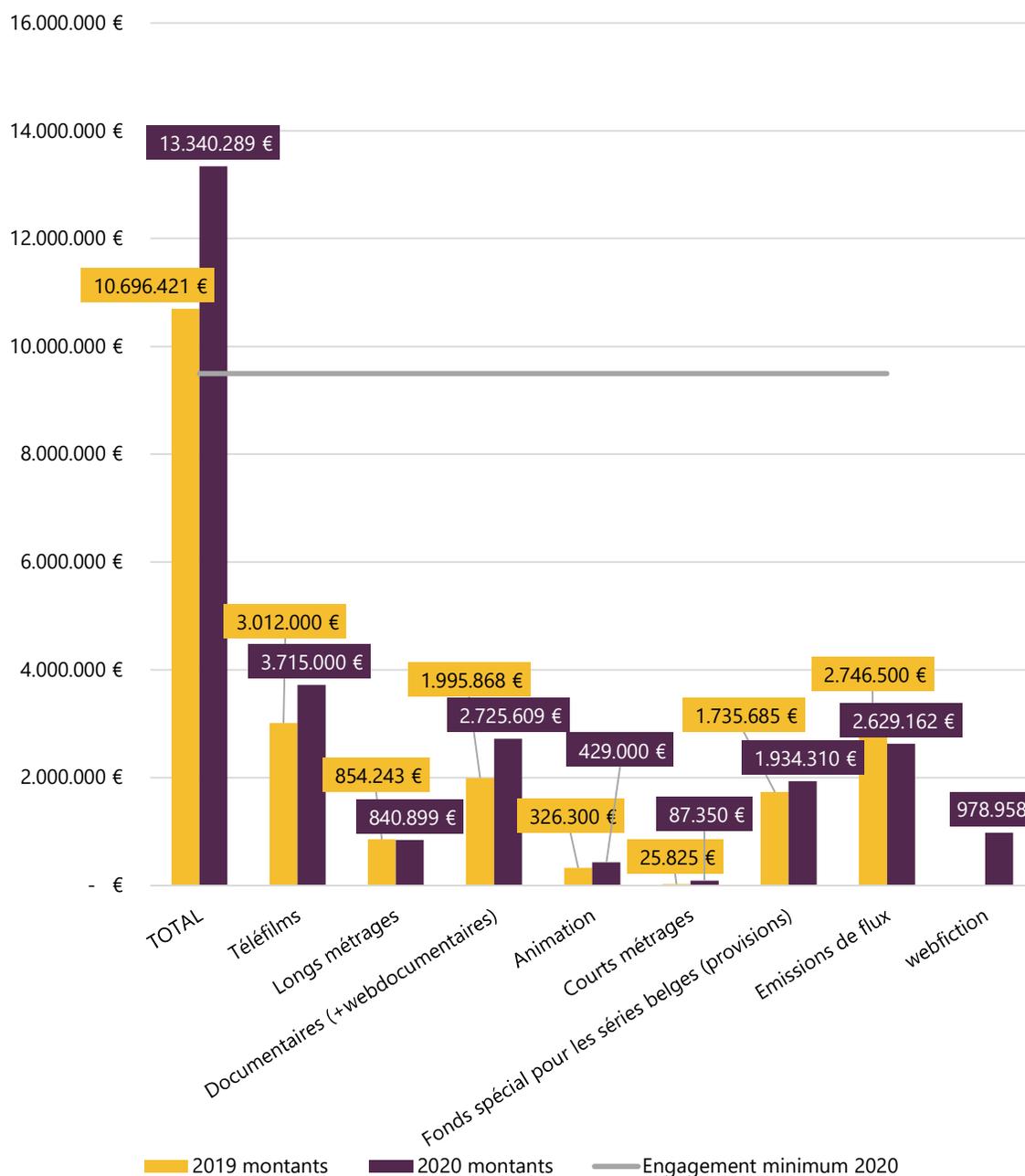
Le contrat de gestion impose enfin que 50% de l'investissement soit consacré à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires⁵⁰ ». La proportion passe à 66% pour les documentaires.

⁵⁰ Le caractère « majoritaire » est défini par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. L'objectif est de démontrer un ancrage belge dans la composition des équipes de production. Les critères varient légèrement en fonction du genre de production (court métrage, long métrage, animation etc.).

BILAN GLOBAL

Montants investis

Répartition des montants affectés à la production indépendante (2019 et 2020 – en €)



Pour 2020, le montant de l'obligation s'élève à 350,5 millions d'euros X 2,5% = 8.763.873€.

Le Collège constate que la RTBF a investi un montant total de **13.340.289 €** dans des contrats passés avec les producteurs indépendants, ce qui constitue une augmentation de 26,6% par rapport à l'exercice

précédent. Les genres « documentaires », « téléfilms », « séries belges », « animation », « courts métrages » et « émissions de flux » connaissent une évolution positive, alors que le montant des « longs métrages » baisse légèrement.

Pour l'exercice 2020, le Collège salue le dépassement significatif de l'obligation.

Détail de l'investissement :

- 3.715.000 € dans 59 projets de « téléfilms » ;
- 2.688.076 € dans 5 programmes de flux ;
- 2.177.122 € dans 76 projets de documentaires ;
- 548.487 € dans 17 projets de webdocumentaires ;
- 1.934.310 € de provision pour le Fonds séries : 23 projets soutenus en 2020 ;
- 840.899 € dans 42 projets de longs-métrages ;
- 429.000 € dans 5 projets d'animation ;
- 87.350 € dans 15 projets de courts-métrages.

Répartition des obligations

Répartition en pourcentage des montants affectés à la production indépendante (2020)

Récapitulatif des obligations 2020	Obligation	Réalisé	Statut	Pourcentage réalisé
Article 13 du contrat de gestion	8.763.873			
dont min 50% cash	4.381.936	12.610.938	OK	143,9%
dont min 50% coproductions majoritaires	4.381.936	8.614.612	OK	98,3%
dont min 70% programmes stockés	6.134.711	10.711.127	OK	122,2%
dont max 30% émissions de flux	2.629.162	2.629.162	OK	30,0%
dont min 20% documentaires	1.752.775	2.725.609	OK	31,1%
dont min 66% des documentaires majoritaires	1.156.831	1.737.972	OK	99,2%
dont min 25% séries belges	2.190.968	1.934.310	NOK	22,1%

Comme l'illustre la figure ci-dessus, la clé de répartition du montant minimum à investir telle que définie par le contrat de gestion est respectée en 2020 pour les catégories suivantes :

- programmes de stock : 122,2% du montant de l'obligation (minimum 70%) ;
- documentaires : 31,1% (minimum 20%) ;
- programmes de flux : 30% (maximum 30%).

En ce qui concerne le Fonds séries, l'obligation est fixée à minimum 25%. La RTBF n'atteint toutefois qu'une proportion de 22,1% pour l'exercice. L'obligation n'est donc pas rencontrée. Ce point sera détaillé ci-dessous, dans la section consacrée au Fonds séries belges.

Œuvres majoritaires

Le contrat de gestion impose que 50% des investissements soient consacrés à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires ».

Par définition, les œuvres audiovisuelles concernent les formats dits « de stock » et excluent les formats « de flux », tels que les programmes de plateaux, le divertissement, les reportages et magazines d'information⁵¹.

La qualification de « majoritaire » repose sur des critères pondérés⁵² quant à la participation de professionnels de la Fédération Wallonie-Bruxelles (réalisateur, rôle principal ou secondaire important, scénariste, technicien-cadre) dans la production des œuvres.

Pourcentage d'investissements consacrés aux œuvres majoritaires, par genre

Genre	Majoritaire (€)	Totale genre (€)	% Majoritaires
Flux	2.629.162 €	2.629.162 €	100%
Documentaire+Webdoc	2.286.459 €	2.725.609 €	84%
Animation	132.000 €	429.000 €	31%
Téléfilm	-	3.715.000 €	0%
Long-métrage	566.372 €	840.899 €	67%
Court-métrage	87.350 €	87.350 €	100%
Webfiction	978.958 €	978.958 €	100%
Série belge fonds	1.934.310 €	1.934.310 €	100%
Total	8.614.611,65 €	13.340.288,65 €	65%

Partenariats avec les producteurs indépendants

Les investissements consentis en 2020 par la RTBF en vertu de l'article 13 de son contrat de gestion ont bénéficié à 241 projets audiovisuels, portés par 112 sociétés de productions différentes.

Ce nombre doit néanmoins être nuancé par le fait que l'implication financière de la RTBF dans ces collaborations peut être très variable, avec parfois des apports limités, comme pour les documentaires.

Par rapport à l'exercice 2019, le nombre de producteurs indépendants soutenus a augmenté de 42% (passant de 79 à 112 sociétés).

LE FONDS POUR LES SERIES BELGES

CONTEXTE

Créé en 2013, le Fonds pour les séries belges concrétise le partenariat noué entre la FWB et la RTBF afin de développer le soutien au développement de séries belges francophones.

En vertu de l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF alimente ce Fonds séries à hauteur de 25% du montant qu'elle affecte à la production indépendante (voir supra).

⁵¹ Article 1.3-1., 22° du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos.

⁵² 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.

Il est également alimenté annuellement par la Fédération Wallonie-Bruxelles :

- À hauteur de 545.998€ provenant du Fonds spécial dédié aux œuvres audiovisuelles de création (voir infra) ;
- À hauteur de 800.000€ complémentaires engagés sur le budget de la Fédération.

Les modalités de fonctionnement du Fonds et des appels à projets pour les séries font l'objet d'une convention conclue entre la RTBF et la FWB⁵³, qui prévoient également que toute institution ou société désireuse de s'associer aux objectifs du Fonds peut contribuer à son financement.

L'article 13.4.3 prévoit en outre que la RTBF diffuse au moins quatre séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires par an, à partir de 2020.

BILAN

Pour la troisième année consécutive, l'objectif de 25% d'engagement minimum n'est pas atteint. L'éditeur s'en explique de la manière suivante: « *Les aléas de la crise sanitaire ont retardé ou rallongé les tournages et post-productions prévus en 2020. Des dépenses prévues pour être engagées en 2020 ont donc été décalées sur 2021. Il s'agit, dans le détail, de Coyotes (81.226 EUR), Pandore (138.777 EUR), Baraki (270.500 EUR), soit un total de 490.503 EUR* ». Ensuite, l'article 13.4.3. prévoit que « la RTBF diffusera d'ici 2020 au moins quatre séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires par an ». Nous constatons uniquement, en 2020, la diffusion de la série « Invisibles ». La série « Baraki » étant décalée à 2021 à cause de la crise sanitaire.

Appels à projets 2020 – phase 1

Le comité de sélection du Fonds séries belges de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de la RTBF a validé en 2020 cinq nouveaux projets de séries télévisées : « #innocents », « Alma », « Exit », « Rébellion » et « Talk Talk » entrent en première phase de développement (promesse d'aide à l'écriture⁵⁴).

L'ensemble de ces projets sont des formats de 52 minutes mais, pour rappel, le Fonds séries belges avait exceptionnellement ouvert l'appel aux formats de 26 minutes en novembre 2016 (en plus des formats de 52 minutes). Face au succès rencontré, l'expérience est désormais renouvelée une fois par an.

Projets en développement - 2020

- « Arcanes » de Michèle Jacob et Benjamin Dessy (Beluga Tree) ;
- « Rébellion » de David Verlant et Frédéric Krivine (Martching Socks Venture) ;
- « Résonance » d'Adrien Coster, Céline Schmitz et Anthony Tueni (Les gens) ;

⁵³ http://gallilex.cfwb.be/document/pdf/39757_000.pdf

⁵⁴ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Bilan 2020 - Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles » (pp. 104 et 105) ».

- « Ultra » de Jean-Laurent Van Lint, Maia Descamps et Laurent Brandenbourger (Artemis Production) ;

Projets en production - 2020

- « Baraki » de Julien Vergas, Peter Ninane et Fred De Loof (Koko arrose la culture et 10.80 Films) ;
- « Fils de... » de Camille Pistone et Salim Talbi (AT PROD) ;
- « Pandore » d'Anne Coesens, Savina Dellicour et Vania Leturcq (Artémis Production) ;
- « Attraction » de Sophia Perlé, Barbara Abel et Julien Gras-Payen (Les gens).
- « Coyotes » de Vinacent Lavachery, Axel du Bus, Anne-Lise Morin et Christophe Beaujean (Panache Production).

AVIS

Pour 2020, la RTBF déclare avoir consacré 22,07% (18,96 % en 2019) de son obligation d'investissement minimum, à savoir 1.934.310 €, au Fonds séries belges. Le montant est en augmentation par rapport à 2019 mais l'objectif de 25% porté par le contrat de gestion n'est pas atteint.

Au 31 décembre 2020, le montant provisionné par la RTBF pour le Fonds séries belges est de 5,5 millions d'euros.

D'après le rapport, le report du tournage de « Pandore », prévu en mars, explique en partie ce delta négatif : les dépenses pour cette série auraient dû être entièrement imputées en 2020, mais la crise sanitaire a postposé le tournage, qui s'est terminé courant 2021.

L'éditeur rappelle son attachement à l'objectif de développer et de structurer un secteur de la production de séries en Fédération Wallonie-Bruxelles. Mais il précise que la création et la perpétuation de cette dynamique positive ne suit pas forcément la temporalité des exercices annuels. En effet, lors de ces deux derniers exercices, certains projets ont accumulé des retards au fil des différentes étapes de développement, nécessitant un encadrement en amont plus soutenu par les équipes de la RTBF et ne permettant pas de clore les projets dans le phasage initialement prévu. Ceci explique que la liquidation annuelle du montant prévu par le contrat de gestion, en ce qu'elle est centrée sur la production à proprement parler, n'ait pas suivi le rythme imposé.

Deux réunions ont eu lieu entre les services de la RTBF et du CSA afin de faire un point détaillé de la situation du Fonds pour les séries belges et d'envisager des pistes concernant, d'une part, la liquidation du montant provisionné par la RTBF (élargissement du soutien à des formats plus courts, renforcement des formations et ateliers pour asseoir les talents émergents notamment) ; et d'autre part, le fonctionnement du Fonds séries belges. La volonté de l'éditeur de poursuivre les objectifs de soutien et de développement du secteur et de ses talents en FWB demeure manifeste, mais sa concrétisation et sa mise en œuvre rencontrent indéniablement des difficultés, sous sa forme actuelle.

Dès lors, le Collège invite l'éditeur à poursuivre et à faire aboutir la double réflexion : d'une part, celle concernant les pistes d'adaptation du fonctionnement du Fonds, avec le Centre du Cinéma, et d'autre part, celle des possibilités de liquidation du montant provisionné, en faveur de la production indépendante FWB. Le Collège perçoit l'objectif de l'éditeur de faire évoluer positivement le soutien au

secteur de la production indépendante FWB via le Fonds, mais ne peut se prononcer sur des pistes évoquées en état. Etant donné les éléments précités, le Collège ne considère pas opportun de notifier un grief, mais insiste sur la nécessité d'un plan concret et concerté à lui soumettre. Par ailleurs, il souligne l'opportunité du prochain contrat de gestion de la RTBF pour clarifier certains aspects fonctionnels du Fonds séries belges RTBF-FWB, sans en altérer l'esprit de soutien et de développement.

LE FONDS SPÉCIAL POUR LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DE CRÉATION

CONTEXTE

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. Depuis la création du Fonds séries en 2013, le budget global du Fonds spécial est exclusivement consacré aux longs métrages (développement et production), aux courts métrages ainsi qu'aux documentaires.

L'application de l'accord-cadre du 2 mars 1994 conclu entre le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF prévoit pour 2020 l'exercice d'un droit de tirage par la RTBF sur le Fonds spécial à hauteur de 1.368.681€⁵⁵.

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir, en parallèle, sur ses Fonds propres, un montant de minimum 1.345.998 €⁵⁶ pour 2020.

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 perçues, déduction faite de la T.V.A. et des commissions de régie publicitaire.

BILAN

Dans son bilan 2020, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel adopte la répartition détaillée ci-dessous du droit de tirage par la RTBF sur le Fonds spécial.

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 €	31,2%
Courts métrages	40.000 €	2,9%
TOTAL	1.368.681€	100%

⁵⁵ Ce montant est égal à l'exercice 2019 (voir page 97 du rapport CCA).

⁵⁶ Ce montant est inférieur à l'obligation de 2019 (1.383.627€).

Dans son bilan 2020 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements⁵⁷ consentis par l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 2.794.000 € pour 2020⁵⁸.

AVIS

Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé dans le tableau ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.425.319 € par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994. Les recettes nettes de publicité représentant 15%⁵⁹ des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2020, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'impose donc pour 2020.

AVIS GLOBAL

Le Collège constate que la RTBF a affecté un montant total de 13.340.289€⁶⁰ à des contrats passés avec des producteurs indépendants en respectant la plupart des prérequis de la clé de répartition par genres. Le montant investi est en augmentation par rapport à l'exercice précédent. Le quota d'œuvres majoritaires est rencontré. Le Collège constate également l'utilisation conforme par la RTBF du Fonds spécial.

Le Collège constate que la RTBF ne rencontre pas, sur l'exercice 2020, l'objectif d'investir 25% du montant minimal de son obligation dans les séries belges. Ceci constitue une infraction potentielle à l'article 13.4.2 du contrat de gestion. Cependant, tenant compte de l'argumentaire développé par la RTBF, le Collège considère opportun que l'éditeur puisse disposer d'une certaine flexibilité dans l'affectation de l'arriéré cumulé pour un montant provisionné de 5.560.714€ et reste ouvert aux propositions que l'éditeur pourrait officialiser en ce sens. Il l'invite à lui présenter, dans le courant de l'exercice 2022 et en amont du contrôle 2021, un plan concret de liquidation du montant précité ainsi qu'un projet concerté avec le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel permettant d'améliorer la mise en œuvre du Fonds séries belges.

⁵⁷ Investissements qui peuvent être de trois formes différentes : cash, services ou diffusion.

⁵⁸ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Bilan 2020 - Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles (p.102) ».

⁵⁹ Le seuil de contribution se situe à 25%.

⁶⁰ Conformément à l'article 12.4.1, b du contrat de gestion, plus de la moitié des budgets consacrés à la coproduction ont été affectés en numéraire (71,5%).

FINANCES

TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES

CONTEXTE

La RTBF publie sur son site internet⁶¹ les informations de transparence requises⁶², en ce compris une synthèse de ses comptes annuels pour l'exercice écoulé.

Le CSA a pour mandat de monitorer et vérifier les clauses relatives à son contrat de gestion.

Comme prévu à l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur comprend notamment :

- Une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus des activités de la RTBF, distinguant ceux liés à l'exercice de ses missions de service public et ceux relevant de ses 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 ;
- Le détail des dotations ordinaires, dotations spécifiques et subventions complémentaires⁶³ ;
- Un aperçu des rémunérations des membres du conseil d'administration, des directeurs généraux et de l'administrateur général (pour La Première fois).

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises⁶⁴ et contient les comptes et bilan pour l'exercice 2020 de ses filiales et des sociétés dans lesquelles elle détient une participation inférieure à 50%, ainsi que le rapport de gestion correspondant⁶⁵.

⁶¹ www.rtbef.be/entreprise/rtbf-groupe.

⁶² Conformément à l'article 6, § 1er, 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.

⁶³ 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.

⁶⁴ Voy. le Rapport annuel 2020 de la RTBF, pp. 110.

⁶⁵ Voy. article 80, al. 2, du contrat de gestion.

BILAN

Etat des lieux

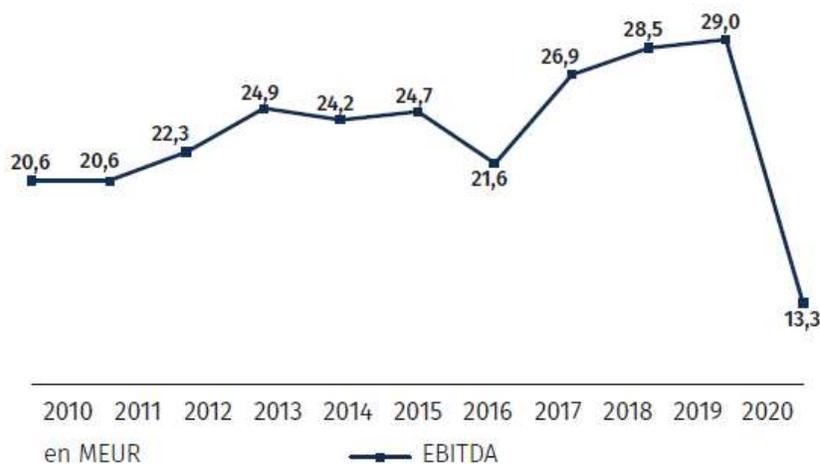
Afin d'avoir une vue exhaustive des informations financières relatives à la RTBF, la présente fiche passe en revue les données générales, les postes de revenus et ceux des dépenses.

Données générales

Revenus d'exploitation

Une des données importantes à surveiller pour avoir une idée de la santé financière de la RTBF est l'évolution de son EBITDA (Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement). En 2020, les recettes d'exploitation de la RTBF, hors recettes d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à 383,2 millions d'euros, soit une baisse de 0,3% par rapport à 2019. Tandis que les charges d'exploitation, hors charges d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à 365,8 millions d'euros, soit une augmentation de 0,3%. Par conséquent, le résultat d'exploitation 2020 s'établit à 2,5 millions d'euros. L'EBITDA de la RTBF s'établit à 13,3 millions d'euros. Cet EBITDA est en diminution pour La Première fois depuis 2016. Ce résultat doit néanmoins être mis en perspective avec d'autres composantes financières, tels que son taux d'endettement, ses dotations...

Evolution de l'EBITDA de la RTBF



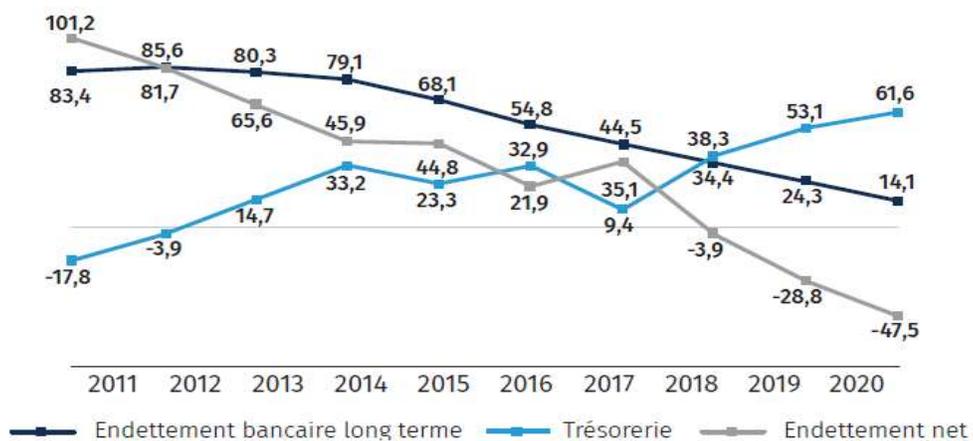
Source : Rapport RTBF 2020

Taux d'endettement

D'après le graphique ci-après, on peut aisément constater que l'endettement global de la RTBF a fortement diminué au cours de ces dernières années, ce qui rend la RTBF plus résiliente face aux chocs externes et moins exposée à un risque d'intérêt. De plus, cette baisse de l'endettement va de pair avec une hausse de sa trésorerie. En 2020, l'endettement bancaire à long terme s'élève à 14,1 millions d'euros, ce qui représente une baisse de 42%, tandis que sa trésorerie s'élève à 61,6 millions d'euros. Il faut noter que la RTBF a encaissé 12,5M€ suite à la vente progressive des terrains Reyers, ce qui contribue à une augmentation de sa trésorerie. Ce haut niveau de trésorerie donne à la RTBF des coussins de sécurité additionnels en cas de choc mais peut être interprété comme une utilisation non efficiente de ses ressources. De plus, la RTBF n'a pas eu recours à de nouveaux emprunts à long-terme en 2020. En conclusion, les activités de la RTBF semblent être surtout financées sur ses fonds propres plutôt que par des recours à des emprunts. Cependant, il est possible que la RTBF constitue une réserve de cash en vue des investissements consentis pour le nouveau bâtiment.

Evolution de l'endettement bancaire long terme, de la trésorerie et de l'endettement net

Le graphique ci-dessous résume l'évolution de l'endettement bancaire à long terme, de la trésorerie et de l'endettement net depuis 2011 (en millions d'euros).



Source : Rapport RTBF 2020

Données relatives aux revenus

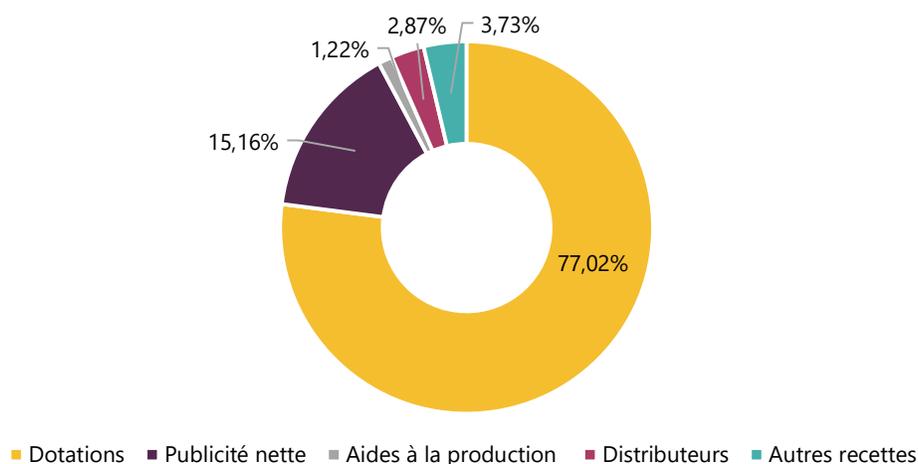
Le graphique ci-dessous détaille les sources de revenus de la RTBF pour l'exercice 2020.

Les recettes d'exploitations de la RTBF ont faiblement augmenté depuis 2019 passant de 381,9M€ à 386,5M€ en 2019, soit une augmentation de 4,6M€, celle-ci est essentiellement imputable à l'augmentation de ses dotations, il faut noter que l'augmentation des recettes est moins grande que l'augmentation de la dotation en terme absolu. Cet effet est imputable à la baisse des revenus publicitaires (-9.5M€) entre les deux exercices.

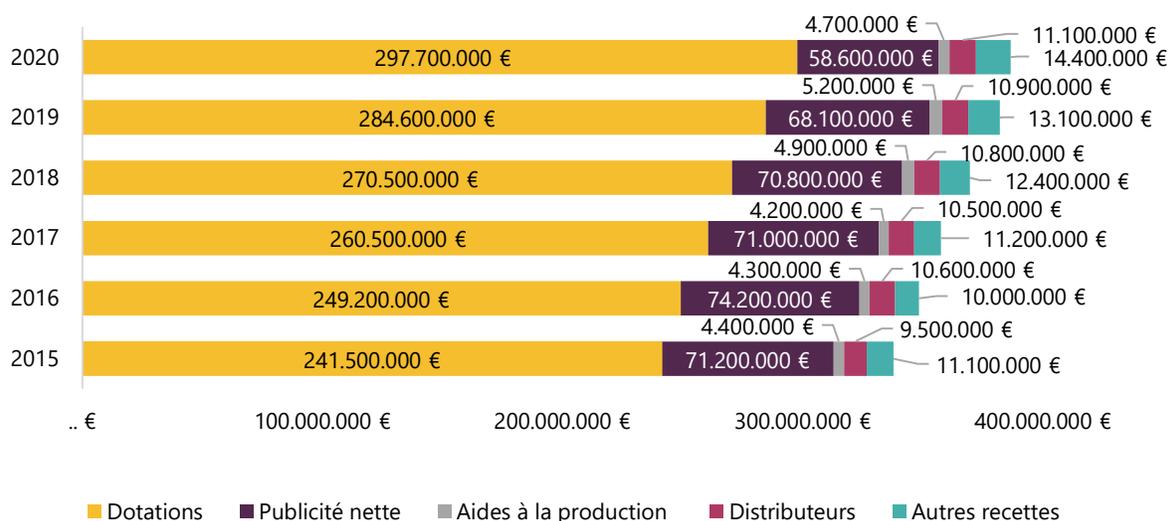
La dotation reste donc de loin le premier poste de revenus de l'institution, passant de 284,6M€ en 2019 à 297,7M€ en 2020, soit une augmentation de 13,1M€. Celle-ci évoluant selon les termes du contrat de gestion 2019-2022.

Le second poste de revenus vient de la publicité. Il convient de ventiler ces revenus entre les différents postes de publicités pour avoir une meilleure compréhension de la tendance baissière de ceux-ci.

Répartition des revenus 2020



Evolution des recettes RTBF 2015-2020



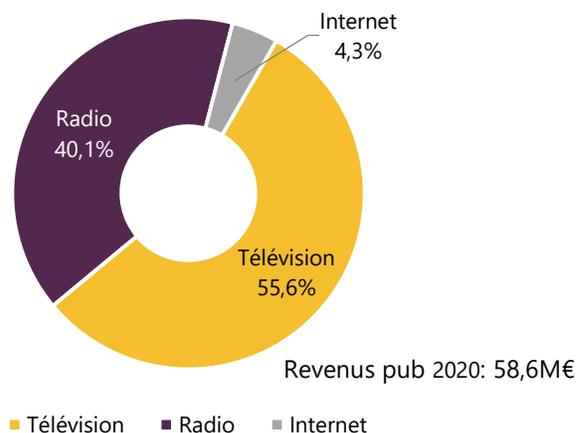
Revenus publicitaires

En 2020, on constate que les recettes publicitaires ont diminué de 14% par rapport à 2019. Cette diminution est surtout imputable à la pandémie de Covid-19, avec des revenus publicitaires passant de 68,1M€ en 2019 à 58,6M€ en 2020 (-13,95%). On peut remarquer que tous les types de publicités ont été impactés par cette crise. Les revenus publicitaires générés par la branche radio ont baissé entre les deux périodes, passant de 29M€ en 2019 à 23,5M€ en 2020 (-18,97%). Les revenus générés par le segment internet ont aussi diminué passant de 2,9M€ en 2019 à 2,5M€ en 2020 (-13,79%). Les revenus générés par le segment télévision ont quant à eux, aussi diminué passant de 36,2M€ en 2019 à 32,6M€ en 2020 (-9,94%).

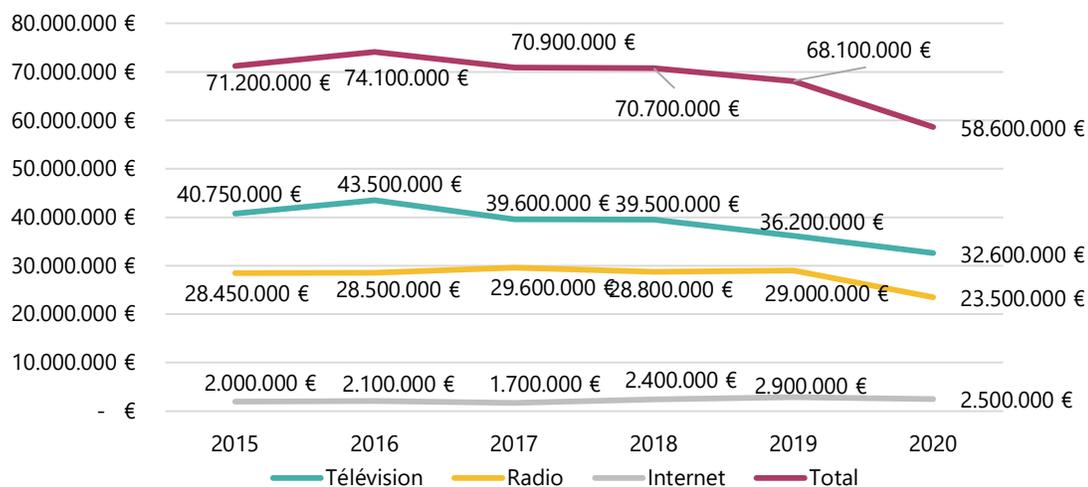
Il faut noter que, en vertu de son contrat, la RTBF ne peut excéder 600.000€ de revenus sous forme de display, auquel cas, elle doit reverser l'excédent au Fonds de soutien aux médias d'information. Les revenus générés par cet intermédiaire sont de 143.717€ en 2020, la RTBF respecte donc cette clause.

Enfin, les revenus générés par la publicité, ne peuvent dépasser 25% du total de ses recettes, ses revenus publicitaires représentent 15,6% des recettes globales en 2020, cette obligation est donc respectée.

Repartition revenus publicitaires 2020



Evolution des revenus publicitaires 2015-2020



Source : Rapport RTBF 2020

Données relatives aux dépenses

EN MILLIONS D'EUROS	COMPTES 2020	COMPTES 2019	ECART 20-19	ECART %
ACHATS ET SERVICES	166,8	167,6	-0,8	0%
RÉMUNÉRATIONS	183,1	177,1	6,0	3%
AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR	14,2	13,9	0,3	2%
PROVISIONS	1,2	5,4	-4,2	-78%
AUTRES	0,4	0,5	-0,1	-13%
CHARGES D'EXPLOITATION NON RÉCURRENTES	14,0	1,7	12,3	723%
TOTAL	379,8	366,2	13,6	4%

Source : Rapport RTBF 2020

Les dépenses de la RTBF ont augmenté de 13,6M€ entre les deux périodes pour s'établir à 379,8M€ en 2020. Cette augmentation est imputable majoritairement à la charge d'exploitation non récurrentes de 14M€ comprenant principalement 7,8M€ de charges liées au règlement d'un dossier litigieux. Ensuite, le poste « rémunérations » a aussi fortement augmenté entre les deux exercices (+6M€). D'après le rapport de la RTBF, les charges de personnel s'établissent à 183,1 millions d'euros. Elles augmentent de 6 millions d'euros par les effets de l'indexation, de la progression barémique et du taux de cotisation de pension des statutaires. Enfin, les charges d'exploitation ont diminué à concurrence de 0,8M€ entre les deux exercices.

AVIS

D'après les données relevées ci-dessus, il semble que la RTBF se trouve dans une situation financière confortable avec une certaine diminution de son endettement global et un résultat d'exploitation positif. En revanche, l'augmentation de ses revenus ne se fait pas de manière organique, elle est surtout due à l'augmentation de sa dotation tandis que ses revenus publicitaires déclinent.

Le Collège constate que les revenus publicitaires de la RTBF n'excèdent pas le palier de 25% des recettes totales fixé par l'article 71.4 du contrat de gestion.

L'obligation est rencontrée.

Le Collège constate que les recettes sous forme de displays sur RTBF.be/info n'excèdent pas le palier de 600.000 euros⁶⁶ annuels fixé par l'article 75 du contrat de gestion. En conséquence, aucun versement au Fonds de soutien aux médias d'information n'est dû pour l'exercice.

⁶⁶ Dans son rapport au CSA, la RTBF déclare un montant de 143.717€ de recettes sous forme de displays provenant du site RTBF.be/info.

COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

CONTEXTE

En vertu de l'article 64 du contrat de gestion, 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. A défaut, en cas de surcompensation, c'est-à-dire dans l'hypothèse d'un dépassement du coût net de la fourniture du service public, celle-ci ne peut excéder 10 % des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public⁶⁷, 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.

Le coût net de la mission de service public est obtenu en retranchant à l'ensemble des charges de l'entreprises :

- L'ensemble des produits des activités non commerciales ;
- L'ensemble des produits des activités tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public ;
- Le coût des autres activités commerciales (celles qui ne rentrent pas dans la mission de service publique).

Si existante, la surcompensation est affectée à un poste de réserve. Ce solde alimente la trésorerie de la RTBF, dont un montant de 15 millions d'euros est réservé au projet immobilier Media square en 2019. D'après leur rapport, la RTBF a investi 5,3M€ en 2020 dans ce projet immobilier.

En outre, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF rend un rapport complémentaire 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.

⁶⁷ Une compensation structurelle excessive poserait de graves problèmes concurrentiels. En effet, le bénéficiaire de cette aide d'Etat risquerait d'être en mesure de baisser les prix sur les marchés commerciaux à des niveaux que les concurrents ne bénéficiant pas de telles aides ne pourraient suivre comme l'a jugé la Commission européenne notamment dans sa décision du 19 mai 2004 concernant TV2 Danemark (C1-2006/217/EC). C'est pourquoi l'article 64 du contrat de gestion confie au Collège d'Autorisation et de Contrôle la mission de vérifier que le remboursement des aides excessives, s'il échet, soit effectif. 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.

BILAN

Dans son « Rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public » du 23 avril 2021, le Collège des commissaires atteste que la RTBF consacre ses subventions à ses missions de service public et que la méthodologie appliquée par l'éditeur pour démontrer cette affectation est pertinente. 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.

En 2020, les activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public se soldent par un résultat positif de 69,4 millions d'euros, soit 9,6 millions d'euros de moins qu'en 2019. Cette baisse est expliquée par la diminution des revenus publicitaires. Les recettes de ces activités concernent essentiellement la publicité, le sponsoring, les câblo-opérateurs belges et étrangers, les ventes de programmes, les ventes de DVD, l'exploitation de la téléphonie interactive, la vidéo à la demande et les ventes de CD.

Le résultat positif de ces activités contribue au financement de la mission de service public.

Le coût net de la mission de service public est obtenu en retranchant à l'ensemble des charges (394,3M€) de l'entreprise :

1. L'ensemble des produits des activités non commerciales (13,2M€)
2. L'ensemble des produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public (83,1M€)
3. Le coût des autres activités commerciales (0,7M€)

Le coût net, s'obtient donc en additionnant toutes les charges (394,3M€) de la RTBF auxquelles on retranche, les différentes rentrées d'argent (97M€ (1+2+3)). Ensuite, ce coût net (394,3M€-97,3M€=**297,3M€**) est comparé à la dotation reçue par la RTBF (**297,7M€**). En ajoutant un(e) éventuel(le) produit (perte) (-3,3M€).

Pour l'exercice 2020, le total de ce calcul s'élevé à -3M€⁶⁸.

En conclusion, en 2020, les subventions ordinaires sont de 297,7M€ tandis que le coût net de la mission est de 297,3M€. En incluant, la perte de l'année passée de 3,3M€, la dotation de la RTBF ne parvient pas à couvrir le coût net, et ce, pour un montant de 3 millions d'euros. La règle en vigueur par rapport au coût net de la mission de service publique stipule que le montant de la dotation auquel on retranche le coût net de fonctionnement de la RTBF pour mener à bien ses missions, ne peut excéder 10% du montant de la dotation reçue. Ce qui signifie que la dotation reçue par la RTBF de 297,7M€ parvient à couvrir les coûts engendrés par la mission de la RTBF qui sont de 297,3M€, en dégagant un surplus de 0,3M€. Cependant, en incluant la perte à reporter sur l'exercice 2020 dans ce calcul, le surplus de 0,3M€, ne parvient pas à couvrir la perte à reporter de 3,3M€, ce qui engendre un solde de -3M€ pour la RTBF. Ce solde étant (de facto car négatif) inférieur à 10% de la dotation (soit 29,77M€), la RTBF respecte l'obligation.

⁶⁸ Chiffre arrondi par la RTBF dans son rapport.

AVIS

Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public⁶⁹ et une synthèse des charges de production de contenus, des charges de diffusion et des charges de technologies et supports⁷⁰ conformément à l'article 78.3 du contrat de gestion.

Le Collège des commissaires conclut que le niveau de dotation révèle une sous-compensation pour un montant de 3 millions d'€, montant restant inférieur à 10% du coût net de la mission de service public.

⁶⁹ Voir Tableau « Coût net de la mission de service public » page 89 du Rapport annuel RTBF 2020.

⁷⁰ Voir pp. 76-77 du Rapport annuel 2019.

EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES IMPORTANTS OU DES MODIFICATIONS SUBSTANTIELLES DES SERVICES EXISTANTS

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'un 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 deux conditions cumulatives suivantes :

- *Un nouveau domaine d'activité de l'entreprise, à savoir, tout service ou modification aboutissant à un service, autres que ceux visés aux articles 42 bis, 42 quater et 42 sexies ne tombant pas dans les conditions d'exemption prévues ci-dessous ;*
- *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 de la subvention allouée à la RTBF en contrepartie de ses missions de service public pour ces trois premières années ; un service dont le coût marginal prévisionnel pour les trois premières années ne remplit pas le seuil des 3% de la subvention allouée à la RTBF, mais qui au cours des trois premières années de sa mise en service est amené à le dépasser, fera l'objet d'une évaluation préalable en vertu du nouvel article 9 bis du décret statutaire et du présent article.*

L'article 45.2 comporte également les conditions d'exemption suivantes, ne constituant pas au sens de cet article un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant :

- *La diffusion ou la distribution simultanée des programmes, séquences de programmes et œuvres audiovisuelles extraits des services audiovisuels linéaires sur une nouvelle plateforme de diffusion ou de distribution, en application du principe de neutralité technologique ;*
- *Un service temporaire de moins de dix-huit mois effectué sous forme de test d'innovation destiné à collecter des informations sur la faisabilité et la valeur ajoutée de ce service temporaire ; s'il est décidé de lancer ce service temporaire de manière permanente et que celui répond à la définition de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant, une procédure d'évaluation préalable sera initiée (...).*

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, confiant à ce dernier une mission de contrôle des décisions du Conseil d'administration, dans les termes suivants :

45.3. Le conseil d'administration de l'entreprise transmet au bureau du CSA, dans le cadre de son rapport annuel, une synthèse des décisions qu'il prend concernant des nouveaux services ou des

modifications de services existants qui, au terme de son analyse, ne sont ni nouveaux, ni importants au sens de l'article 9bis du décret et au sens du présent article du contrat de gestion.

Le conseil d'administration notifie sur le champ toute décision, qu'elle soit positive ou négative, qu'il prend concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, 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 à l'article 45.2 du présent contrat de gestion, 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 à l'article 45.1 du présent contrat de gestion.

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.

Dans la documentation adressée au CSA dans le cadre de la procédure de contrôle annuel, la RTBF indique que le conseil d'administration de la RTBF a examiné l'évaluation préalable d'un service sur base de l'article 45, à savoir la pop-up radio « Pour vous avec vous » en DAB+. En l'occurrence, le conseil d'administration de l'éditeur a considéré que ce projet ne constituait pas un « nouveau service important ». La RTBF ne fournit aucune information permettant au Collège d'autorisation et de contrôle de prendre position par rapport à la décision du conseil d'administration.

Interrogé à ce sujet, l'éditeur a expliqué que selon son interprétation de l'article 45.3 du contrat de gestion, « L'alinéa 2 n'impose la transmission au bureau du CSA que des seules décisions – positives ou négatives – prises par le conseil d'administration de la RTBF concernant les nouveaux services importants ou les modifications substantielles de services existants, c'est-à-dire qui rencontrent les conditions cumulatives fixées par l'article 45.2 du contrat de gestion. Lorsque le service n'est pas important ou que la modification n'est pas substantielle, aucune notification au CSA n'est imposée. »

Cette interprétation très restrictive de l'article 45.3, alinéa 2 du contrat de gestion rend de facto caduque la mission de contrôle confiée au bureau du CSA, celui-ci n'étant en aucune manière alerté des décisions prises par le conseil d'administration en cours d'exercice, et ne disposant d'aucuns « motifs de fait et de droit » lui permettant de poser un regard critique sur les décisions du Conseil d'administration.

AVIS

Le Collège regrette une fois de plus de ne pas être informé en cours d'exercice des décisions prises par le Conseil d'administration de la RTBF dans le cadre de la procédure d'évaluation des nouveaux services importants, d'une part et d'autre part, de ne pas disposer d'éléments lui permettant d'analyser lesdites décisions autrement qu'à travers la synthèse extrêmement succincte transmise par la RTBF dans le cadre du rapport annuel. En effet, en l'absence de ces éléments, la démarche de contrôle exercée par le Collège ne peut s'exercer que si le Conseil d'administration de la RTBF venait à considérer un nouveau service audiovisuel comme important, tout service qualifié comme ne relevant pas de la catégorie de nouveau service important ou d'une modification substantielle de service existant n'étant soumis ni au Collège, ni au Bureau.

Le Collège prend acte de cette communication de la RTBF selon laquelle ce nouveau service ne constitue pas un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant.

A l'aube de la négociation d'un nouveau contrat de gestion, le Collège attire l'attention du législateur sur la nécessité de reformuler les dispositions de l'article 45 afin de clarifier les rôles et missions des différentes parties et d'assurer un contrôle effectif par le régulateur de la mise en œuvre de cet article par le Conseil d'administration de la RTBF.

CONCLUSION GENERALE

Dans le cadre de cet avis il est bien-sûr impossible de passer sous silence la crise sanitaire qui a affecté le pays tout entier et par voie de conséquence la RTBF.

Celle-ci, en tant qu'entreprise, a dû s'adapter en un temps record à la situation épidémique, tant dans sa gestion du personnel que dans sa programmation. Il est à souligner que la plupart de la programmation a pu être soit maintenue, soit adaptée en fonction des circonstances.

Le Collège salue les efforts fournis par le service public pour partager les informations officielles à destination de la population et plus généralement les programmes d'information, de mise en contexte, de débat qui ont été organisés autour de la crise.

La RTBF a démontré sa volonté de jouer un rôle de « médiateur » entre le monde culturel et les publics en lançant le plan #Restart organisé autour de ses quatre objectifs : rendre une existence aux événements musicaux et scéniques ; promouvoir les musées en Fédération Wallonie-Bruxelles ; valoriser les talents de la FWB et mobiliser les forces vives de la création et de la production. Le Collège salue la mise en œuvre du plan #restart ainsi que ses multiples effets bénéfiques.

Pour l'exercice 2020, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : la production propre, les quotas de diffusion d'œuvres européennes et d'œuvres européennes indépendantes récentes et les quotas musicaux.

Dans ces domaines, le Collège constate que la RTBF dépasse régulièrement les objectifs fixés par son contrat de gestion.

Concernant les programmes de développement culturel, si le Collège salue le dynamisme de l'adaptation de la RTBF face à la crise sanitaire, notamment via la mise en place du plan #Restart. Il réitère néanmoins ses constats des exercices précédents à propos des œuvres chorégraphiques et lyriques, considérant que le quota minimum de ces spectacles est rencontré de justesse par l'éditeur, ce qui ne reflète pas le dynamisme de cette scène en Fédération Wallonie-Bruxelles. Il encourage également la RTBF à davantage mettre en avant la diversité théâtrale de la FWB sur ses services linéaires. De manière générale, le Collège observe en effet un déséquilibre entre l'offre linéaire et non-linéaire en ce qui concerne les captations de spectacles. Interrogé à ce sujet, l'éditeur confirme qu'en 2020, il a fait le choix de capter un grand nombre de spectacles à destination d'Auvio. Si le Collège salue l'initiative de la RTBF de proposer au public une offre de captations dans un contexte d'arrêt de la vie culturelle et de fermeture des salles de spectacle, il constate néanmoins l'audience très limitée de ces captations sur Auvio et s'interroge dès lors sur l'exposition optimale des missions de services public de l'éditeur quant à cet aspect.

En matière de courts-métrages, si les quotas sont atteints, il constate que la RTBF diffuse la quasi-totalité de ceux-ci en seconde partie de soirée voire la nuit et encourage dès lors l'éditeur à davantage exploiter l'ensemble du créneau horaire 20-23h prévu par son Contrat de gestion, notamment pour la diffusion de courts-métrages inédits.

Sur les quotas musicaux, le Collège réitère son interrogation quant à l'absence d'objectifs à atteindre en termes de programmation musicale pour les nouveaux services Viva+ et Jam dans le cadre défini par le Contrat de gestion, étant donné les obligations définies par ailleurs dans le décret sur les services de médias audiovisuels et s'appliquant aux services privés.

Au sujet du Fonds pour les séries belges, si la RTBF n'a pu atteindre l'objectif d'y consacrer 25% de l'engagement minimum imposé, comme les deux précédentes années, la RTBF a indiqué au Collège que plusieurs projets de production de séries sont en cours et devraient permettre d'atteindre le quota pour les exercices à venir.

Toutefois, l'éditeur souhaiterait bénéficier d'une flexibilité dans l'affectation de l'arriéré cumulé des exercices 2018, 2019 et 2020. Le montant d'arriéré de 5.560.714 € est provisionné. Vu les arguments exposés par la RTBF et repris dans le présent avis, le Collège demeure ouvert aux propositions que l'éditeur pourrait officialiser en ce sens et pour autant qu'elles soient dans une optique de soutien à la production indépendante en Fédération Wallonie-Bruxelles.

En ce qui concerne la préservation et la valorisation des archives audiovisuelles, le Collège remercie la RTBF et la SONUMA pour la qualité des informations transmises dans le cadre du contrôle de l'exercice 2020. Ces informations mettent en lumière les importants efforts entrepris par la RTBF et la SONUMA dans la réalisation des missions de sauvegarde du patrimoine audiovisuel et d'ouverture des fonds vers les publics.

Concernant l'accessibilité des programmes, le Collège salue les résultats encourageants en matière de sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive bien qu'il constate une baisse de la durée ainsi que de la proportion d'inédits. Il tient à rappeler l'objectif du Règlement du 17 juillet 2018 qui vise la plus grande diversité possible de programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience sensorielle. Par ailleurs, en vue de rencontrer les objectifs du nouveau Règlement, il invite l'éditeur à intensifier fortement sa prise en charge de cet enjeu d'intérêt général, particulièrement en matière de programmes accessibles aux personnes en situation de déficience visuelle. En effet, le pourcentage de programmes audiodécrits diffusés aux heures de grande écoute reste insuffisant au regard du premier palier d'obligations fixé pour l'exercice 2021.

Au sujet de l'Égalité et la Diversité, le Collège invite l'éditeur à procéder à une évaluation du Plan annuel diversité – égalité approuvé par le Conseil d'administration en mars 2020, ainsi que le prévoit le contrat de gestion et à le communiquer au CSA ; à poursuivre la tenue annuelle de statistiques visant à dresser un état des lieux de la répartition hommes/femmes dans les ressources humaines et les postes de management et à en évaluer les évolutions, sur la base des indicateurs énoncés dans la section « Données chiffrées sur le personnel et son évolution » et enfin à se fixer des objectifs précis, quantitatifs et/ou qualitatifs, en matière d'égalité de genre et de diversité à l'antenne et dans les ressources humaines (plus spécifiquement pour la gestion des carrières et l'accès aux fonctions managériales).

Sur la jeunesse, le Collège a toujours eu une attention particulière pour l'expression directe des jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles dans les productions de l'éditeur. Naturellement, le contrôle de cette obligation n'a pas lieu d'être effectué en cette année de pandémie. De façon générale, le Collège salue la pertinence de nouvelles productions de la RTBF qui « *permettent d'éveiller les consciences et de susciter la réflexion* » tant vis-à-vis du jeune public avec des programmes originaux comme « Rocky et Lilly » que vers les adolescents et les jeunes gens avec, notamment, certains contenus digitaux de Tarmac qui touchent les jeunes au-delà de son premier public identifié « culture urbaine ». Lors de cet exercice, le Collège a aussi observé la place donnée par la RTBF au public « intermédiaire » entre les deux nouvelles tranches d'âge définies dans le contrat de gestion (4 à 14 ans et 15 à 25 ans). Le Collège constate que la RTBF s'adresse principalement à ces jeunes adolescents de 12-16 ans via les plateformes et réseaux sociaux, notamment par l'intermédiaire de youtubeurs ou de gamers. Au vu des audiences positives de

Tarmac, cet investissement du service public dans le digital pour s'adresser aux jeunes adolescents est naturellement à encourager.

Concernant le développement par la RTBF de son activité d'information rédactionnelle en ligne, le Collège constate que l'éditeur ne donne pas toutes les garanties requises pour attester du respect de chacune des conditions cumulatives fixées à l'article 42 sexies, k), tiret 2, i. Le Collège recommande dès lors à la RTBF d'étendre les outils de récolte de statistiques décrits à l'occasion du contrôle afin qu'ils permettent de rendre compte de l'ensemble de ces conditions, notamment celle impliquant que les articles publiés soient « produits ou traités » par les rédactions de la RTBF

Concernant plus spécifiquement la condition d'associer les articles publiés à « des images et des sons », le Collège s'interroge sur la conformité de la proportion tout juste majoritaire annoncée par l'éditeur. Il reste également dubitatif quant à l'argumentaire développé par l'éditeur. Pour rappel, le dispositif consiste, globalement, à limiter les possibilités pour la RTBF de développer une offre rédactionnelle en ligne sans ancrage de ces publications dans le caractère audiovisuel de ses activités.

En conséquence, le Collège propose à l'éditeur d'instaurer un dialogue afin de clarifier les implications des différentes interprétations exposées à l'occasion du contrôle. Il mandate les services du CSA pour organiser une réunion sur ce thème en début d'exercice 2022.

S'agissant de l'utilisation d'algorithmes de recommandation, le Collège déplore le manque de transparence quant à la dynamique de l'algorithme déployé sur son site internet et sur Auvio. Le Collège invite la RTBF à poursuivre la mise en place de métriques de monitoring du fonctionnement de son algorithme de recommandation selon les termes de l'article 42octies du contrat de gestion et à publier le résultat de ces mesures dans son rapport annuel lors des prochains exercices.

Concernant la procédure d'évaluation préalable avant le lancement de tout nouveau service audiovisuel ou de toute modification d'un service audiovisuel existant, le Collège regrette le manque de transparence qui rend caduque la procédure de contrôle prévue à l'article 45 du contrat de gestion.

Enfin, puisqu'il s'agit du dernier contrôle utile exercé par le Collège avant la discussion sur le futur Contrat de gestion, le Collège établira à destination du Gouvernement et du Parlement une synthèse des éléments saillants et structurels repris dans ce contrôle et dans les précédents.

Fait à Bruxelles, le 16 décembre 2021.

DocuSigned by:
Karim Bourki
08013E62BA9E470...

DocuSigned by:
Mathilde Alet
8CA19B3ED537454...