

RTBF – AVIS 2016
CONSEIL SUPERIEUR DE
L'AUDIOVISUEL
DECEMBRE 2017



Table des matières

INTRODUCTION	7
OFFRE DE SERVICES.....	8
MEDIAS 2016-2017	8
CONTEXTE	8
BILAN	8
L'offre radio.....	9
La plateforme « Auvio » et la VOD	9
Les sites internet	10
Les réseaux sociaux.....	10
Focus : le nouveau service Tarmac.....	10
AVIS	12
ARCHIVES.....	12
CONTEXTE	12
BILAN	12
L'exploitation des archives	12
La mise à disposition des archives pour les publics	13
La plateforme numérique pour l'enseignement.....	13
AVIS	13
FINANCES	14
TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES.....	14
CONTEXTE	14
BILAN	15
Etat des lieux.....	15
Recettes publicitaires	16
Cout net de la mission de service public.....	17
AVIS	17
MISSION DE SERVICE PUBLIC EN MATIERE D'OFFRE DE PROGRAMMES D'INFORMATION.....	18
CONTEXTE.....	18
BILAN	18
RADIO.....	18
TÉLÉVISION.....	23
AVIS	26

DEVELOPPEMENT CULTUREL.....	27
CONTEXTE.....	27
BILAN	27
DIVERSITÉ DES DISCIPLINES COUVERTES ET MISE EN VALEUR DES ARTISTES DE LA FWB.....	27
Diversité de genre des artistes	28
MISE EN VALEUR DES LIEUX CULTURELS DANS LES PROGRAMMES DE LA RTBF	29
Télévision	29
Radio.....	32
Télévision et radio : valorisation des lieux culturels dans les programmes.....	35
AVIS.....	36
PRODUCTION PROPRE ET QUOTAS DE DIFFUSION.....	37
PRODUCTION PROPRE TV	37
CONTEXTE	37
BILAN	37
AVIS.....	37
QUOTAS TV	37
CONTEXTE	37
BILAN	38
AVIS	39
PRODUCTION PROPRE RADIO	40
CONTEXTE	40
BILAN	40
AVIS	40
QUOTAS RADIO.....	41
CONTEXTE	41
BILAN	41
AVIS	44
PRODUCTION INDÉPENDANTE.....	45
LES INVESTISSEMENTS	45
CONTEXTE	45
BILAN	46
Montants investis.....	46
Clé de répartition.....	47
Œuvres majoritaires	48

Partenariats avec les producteurs indépendants.....	48
Contrats-cadres	49
LE FONDS POUR LES SERIES BELGES	49
CONTEXTE	49
BILAN	49
Appels à projets 2016	50
Projets en coproduction en 2016.....	50
Perspectives	51
LE FONDS SPÉCIAL POUR LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DE CRÉATION	51
CONTEXTE	51
BILAN	52
AVIS	52
WEBCREATION.....	53
CONTEXTE	53
BILAN	53
Appel à projets Webséries	53
Webdocumentaires.....	54
Réalité virtuelle	54
Perspectives 2017	54
AVIS	55
ACCESSIBILITE.....	56
CONTEXTE.....	56
SOUS-TITRAGE.....	56
TRADUCTION GESTUELLE.....	56
AUDIODESCRIPTION	56
NAVIGATION INTERNET.....	56
BILAN	56
SOUS-TITRAGE.....	56
TRADUCTION GESTUELLE.....	57
AUDIODESCRIPTION	58
NAVIGATION INTERNET.....	58
COMMUNICATION SUR LES PROGRAMMES ACCESSIBLES	58
AVIS	58
ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ	59

CONTEXTE.....	59
BILAN	59
AVIS	60
PROGRAMMATION JEUNESSE	61
CONTEXTE.....	61
BILAN	61
Deux labels	61
LA PARTICIPATION.....	62
Programmes « enfants »	63
Programmes « adolescents »	63
L'IMPLICATION DES ARTISTES.....	64
Programmes « enfants »	64
Programmes « adolescents »	65
LES COLLABORATIONS AVEC LES OPERATEURS RECONNUS	65
AVIS	66
RELATIONS AVEC LES PUBLICS	67
LE TRAITEMENT DES DEMANDES DU PUBLIC PAR LE SERVICE DE MEDIATION.....	67
CONTEXTE	67
BILAN	67
Focus : le respect des horaires ou les déprogrammations.....	68
AVIS	69
LE PROGRAMME DE MÉDIATION.....	69
CONTEXTE	69
Interprétation du Collège	69
BILAN	70
Diffusion de Médialog en 2016.....	70
AVIS	71
LES PUBLICS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	72
CONTEXTE	72
BILAN	72
AVIS	73
EDUCATION AUX MEDIAS	74
CONTEXTE.....	74
BILAN	74

PLAN STRATEGIQUE D'EDUCATION AUX MEDIAS.....	74
PROGRAMMES D'EDUCATION AUX MEDIAS.....	75
Télévision	76
Radio.....	76
EDUCATION AUX MEDIAS POUR LES ENFANTS	76
EDUCATION AUX MEDIAS POUR LES ADOLESCENTS	77
LE SITE INTERNET.....	77
HORS ANTENNE.....	77
AVIS	78
EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES	79
CONCLUSION GENERALE	81

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 annuellement selon les modalités décrites par le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

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

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

La RTBF a transmis son rapport annuel 2016 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 26 octobre 2017 par le Collège d'autorisation et de contrôle.

Le présent avis se compose de 10 fiches thématiques :

1. Offre de services
2. Éléments financiers
3. Information
4. Culture
5. Quotas de diffusion
6. Production
7. Accessibilité & diversité / égalité
8. Jeunesse
9. Relation avec les publics
10. Éducation aux médias

Toutes les missions portées par le contrat de gestion sont contrôlées par le CSA. Celles reprises ci-dessus font, pour l'exercice 2016, l'objet d'approfondissements spécifiques et d'un compte-rendu prospectif.

OFFRE DE SERVICES

MEDIAS 2016-2017

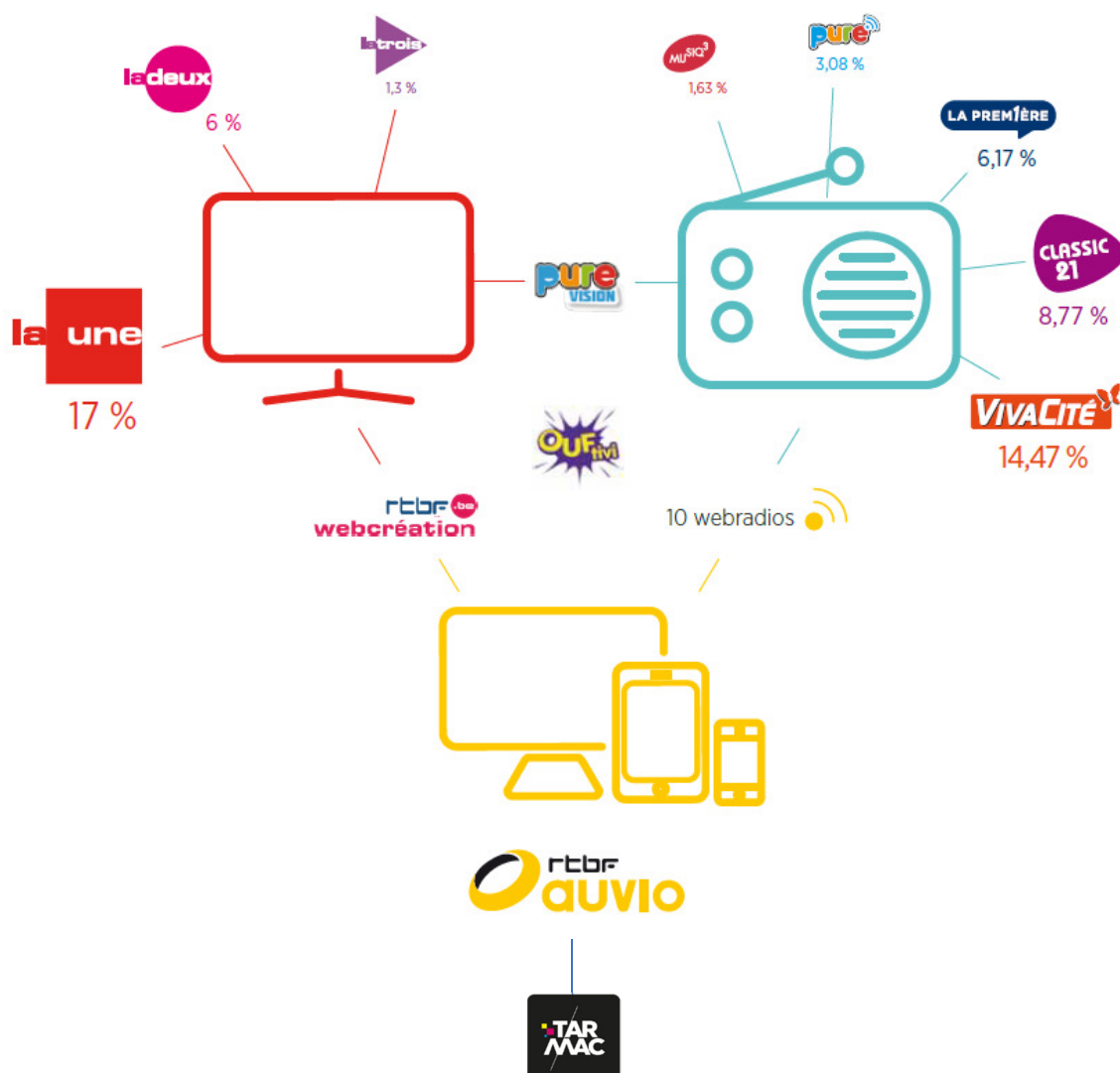
CONTEXTE

Articles 6, 42 et 46 du contrat de gestion :

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

En radio, la RTBF doit éditer cinq services de médias sonores complémentaires : deux généralistes et trois musicaux (classiques et non classiques).

BILAN



[L'offre radio](#)

Disponibilité en 2016 des différents services de radio selon les plateformes de diffusion

Chaîne	FM	AM Ondes moyennes	DAB	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Stream Internet
La Première	oui	oui	oui	non	oui	oui	oui	oui***	oui
Vivacité	oui	oui	oui	non	oui**	oui	non	oui***	oui
Classic 21	oui	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Musiq3	oui	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Pure FM	oui	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
RTBFi	oui*	oui	non	non	non	non	non	oui****	oui
10 webradios	non	non	non	non	non	non	non	non	oui

* Kinshasa

** Viva Bruxelles

*** TélésAT

**** AB3 en Afrique (Bande C)

État des lieux du déploiement de l'offre webradios de la RTBF pour l'exercice 2016. L'éditeur répertorie 10 services dont 7 déclinaisons de Classic 21.

Web Radio	Caractéristiques
Classic 21 60'S	Webradio des Golden Sixties
Classic 21 70'S	Le son des années 70
Classic 21 80'S	Le son des années 80
Classic 21 90'S	Le best des années 90 rock, pop et grunge
Classic 21 Metal	Une radio musicale consacrée au genre « metal »
Classic 21 Blues	Une radio musicale consacrée au genre « blues »
Classic 21 Reggae (NEW)	Webradio consacrée à l'âge d'or du roots reggae jamaïcain
Ouftivi	Webradio des jeunes de 8 à 13 ans, le complément à l'offre jeunesse de La Trois
Pure 2	Le complément à l'offre de Pure
La Première – La Vie en Rose	Webradio 100% chansons françaises, en suite numérique d'un programme quotidien

En 2017, deux nouvelles webradios ont été lancées : Classic 21 « Route 66 » et Classic 21 « SoulPower » ainsi qu'une large offre webradios issues de Tarmac (voir ci-après).

[La plateforme « Auvio » et la VOD](#)

Depuis avril 2016, c'est la plateforme Auvio qui centralise l'offre audiovisuelle en ligne de la RTBF : contenus vidéos et sonores, en direct et à la demande, inédits et en rediffusion.

Certains contenus, tels que les journaux d'informations, les séries ou certains programmes achetés sont généralement disponibles pendant environ une semaine, tandis que d'autres – tels que des magazines produits par la RTBF – le sont plus longtemps.

En 2016, la RTBF a lancé un système d'identification unique – via Facebook, Google ou adresse mail - qui permet aux internautes d'accéder à toute une série de services (concours, newsletter, « mon Auvio ») sur l'ensemble de ses sites. Ce dernier permet notamment aux utilisateurs d'ajouter des programmes à leurs favoris ou d'en sélectionner pour visionnage ultérieur. Actuellement, les utilisateurs qui ne souhaitent pas s'identifier ont néanmoins accès à l'ensemble des contenus proposés sur la plateforme.

Ce système s'inscrit dans une nouvelle stratégie, lancée en 2016, visant à mieux valoriser les données que la RTBF collecte sur la consommation de ses médias digitaux. Celle-ci se déploie en plusieurs étapes :

- une plateforme interne permettant la centralisation de toutes les données de consommation digitale ;
- la définition d'algorithmes de recommandations, à partir de l'interaction de ces données personnelles et d'autres métadonnées, enrichie par de la documentation associée à chaque contenu. Objectif : pouvoir progressivement personnaliser l'accès aux utilisateurs aux contenus produits par la RTBF.

La RTBF a actualisé sa charte d'utilisation des données personnelles des usagers¹. Certaines questions restent néanmoins ouvertes quant au traitement de ces données, notamment concernant les dispositifs qui sont gérés par des tierces parties : la publicité ciblée, le partage sur les réseaux sociaux...

Le « Pass Culture », première offre de SVOD lancée par la RTBF en 2015, continue d'être proposé via la plateforme VOD de Proximus TV. Pour 3.95 € par mois, l'abonné dispose d'un accès illimité à un catalogue de contenus culturels tels que des programmes (Libre Echange, Tellement Ciné, Les Sentinelles), des archives, et des contenus premium (cinéma belge et d'auteur, captations de concerts).

[Les sites internet](#)

L'offre en ligne de la RTBF se déploie principalement sur les sites et onglets « RTBF info », « RTBF sport », « RTBF culture », « RTBF international » et « RTBF tendance ». Chaque radio de la RTBF a son propre site.

L'onglet « Webcréation » reprend toute l'offre audiovisuelle en webcréation ainsi que des articles spécifiques liés à l'actualité de la création connectée. L'onglet 14-18 est un dossier consacré à la 1^{ère} guerre mondiale. Le site OUFtivi reprend l'offre jeunesse en ligne.

S'ajoutent les onglets RTBF entreprise, les pages éducations aux médias et contacts, les onglets « services », « RTBF TV » avec les programmes et enfin « RTBF tickets », une plateforme de vente de tickets de concerts et de spectacles en partenariat avec la FNAC,

[Les réseaux sociaux](#)

La RTBF administre plus de 120 pages Facebook et 40 comptes Twitter². En 2016, elle a également diffusé des contenus sur Snapchat avec le format d'information « Le 1 minute ».

[Focus : le nouveau service Tarmac](#)

Tarmac, le nouveau « *média digital hip hop belge* » est un média exclusivement numérique proposant une offre audiovisuelle et écrite sur internet et sur les réseaux sociaux (webradios ; podcasts ; applications mobiles ; contenus sur Facebook, Youtube, Twitch, Snapchat, Twitter et Instagram).

¹ Voir : <https://www.rtbef.be/charte/detail#proprietaireplus>

² Voir chapitre « Publics » de l'avis.

Tarmac a été lancé en juin 2017. La description ci-dessous fait le point sur l'offre du média après 4 mois d'existence.

L'offre vidéo

- Tous les matins, Anne Sarah présente le programme [Izi Morning](#), format court (5-9 minutes) qui fait le tour de l'actualité musicale, des stars, des buzzs, des réseaux sociaux...
- En 4-6 minutes, le programme [Abdel en live](#), présenté par le Youtubeur [Abdel en vrai](#), questionne avec pédagogie et humour des sujets tels que les émeutes dans le centre de Bruxelles, le cannabis, le tabac...
- [IDT](#) – ou Info Demo Tuto - est un programme de danse produit par le collectif « 2Mad ». IDT propose soit l'apprentissage d'une chorégraphie avec un.e danseur.euse, soit une rencontre avec un.e artiste ou collectif (par exemple : Marvin Goffin, Urban Dancer, le collectif Ronin, Alex the Cage...).
- [Flag et Flag box](#) sont les programmes musicaux de Tarmac. Flag est un magazine d'environ 15 minutes au cours duquel Loxley - du groupe de hip hop belge l'Or du Commun - passe une journée avec un artiste. Flag box est un format court d'interview. La rubrique Flag propose également des live sessions. La plupart des artistes mis en valeur sont issus de la scène belge.
- Le Stand Up a également une place de choix avec [Tarmac Comedy](#), filmé depuis les studios de Tarmac.
- Les animateurs Sunny et Tahiti testent des nouveaux jeux vidéo en live dans QLS (Que le stream) chaque semaine sur la page Tarmac de la plateforme de Gaming [Twitch](#). Le format a aussi [une page Twitter dédiée](#).
- [Glitch](#) : Chroniques humoristiques de Sunny et Tahiti autour de la technologie : « On a testé » des montres connectées, les trottinettes électroniques, l'iPhone X, les applications spéciales blocus, ...
- « Clap Interview », « le Tête à tête », « Tu valides ou pas » ... sont différents formats d'interviews d'artistes (cinéma, musique).

L'offre radio

- [Une radio live TARMAC](#), diffusée en live et en DAB+.

Avec les programmes :

- « Je vous salue Ma Rue » (libre antenne) diffusée tous les soirs de la semaine en direct de 20h à 22h et en [replay](#) sur Tarmac. Le programme aborde des sujets tels que l'actualité musicale, l'humour, la sexualité, traite l'information de manière décalée et accueille chaque jour un invité (artiste, designer, sportif, organisateur d'évènements, etc).
- [Milkshake](#), présenté comme « le girl power du weekend » est une courte émission de radio (+/- 15 minutes) présentée par quatre animatrices. L'émission propose des quizz, des actualités, des débats et est destinée à un jeune public féminin. Elle est diffusée en live et en replay.

Les webradios

[Sept webradios sont](#) proposées : Tarmac FR, Tarmac RNB, Tarmac US, Tarmac Chillin', Tarmac Island, Tarmac Worldwide et Tarmac Hits.

Les mixtapes

Des [Mixtapes](#) quotidiennes par différents DJ, la plupart issus de la scène belge (DJ Junior Goodfellaz, DJ Odilon, DJ TanaFlow, DJ Sonar...).

AVIS

Les obligations sont rencontrées.

La RTBF a rencontré ses obligations en termes d'offre de services en ligne, télévisuels et de radio. Les évolutions de la plateforme AUVIO et de l'offre en ligne ouvrent de nouvelles perspectives auxquelles le Collège sera particulièrement attentif dans le cadre des prochains contrôles.

Le nouveau média digital Tarmac concrétise d'ores et déjà une série d'enjeux pour la RTBF, tant en termes de mise en avant des talents de la FWB, que de diversité culturelle et de jeunesse. Le Collège accordera une attention particulière à son évolution.

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.* »

BILAN

L'exploitation des archives

Créée en 2009, la SONUMA SA - dont l'actionnariat est constitué de la Wallonie (50%), la FWB (10%) et de la RTBF (40%) - est responsable de la numérisation, de la préservation et de la valorisation des fonds audiovisuels en FWB.

A ce jour, la SONUMA déclare avoir numérisé 90.000 heures d'émissions de radio, 90.000 heures de programmes TV et 12.000 photos³. Le marché conclut en 2014, visant à l'indexation des contenus numérisés, se poursuit.

³ <https://www.sonuma.be/about> consulté le 30/11/2017.

Le catalogue de la SONUMA est valorisé parmi les collections partenaires de la plateforme de vente en ligne de l'Institut national de l'audiovisuel (France), InaMédiapro. Au 31 décembre 2016, la SONUMA y avait déposé 5360 séquences et émissions d'archives audiovisuelles.

Toutes les équipes de la RTBF ont accès aux archives numérisées et peuvent les rapatrier dans les outils de montage. La RTBF déclare qu'elle « *constate une recrudescence de l'utilisation d'archives dans les productions et dans l'information* » en 2016.

[La mise à disposition des archives pour les publics](#)

Plus de 5000 séquences⁴ sont à disposition du public sur le site de la SONUMA.

Après plusieurs années de retard dû au clearing des droits, l'élaboration d'un catalogue de mise à disposition de contenus pour le grand public a été mise en chantier en 2016.

Dans le cadre du programme « Archives Sonuma » diffusé sur La Trois, de nombreux programmes culturels, touristiques, d'entretiens... ont pu être redécouverts par le public.

[La plateforme numérique pour l'enseignement](#)

Au cours des premiers exercices, la RTBF faisait état de plusieurs rencontres entre les parties visant à la mise en place d'un portail de ressources audiovisuelles à destination du secteur de l'enseignement.

Dans son rapport 2015, la RTBF expliquait qu'en vertu de l'ambition de la Ministre de l'enseignement de l'époque de développer un projet plus large de plateforme internet à destination des enseignants, la RTBF avait considéré ne plus être le développeur de ce portail et avait adapté son budget initial.

Le Collège avait alors invité la RTBF « *à reprendre les contacts utiles pour poursuivre la réflexion autour de la mise en place de cette plateforme* ». En 2016, et alors que la compétence de l'enseignement relève d'une autre Ministre depuis avril de la même année, la RTBF n'a pas relancé le projet.

La SONUMA ouvre néanmoins ses fonds aux étudiants et aux chercheurs.

AVIS

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

Le Collège constate que la RTBF n'a pas relancé le projet de plateforme numérique à destination des enseignants et que la collaboration avec la SONUMA et la FWB n'a pas abouti. L'obligation définie à l'article 17§3 du contrat de gestion étant libellée « *sous réserve des moyens disponibles* », le Collège appelle la RTBF de reprendre l'initiative d'une collaboration entre les trois parties afin d'aboutir à la mise en place de la plateforme.

⁴ Les séquences reprennent des extraits de quelques minutes, mais également certaines émissions complètes.

FINANCES

TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES

CONTEXTE

Chaque année, la RTBF publie sur son site internet⁵ les informations de transparence requises⁶, en ce compris une synthèse de ses comptes annuels pour l'exercice écoulé (2016).

En outre, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF rend⁷ 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.

Par ailleurs, comme prévu par l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur au Collège est complété par :

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

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises⁸ et contient les comptes et bilan 2016 de ses filiales et sociétés dans lesquelles elle détient une participation inférieure à 50 %, ainsi que le rapport de gestion correspondant⁹.

En vertu de l'article 71.4 du contrat de gestion, les recettes nettes de publicité de la RTBF sur ses chaînes de radio et de télévision, déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire, des moyens complémentaires affectés à la production audiovisuelle indépendante et des moyens affectés au Fonds d'aide à la création radiophonique¹⁰ ne peuvent pas excéder les 30 % des recettes totales de l'entreprise.

En outre, afin de préserver les recettes de publicité des éditeurs de presse écrite sur internet et dans un objectif de maintien du pluralisme de la presse écrite imprimée, la Fédération Wallonie-Bruxelles impose à la RTBF, à l'article 75 du contrat de gestion de verser à un Fonds intitulé « Fonds de soutien aux médias d'information » les recettes nettes des publicités sous forme de « *displays* » autour des contenus écrits de son site d'information www.rtbef.be/info, qui dépasseraient un montant de 600.000 € pour l'exercice.

⁵ www.rtbef.be/entreprise/rtbf-groupe.

⁶ 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.

⁷ Courrier daté du 28 avril 2017.

⁸ Voy. le Rapport annuel 2016 de la RTBF, pp. 82-83.

⁹ Voy. article 80, al. 2, du contrat de gestion.

¹⁰ Voy. article 80, al. 2, du contrat de gestion.

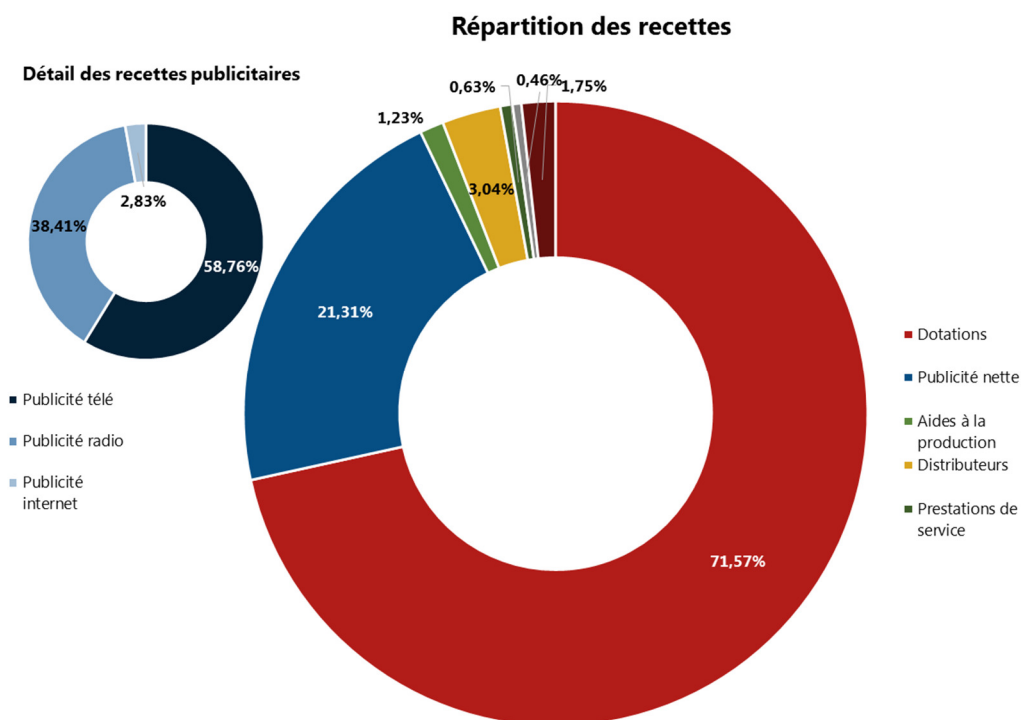
Enfin, en vertu de l'article 64 du contrat de gestion, les subventions publiques affectées par la Fédération Wallonie-Bruxelles à la RTBF ne peuvent excéder les coûts nets induits par la mission de service public de l'entreprise, compte tenu de ses autres revenus, y compris de nature commerciale, directs ou indirects. À défaut, en cas de surcompensation, c'est-à-dire dans l'hypothèse d'un dépassement du coût net de la fourniture du service public, cette surcompensation ne peut excéder 10% des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public (art. 64 du contrat de gestion)¹¹ car 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 la 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

Etat des lieux

Le graphique ci-dessous détaille les sources de revenus de la RTBF pour l'exercice 2016.

Afin de gagner en précision, le segment « Publicité nette » fait l'objet d'une illustration spécifique.

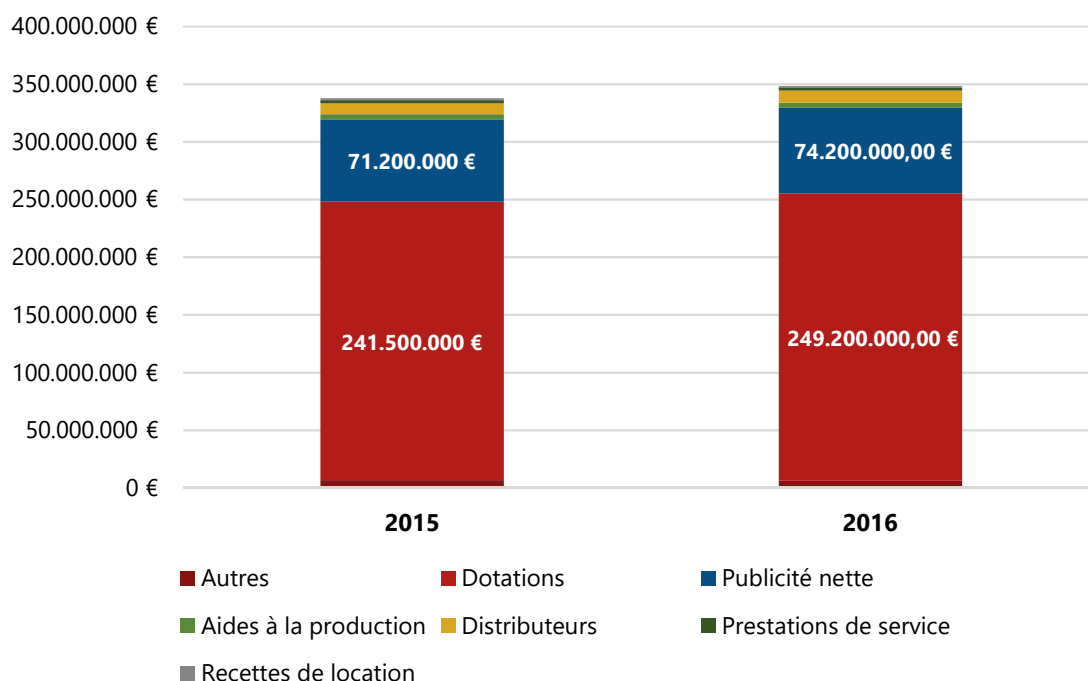


¹¹ Sauf exception dûment motivée en cas d'affectation, limitée dans le temps, de cette surcompensation à des dépenses importantes et non récurrentes, nécessaires à l'accomplissement de la mission de service public et imposées préalablement par le Gouvernement. Voy. à ce sujet la Communication de la Commission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

Le graphique ci-dessous détaille l'évolution des catégories de recettes de la RTBF entre 2015 et 2016.

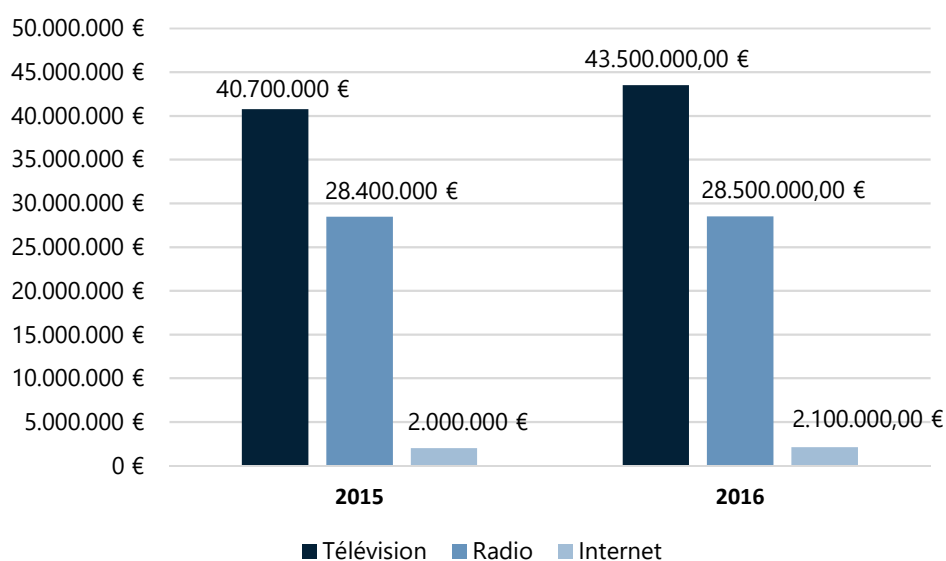
Les données indiquent une évolution positive des revenus de la RTBF (+3.14%), notamment liée aux dotations (+3,19%), aux recettes publicitaires (+4,21%) et à la distribution (+11,58%).

Evolution des recettes publicitaires nettes de la RTBF 2015-2016



Recettes publicitaires

Evolution des recettes publicitaires nettes de la RTBF 2015-2016



Alors que les recettes publicitaires restent stables en radio, elles augmentent en télévision (+6.9%), notamment sous l'effet des retransmissions de matches de l'Euro 2016 de football. Elles augmentent

également sur internet (+5%). La RTBF déclare notamment un montant de 249.294,6 € de recettes sous forme de displays provenant du site RTBF.be/info.

A la lumière des comptes annuels de l'entreprise, le Collège constate une augmentation de 4,2% des recettes publicitaires de la RTBF, celles-ci atteignent 74,2 millions d'euros pour 2016.

Coût net de la mission de service public

Dans son « Rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public » du 28 avril 2017, le Collège des commissaires atteste que les subventions ordinaires et spécifiques sont bien affectées aux missions de service public de la RTBF, que la méthodologie appliquée par la RTBF dans le cadre du calcul du résultat de la mission de service public est pertinente et que le résultat du calcul résumé ci-dessous est fiable. Ce calcul est basé sur la ventilation analytique des dépenses entre (i) les activités non commerciales, (ii) les activités commerciales tirant un avantage direct de la mission de service public et (iii) les autres activités commerciales.

Le Collège des commissaires en conclut que le niveau de dotation révèle une surcompensation du coût net de la mission de service public pour un montant de 1,5 millions d'€, montant inférieur à 10% du coût net de la mission de service public. Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public conformément à l'article 50, d), du contrat de gestion¹².

AVIS

Le Collège constate que les revenus publicitaires de la RTBF n'excèdent pas le pallier de 30% des recettes totales fixé par l'article 71.4 du contrat de gestion. L'obligation est rencontrée.

La Collège constate que les recettes sous forme de displays sur RTBF.be/info n'excèdent pas le pallier de 600.000 euros 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.

Enfin, conformément à l'article 50, d) du contrat de gestion, le rapport annuel de la RTBF comprend un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public¹³. Le Collège des commissaires conclut que le niveau de dotation révèle une surcompensation pour un montant de 1,5 millions d'€, montant restant inférieur à 10% du coût net de la mission de service public.

¹² Le décret du 9 janvier 2015, paru le 11 mars 2015 au Moniteur belge impose à la RTBF d'établir « une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus de l'exercice des activités de l'entreprise, ventilant ceux liés directement à l'exercice de la mission de service public, ceux des activités mixtes, ainsi que ceux relevant des activités commerciales et un aperçu exhaustif des coûts nets de l'exercice de la mission de service public ». Pour un détail de ce calcul et des différentes catégories de dépenses, voy. le Rapport annuel 2016 de la RTBF, pp. 103-104.

¹³ Le décret du 9 janvier 2015, paru le 11 mars 2015 au Moniteur belge impose à la RTBF d'établir « une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus de l'exercice des activités de l'entreprise, ventilant ceux liés directement à l'exercice de la mission de service public, ceux des activités mixtes, ainsi que ceux relevant des activités commerciales et un aperçu exhaustif des coûts nets de l'exercice de la mission de service public ». Pour un détail de ce calcul et des différentes catégories de dépenses, voy. le Rapport annuel 2016 de la RTBF, pp. 103-104.

MISSION DE SERVICE PUBLIC EN MATIERE D'OFFRE DE PROGRAMMES D'INFORMATION

CONTEXTE

Article 22

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

BILAN

RADIO

Obligations	La 1ère	Durée	Fréquence	Vivacité	Durée	Fréquence
Minimum 10 journaux parlés et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste	15 JP	130 minutes	Quotidienne (lu-ve)	10 JP	101 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	16 flashs	32 minutes	Quotidienne (lu-ve)	12 flashs	24 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	11 JP	97 minutes	W-E	11 JP	83 minutes	W-E
	14 flashs	29 minutes	W-E	13 flashs	26 minutes	W-E
				Journaux sportifs	6 minutes	Quotidienne
	TOTAL Quotidien (titres compris)	162 (lu-ve) + 126 (sa-di)		TOTAL	156 + 115	
	Production propre lu-ve	100%		Production propre lu-ve	77%	Les 23% restant viennent de La 1ère
	Production propre w-e	100%		Production propre w-e	63%	Les 37% restant viennent de La 1ère
Minimum 1 séquence d'information multirégionale par jour en semaine	Vivre ici (pendant radio du site du même nom)	~6 minutes	Quotidienne (lu-ve)			
Sur une chaîne à vocation régionale, plusieurs journaux et séquences d'information en décrochage régional par jour en semaine				3 journaux régionaux - 6 décrochages	19 minutes	Quotidienne (lu-ve)
				Matinales - 6 décrochages	90 minutes ¹⁴	Quotidienne (lu-ve)
				Allers-retours - 4 décrochages	90 minutes ¹⁵	Quotidienne (lu-ve)

¹⁴ Le programme dure 120 minutes mais 30 minutes ont été enlevées pour décompter la publicité et la musique.

¹⁵ Idem.

Les matinales et les programmes « Allers-Retours » de Vivacité sont des plages animées en décrochages, elles contiennent diverses séquences de services, d'informations culturelles, d'informations sportives, etc. Elles sont mentionnées dans ce tableau car elles constituent une valeur ajoutée de l'offre de la RTBF mais leurs durées ne sont pas reprises dans les répartitions ci-après car seuls les journaux parlés sont comptabilisés.

Pour les autres programmes d'information, les objectifs sont les suivants :

Minimum 3 programmes par semaine contenant des débats, des forums et/ou des entretiens d'actualités	A votre avis	45 minutes	Hebdomadaire (di)
	Le Forum de Midi Prem1ère	50 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	Ce Qui Fait Débat	10-12 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	Face à l'Info	20-25 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	Le grand oral	45 minutes	Hebdo (sa)
	Les Coulisses des Pouvoirs	~3 minutes	Lu>jeu
	Trois questions à	~5 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	Dans quel monde on vit	52 minutes	Hebdo (sa)
Minimum 3 programmes ou séquences différents par semaine, portant notamment sur l'actualité et les enjeux internationaux	Afrik'hebdo	25 minutes	Hebdo (sa)
	La question du monde	~4 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	La semaine de l'Europe	~36 minutes	Hebdo (di)
	L'actualité francophone	~16 minutes	Hebdo (sa)
	Les Coulisses des Pouvoirs - Europe (avec Euranet)	~3 minutes	Hebdo (ve)
	La Chronique européenne	~5 minutes	Quotidienne (lu-ve)

Les obligations en radio sont remplies principalement avec l'offre de La Première et, sur les aspects régionaux en décrochage, par Vivacité.

Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessus, les flashs et JP sont différenciés en grande partie entre La Première et Vivacité avec, notamment, une place plus importante réservée à l'actualité sportive sur Vivacité.

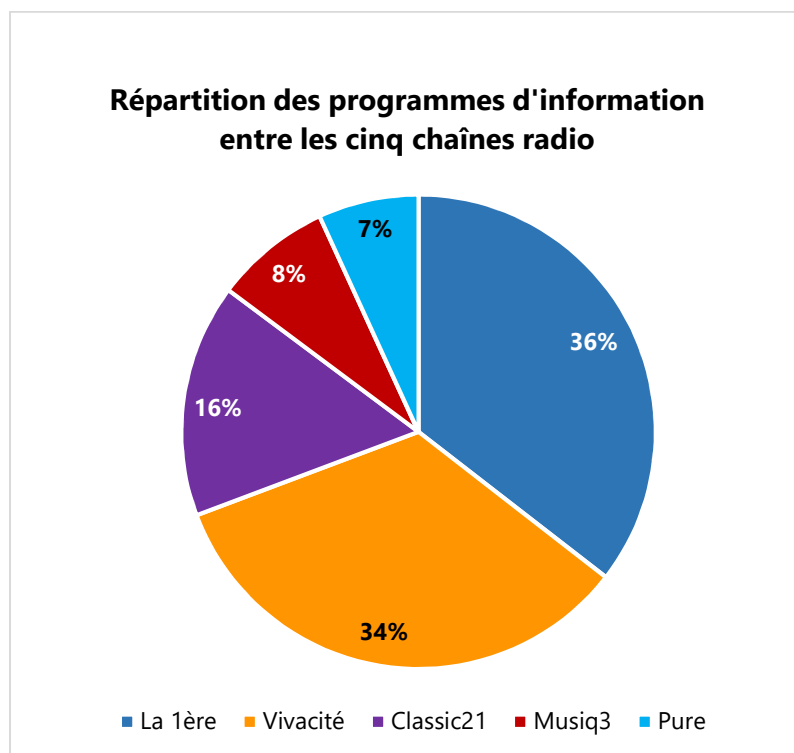
En plus des catégories de programmes d'information imposées par le contrat de gestion, La Première produit un programme d'analyse de l'actualité économique : « 7 Eco » (36 éditions de 15 minutes en 2016). Ce programme est filmé et également diffusé en télévision sur La Trois.

Les chaînes musicales (Classic 21, Musiq3 et Pure) proposent également, à certaines heures de la journée, des flashes et JP qui leur sont communs mais différents de ceux de La Première et Vivacité. Cette offre est complétée par la diffusion de flashes et JP de La Première.

Classic21	Durée	Fréquence	Musiq3	Durée	Fréquence	Pure	Durée	Fréquence
8 JP	58 minutes	Quotidienne (lu-ve)	6 JP	31 minutes	Quotidienne (lu-ve)	6 JP	27 minutes	Quotidienne (lu-ve)
9 flashes	18 minutes	Quotidienne (lu-ve)	1 flash	2 minutes	Quotidienne (lu-ve)	2 flashes	4 minutes	Quotidienne (lu-ve)
5 JP	24 minutes	W-E	4 JP	19 minutes	W-E	4 JP	19 minutes	W-E
12 flashes	24 minutes	W-E	2 flash	5 minutes	W-E	3 flashes	6 minutes	W-E
			1 chronique économique	3 minutes	Quotidienne (lu-ve)			
TOTAL	76+48		TOTAL	38+24		TOTAL	31+25	
Informations produites pour les radios musicales lu-ve	62%	Les 38% restant viennent de La 1 ^{ère}	Informations produites pour les radios musicales lu-ve	66%	Les 34% restant viennent de La 1 ^{ère}	Informations produites pour les radios musicales lu-ve	68%	Les 32% restant viennent de La 1 ^{ère}
Informations produites pour les radios musicales w-e	44%	Les 56% restant viennent de La 1 ^{ère}	Informations produites pour les radios musicales w-e	79%	Les 21% restant viennent de La 1 ^{ère}	Informations produites pour les radios musicales w-e	68%	Les 32% restant viennent de La 1 ^{ère}

Les proportions d'informations produites pour les radios musicales varient en fonction du nombre total de bulletins d'information diffusés sur une journée, par exemple, la proportion sur Classic21 est plus faible parce qu'elle diffuse plus de bulletins d'information sur la journée, les bulletins provenant de La Première sont dès lors plus nombreux.

La répartition entre toutes les radios de l'offre de JP et flashes d'information se présente donc comme suit :

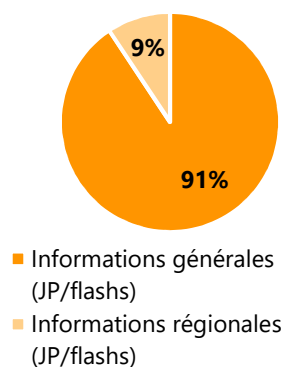


Les pourcentages sont calculés sur base des durées mensuelles moyennes en minutes pour chaque type d'obligation.

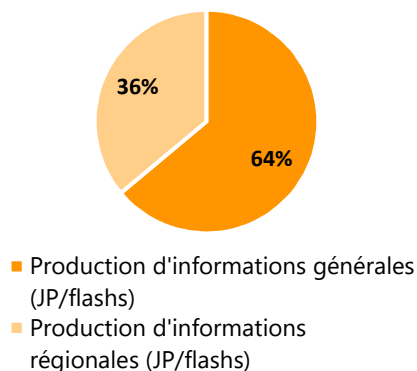
L'offre est plus importante sur les deux radios généralistes ce qui est logique étant donné que ce sont des radios davantage dédiées au contenu que les radios musicales.

Sur Vivacité, l'offre pour l'auditeur en matière de bulletins d'information générale par rapport à ceux d'information régionale est assez déséquilibrée, notamment parce l'offre d'information générale est très conséquente. Ceci étant, si l'on considère ce que la RTBF produit dans sa globalité en termes d'informations régionales, soit 19 minutes par jour multipliées par 6 décrochages, la répartition entre les deux est nettement plus équilibrée.

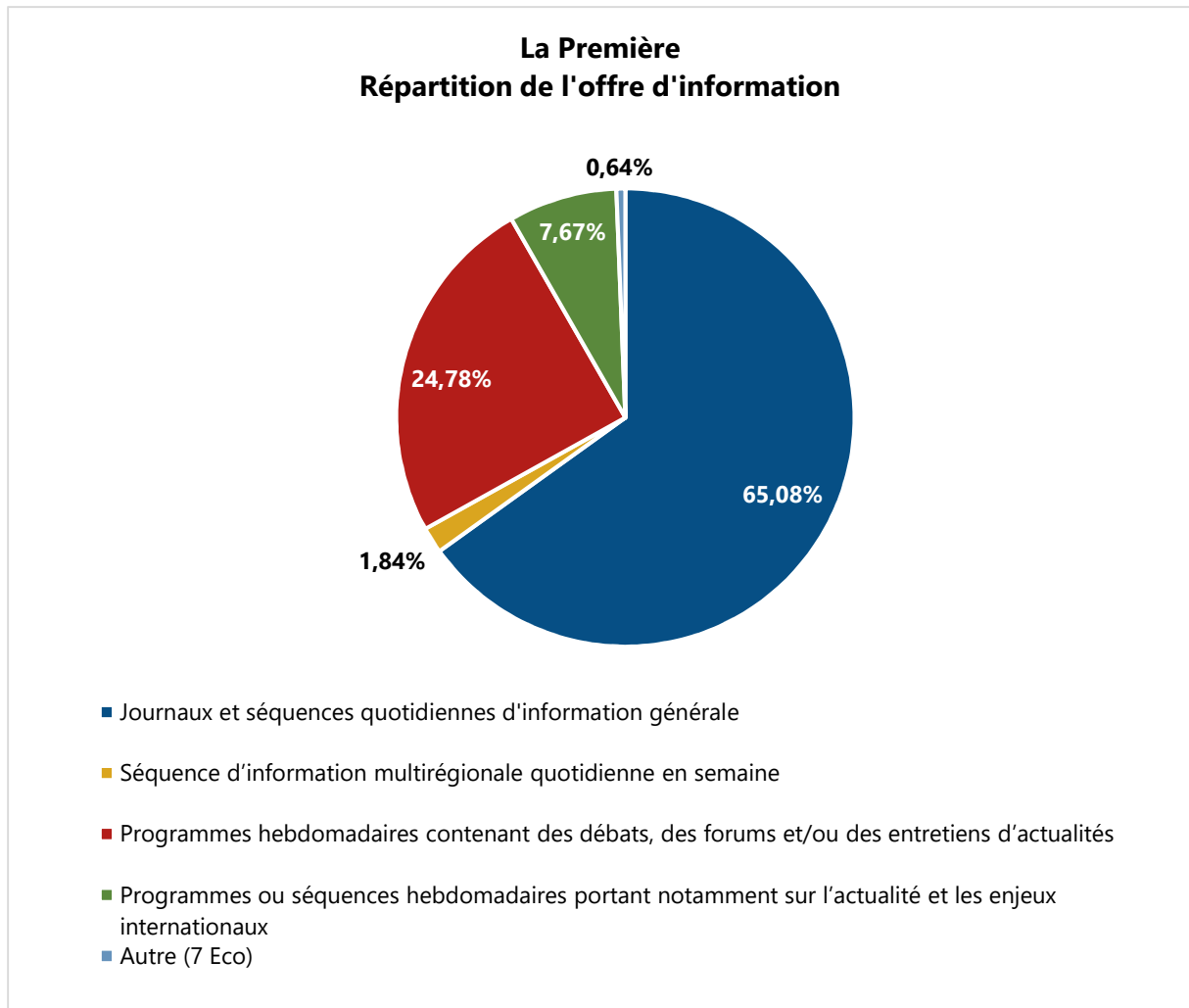
**Vivacité
Programmes d'information**



**Vivacité
Production d'information**



Enfin, les obligations autres que celles liées aux journaux parlés, flashes et informations en décrochage reposent entièrement sur La Première et la répartition en termes de volumes se présente comme suit :



Comme nous pouvons nous y attendre, les bulletins d'information quotidiens représentent la majorité de l'offre, ceci étant les autres obligations sont également remplies.

TÉLÉVISION

Les obligations et les programmes qui en découlent sont résumés dans les tableaux ci-dessous.

En matière de journaux télévisés :

Obligations	La Une	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
Minimum 3 journaux d'information générale ¹⁶ par jour	Le 13 heures	35 minutes	Quotidienne	Oui
	Le 19 trente	35 minutes	Quotidienne	Oui
	La Deux	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
	Le 12 minutes	12 minutes ¹⁷	Quotidienne	Oui
	Le 15 minutes	15 minutes ¹⁸	Quotidienne	Oui
Obligations	La Trois	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
Minimum 1 journal d'information générale destiné à la jeunesse	Les Niouzz	7 minutes	quotidienne (lu-ve)	Oui

Pour les autres programmes d'informations, les objectifs sont les suivants :

Obligations	La Une	Brève description	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
Minimum 1 programme hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage	Devoir d'enquête	Programme de reportages. Sujets conso ou de société.	~105 minutes	Bi-mensuel	Oui
	Question à la Une	Programme de reportages. Sujets conso ou de société.	~100 minutes	Bi-mensuel	Oui
Minimum 1 programme hebdomadaire de débat	Les décodeurs RTBF	Interview, face à face et débat avec personnalités politiques et/ou experts. Décodage de l'actualité. Programme qui dispose d'un pendant radio.	~90 minutes	Hebdomadaire 1 ^{er} semestre uniquement	Oui
	A votre avis	Débat entre une personnalité politique, 3 journalistes et un animateur journaliste. Plusieurs sujets et personnalités par édition.	~85 minutes	Hebdo 2 ^{ème} semestre uniquement	Oui

¹⁶ En son article 22.3 a) 1. 4^{ème} tiret, le contrat de gestion prévoit le sous-titrage des séquences en néerlandais dans ses journaux télévisés, d'après les données fournies par l'éditeur, cette obligation est respectée.

¹⁷ Remplacé depuis l'automne 2017 par « Vews » version courte : ~5 minutes.

¹⁸ Remplacé depuis l'automne 2017 par « Vews » version longue : ~20 minutes.

Minimum 2 programmes par mois de forums et entretiens d'actualité	Jeudi en prime	Entretien d'actualité avec une personnalité politique.	~16 minutes	Hebdo	Oui (Auvio)
	La Trois Le grand oral	Entretien d'actualité avec une personnalité politique. Entretien mené par trois journalistes dont un du journal Le Soir.	~40 minutes	Hebdo	Oui
Minimum 2 programmes mensuels portant sur l'actualité et les enjeux internationaux	EuropeS	Magazines présentant en images des faits d'actualités se déroulant dans d'autres pays européens.	~30 minutes	Mensuel 1 ^{er} semestre uniquement	Oui
	Europe Hebdo	Magazine de l'actualité européenne.	~27 minutes	Hebdo	Oui
	Libre échange	Débat entre des étudiants et une personnalité dans le cadre du Parlement européen.	~75 minutes	7 éditions en 2016	Oui
	Le bar de l'Europe	Magazine coproduit avec le soutien du parlement européen, aborde des questions européennes avec reportages de terrain sur l'économie et la consommation.	~10 minutes	Hebdo	Oui
	Le (maxi) bar de l'Europe	Voir "Bar de l'Europe".	~90 minutes	4 éditions en 2016	Oui

Le magazine « 7 à la Une¹⁹ » n'est pas repris dans le tableau des programmes répondant à une obligation du contrat de gestion car il ne rentre dans aucune des « catégories de missions »²⁰, il est néanmoins repris (sous « Autre ») dans le graphe « Répartition de l'offre d'information - Toutes chaînes confondues » ci-après.

Concernant les programmes (bimensuels) d'investigation, d'enquête et de reportage, les services du CSA ont par ailleurs repéré dans « Questions à la Une » et « Devoirs d'enquête » certains reportages produits par France Télévision. Au vu du dernier paragraphe de l'article 11 du contrat de gestion²¹, le Collège d'autorisation et de contrôle s'interroge sur ce que recouvre la notion de « collaboration rédactionnelle

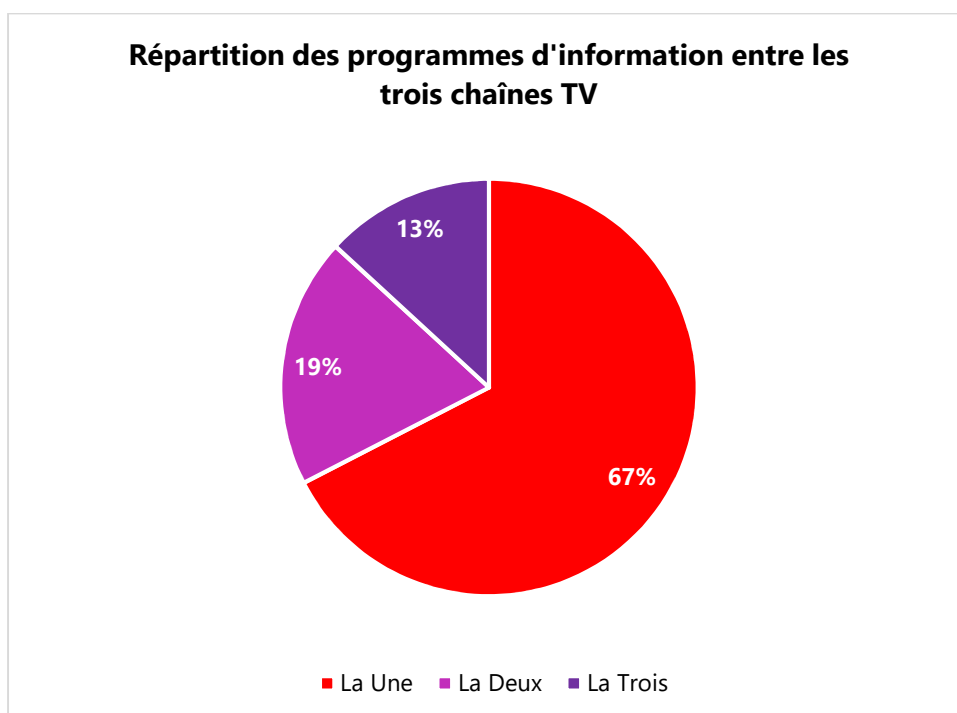
¹⁹ Magazine hebdomadaire d'actualité et de société comportant environ 6 séquences récurrentes dont « le fil info », un récapitulatif des actualités de la semaine sous forme d'infotainment, « l'instantané de », une interview d'une personnalité culturelle, « Gilles le Suisse », une chronique humoristique sur la culture belge, « la detchosphère », une présentation de ce qui s'est passé sur le web récemment, ...

²⁰ Dans son rapport, l'éditeur a mis « 7 à La Une » dans la catégorie des programmes mensuels portant sur l'actualité et les enjeux internationaux, le CSA a analysé les sujets traités en 2016 et a relevé 13 séquences entières portant sur des sujets « internationaux » sur environ 210 sujets différents (35 éditions contenant 6 séquences différentes = 210 séquences). Le Collège estime dès lors que « 7 à La Une » n'est pas un programme qui traite de sujets internationaux mais qu'il peut néanmoins figurer dans la répartition générale des programmes d'information.

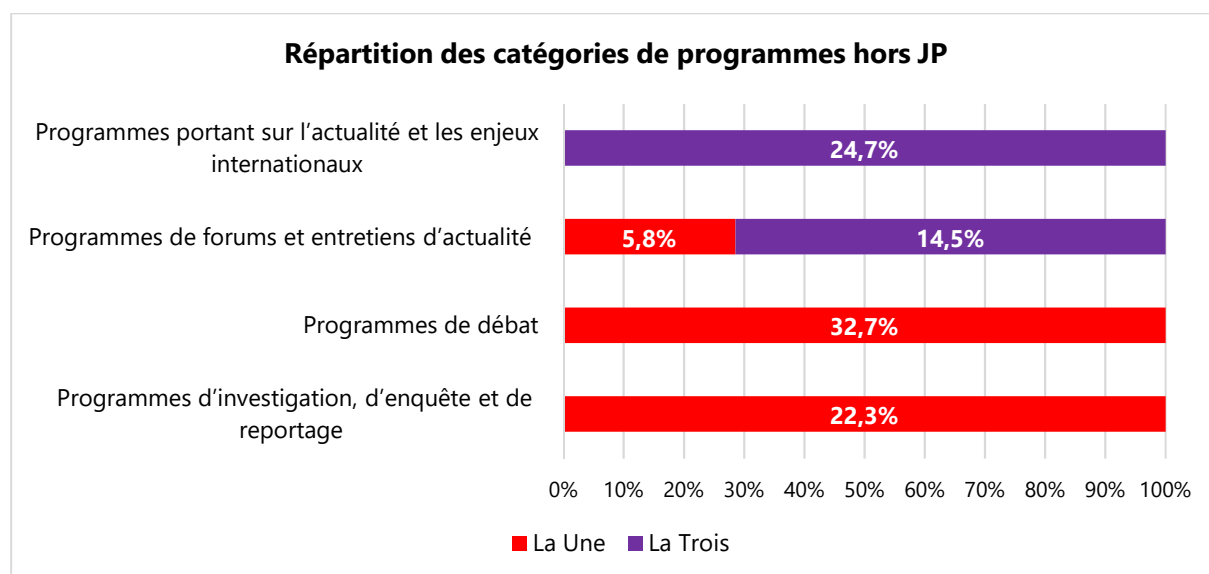
²¹ « [...] Les programmes et contenus d'information qui relèvent de la direction de l'information, sont produits par la RTBF seule ou en collaboration rédactionnelle ou technique entre autres avec les radios-télévisions de service public européennes, les radios-télévisions de la francophonie et les éditeurs de presse [...] »

ou technique » avec d'autres éditeurs. Il invite dès lors la RTBF à clarifier ce point lors de son prochain rapport annuel.

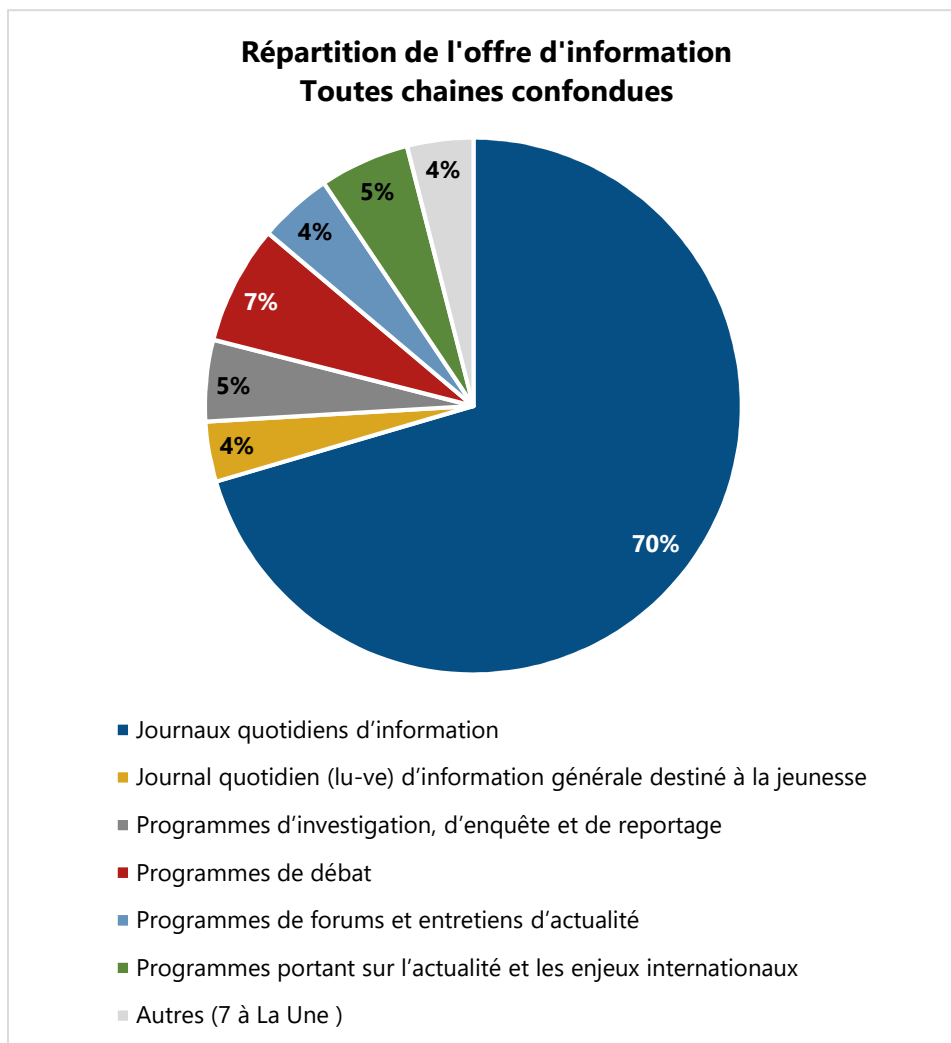
L'offre de programmes d'information est répartie sur les trois chaînes de la RTBF avec une large majorité de programmes relevant des obligations diffusées sur La Une :



Les 19% sur La Deux ne proviennent que des journaux quotidiens et comme on peut le voir dans le graphe ci-dessous, les programmes répondant aux autres obligations se répartissent uniquement entre La Une et La Trois.



Enfin, l'offre de programmes d'information en télévision est largement dominée par les journaux télévisés comme on peut le voir dans ce graphe, ceci étant les autres obligations sont rencontrées :



AVIS

En radio, la RTBF remplit ses objectifs en matière de séquence multirégionale sur La Première et de bulletins d'information et séquences en décrochage sur Vivacité.

Elle va au-delà de ses objectifs en matière de programmes de débats, forums et entretiens d'actualité ainsi qu'en matière de programmes portant sur l'actualité et les enjeux internationaux.

Enfin, elle propose en semaine 85 séquences d'informations générales par jour, toutes radios confondues alors que son obligation est fixée à minimum 10 journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste.

En télévision, la RTBF remplit ses objectifs en matière de journal d'information générale destiné à la jeunesse, de programmes d'investigation, d'enquête et de reportage, de programme de débat et de programmes de forums et entretiens d'actualité.

Elle va au-delà de ses objectifs en matière de programmes portant sur l'actualité et les enjeux internationaux.

Enfin, elle propose chaque jour 4 journaux télévisés toutes chaînes confondues alors que son obligation est fixée à minimum 3 journaux d'information générale.

Les obligations sont rencontrées.

DEVELOPPEMENT CULTUREL

CONTEXTE

Articles 24 et 25

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 ne peut pas réserver son offre culturelle à une ou même à des chaînes particulières, ni à des horaires restreints, que ce soit en radio ou en télévision.

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 de la Fédération Wallonie-Bruxelles (ci-après, FWB) ;
- Une attention particulière aux talents émergents.

Dans le cadre de sa mission de développement culturel, la RTBF doit notamment produire et diffuser des captations de spectacles musicaux (concerts, opéras) et de spectacles de scène (théâtre, humour, danse). L'objectif sous-jacent est notamment de mettre en valeur les lieux culturels de la FWB (salles de concerts, théâtres, festivals, musées, etc.) afin, potentiellement, de dynamiser et d'orienter la consommation culturelle des publics.

Le présent chapitre approfondit, entre autres, la manière dont la programmation de la RTBF valorise les lieux culturels de la FWB consacrés aux prestations scéniques (danse, théâtre, concert) et aux expositions (musées, galeries).

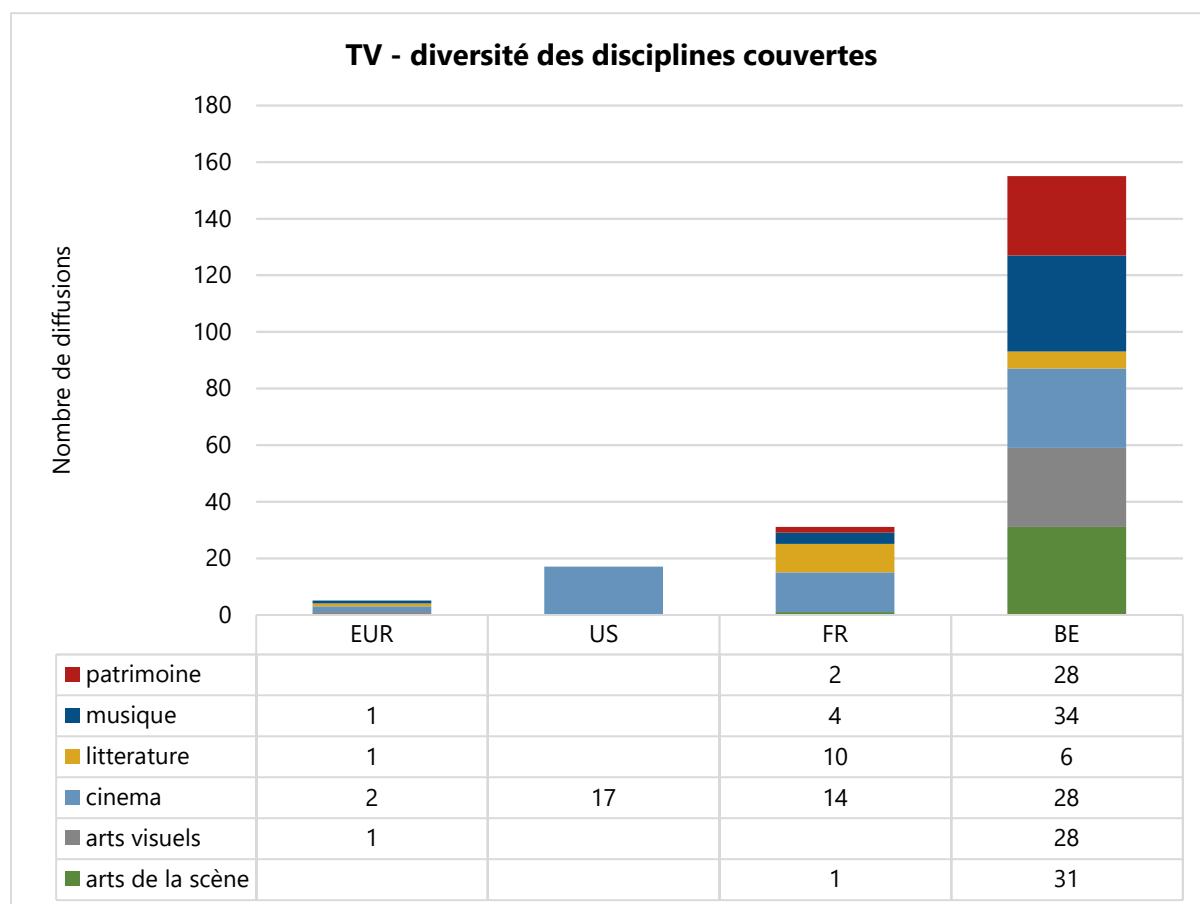
BILAN

DIVERSITÉ DES DISCIPLINES COUVERTES ET MISE EN VALEUR DES ARTISTES DE LA FWB

À l'examen d'un échantillon représentatif de la programmation de la RTBF²², le Collège constate que, conformément aux prescrits de son contrat de gestion, l'éditeur veille à assurer la diversité des disciplines artistiques mises en valeur dans l'ensemble de ses programmes de développement culturel.

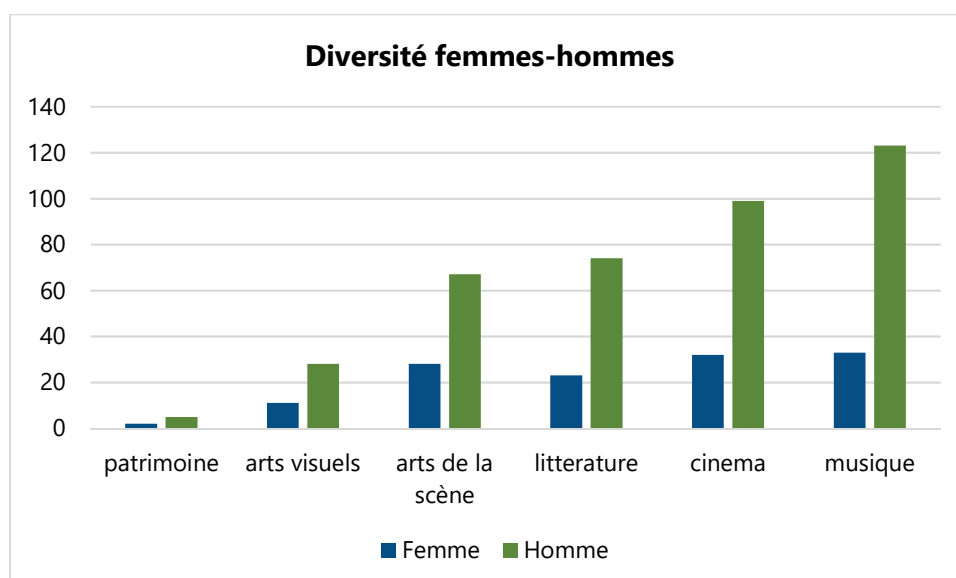
De plus, les données compilées dans le graphe ci-dessous témoignent de l'attention particulière qu'accorde la RTBF aux artistes issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

²² Les programmes culturels ont été monitorés en télévision du 1^{er} janvier au 29 février 2016 et en radio du 4 au 31 janvier 2016.



- Les artistes belges francophones représentent 75% des artistes mis en valeur dans la programmation de développement culturel de la RTBF (hors captations), précisément 155 occurrences sur 208.
- La France occupe une proportion raisonnable des 25% restant. L'Europe hors francophonie est peu représentée.
- La mise en valeur d'objets culturels américains se limite au cinéma.

Diversité de genre des artistes



- Sont comptabilisé.es les artistes invité.e.s dans les programmes ou dont l'œuvre fait l'objet d'un sujet spécifique ;
- Les groupes mixtes n'ont pas été pris en compte. Le focus se concentre donc sur les plages consacrées à un.e artiste en particulier ;
- Toutes disciplines confondues, les femmes représentent 25% des artistes mis en valeur sur les antennes de la RTBF.

MISE EN VALEUR DES LIEUX CULTURELS DANS LES PROGRAMMES DE LA RTBF

La mise en valeur des lieux culturels dans les médias constitue un puissant soutien au dynamisme culturel. Cette mise en valeur est en effet susceptible de créer ou d'orienter la consommation culturelle des publics.

Parmi les ressources culturelles de la FWB qu'elle doit valoriser, la RTBF accorde dès lors une attention particulière aux lieux culturels (salles de concerts, théâtres, festivals, musées, etc.).

Sur l'exercice 2016, le Collège constate qu'elle le fait sous plusieurs formes : interviews d'artistes dans le contexte de prestations/expositions, chroniques journalistiques, retransmissions de spectacles (en direct ou en différé).

Le CSA propose ci-dessous un focus sur la manière dont les lieux culturels sont valorisés dans la programmation de la RTBF. Conformément au contrat de gestion, ce focus est réalisé au travers de deux prismes : les captations culturelles et les programmes de développement culturel qui portent notamment sur le spectacle vivant et les expositions.

Télévision

Programmes de développement culturel centrés sur les spectacles vivants et les expositions.

Pour rappel, début 2015, la fin du talk-show « 50° Nord » (235 éditions de 30 minutes en 2014) s'est accompagnée d'une refonte importante de l'offre culturelle proposée par la RTBF. Trois nouveaux programmes sont progressivement apparus dans les grilles :

- o « *C'est Cult* » (La Deux) - format original de sensibilisation culturelle réalisé « *avec humour et insolence* » (83 éditions pour 6h15 de programmation inédite en 2016) ;
- o « *L'invitation* » (La Trois) - découverte par deux quidams d'un projet culturel en compagnie de son initiateur (206 éditions pour 60h39 minutes de programmation inédite en 2016 et une déclinaison radio sur La Première) ;
- o « *Coupé au montage* » (La Trois) - interviews d'artistes belges (37 éditions pour 17h40 minutes de programmation inédite en 2016 et une déclinaison radio sur La Première).

Le Collège note l'absence d'un programme d'agenda culturel. Un tel programme de format court permettrait au public de prendre connaissance, de manière actualisée, des spectacles et expositions organisés en FWB.

Captations

En télévision, la RTBF doit diffuser chaque année :

- Au minimum 12 captations de « spectacles de scène » produits en FWB, dont 10 œuvres théâtrales. Parmi ces 12 captations, 4 doivent avoir été produites sur l'année écoulée ;
- Au minimum 50 spectacles musicaux (classiques, non classiques, lyriques et chorégraphiques), dont 12 produits en FWB (en ce compris 4 nouvelles captations).

La RTBF propose 5 programmes orientés vers la diffusion de captation :

- « *D6Bel on stage* » (La Deux) : talk-show musical, notamment consacré aux artistes de la FWB, et proposant des prestations « live » enregistrées à la ferme du Biéreau (Brabant Wallon).
- « Le meilleur de l'humour » (La Deux) : assemblages de sketches d'humoristes belges et français. Le programme propose notamment des captations réalisées depuis le « Festival du Rire de Rochefort ».
- « *Le Classique en Prime* » (La Trois) : programme centré sur la musique classique, entre valorisation d'artistes/festivals locaux et retransmissions de grands opéras captés à l'étranger.
- « *Wallons-nous* » (La Trois) : magazine du folklore wallon qui met notamment à l'honneur le théâtre dialectal (diffusion sous-titrée de pièces captées au Trianon à Liège).
- « *Jour de relâche* » (La Trois) : nouveau programme consacré aux « scènes contemporaines » (théâtre, danse, performances, arts de rue, etc.). Le programme se compose d'une captation et d'une partie magazine.

En outre, La Une diffuse régulièrement des spectacles humoristiques ou musicaux « grand public » tels que « *Bossemans et Coppenole* », « *Signé Taloche* », l'Eurovision, les concerts de la « *Fête de la FWB* » et du BSF.

Pour l'exercice 2016, l'éditeur déclare la diffusion de 188 captations de spectacles musicaux dont 160 produites par la RTBF et 109 produites durant l'exercice. Toutefois, après vérifications, le Collège ramène le quota à 175 captations éligibles, dont 145 produites par la RTBF et 94 produites durant l'exercice.

Justifications :

- Le Collège considère que les 15 occurrences consacrées à « The Voice Belgique » répondent strictement aux codes télévisuels et ne peuvent dès lors être qualifiés de « spectacle musical » au même titre que des concerts publics ;
- Le Collège relève également deux captations non renseignées par la RTBF dans son rapport annuel (2 spectacles chorégraphiques).

Le Collège constate que la diversité des genres de captations est conforme à l'article 25.4 a) du contrat de gestion. Il relève toutefois que le quota de spectacles chorégraphiques est atteint de justesse et que les captations diffusées dans ce cadre ne reflètent pas le dynamisme de cette scène spécifique en FWB.

Pour l'exercice 2016, l'éditeur déclare la diffusion de 104 captations de spectacles, dont 10 œuvres théâtrales parmi lesquelles 8 ont été produites durant l'exercice. Après vérifications, le Collège valide ces données.

La RTBF rencontre ses obligations en matière de captations de « spectacles vivants » en télévision.

Diversité des lieux culturels dans les captations : aperçu géographique

Dans son avis relatif à l'exercice 2013, le Collège constatait que la quasi-totalité des captations de « spectacles de scène » diffusées par la RTBF l'étaient dans le cadre d'un festival de théâtre dialectal. Le Collège félicitait l'éditeur pour la prise en considération de ce genre particulier, mais il l'invitait également à diversifier sa production et ses acquisitions de manière à ce que d'autres genres théâtraux et lieux culturels soient plus régulièrement mis en valeur. Le contrôle de l'exercice 2014 aboutissait globalement aux mêmes recommandations.

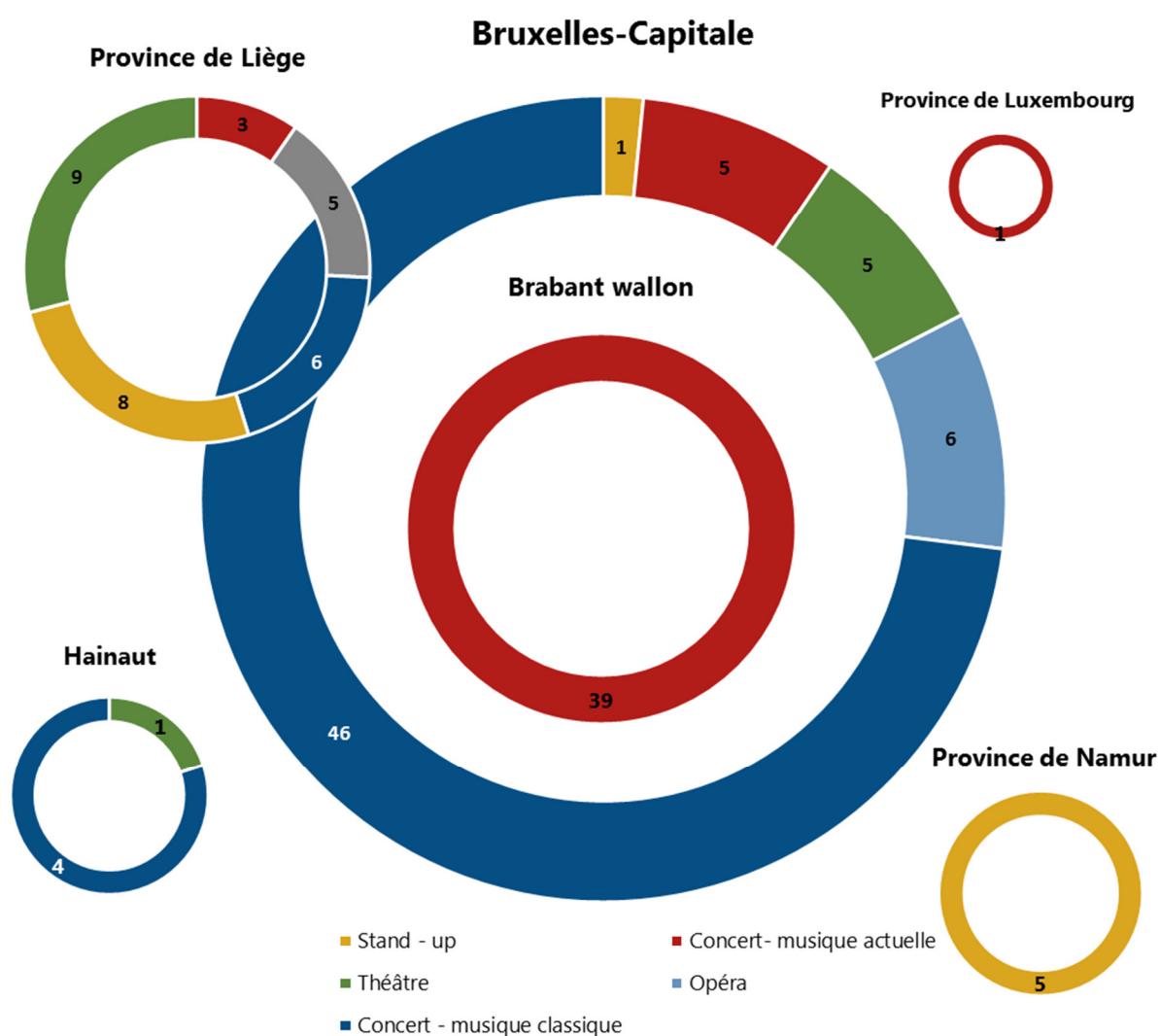
Dans son avis relatif à l'exercice 2015, le Collège observait « *une évolution dans le choix des nouvelles captations qui s'ouvrent à présent aux scènes actuelles après avoir été longtemps cloisonnées au théâtre dialectal* ».

Le CSA propose d'approfondir son analyse à l'occasion du présent contrôle en examinant les captations de la RTBF en termes de disciplines couvertes, de lieux culturels et de situation géographique.

Méthodologie :

Les captations retenues pour la présente analyse sont celles produites dans les lieux culturels de la FWB et proposées en première diffusion sur l'exercice 2016 entre 06h30 et 00h30 (c'est-à-dire hors boucle de nuit). Cette méthodologie réduit de 283 à 144 les captations prises en considération (concerts et spectacles de scène).

Les programmes de compilation de sketches captés en divers endroits sont exclus en raison de la difficulté de déterminer l'origine de chaque séquence et en vertu du fait qu'il ne s'agit pas de captation de spectacles entiers (« *Le meilleur de l'humour* »).



- À l'échelle de la FWB, le constat est celui d'une certaine diversité dans les types de captations diffusées par la RTBF : 56 concerts classiques, 48 concerts de musique actuelle, 30 stand-up, 15 représentations théâtrales et 11 opéras.

- Le genre chorégraphique est absent des relevés parce que les captations relevées ont été produites hors FWB ou diffusées durant les boucles de nuit (ce qui les sort méthodologiquement du panel).
- Les captations théâtrales sont plutôt centrées sur la thématique dialectale à Liège et plutôt ouvertes sur des représentations actuelles à Bruxelles.
- Les captations relevées en Brabant Wallon sont produites dans le cadre du programme « *D6Bels on Stage* » à la « Ferme du Biéreau ». Ce programme concentre l'essentiel des captations de concerts de musiques actuelles en télévision. Cette catégorie n'est étoffée que par les captations produites dans le cadre du « BSF » à Bruxelles. Vu le dynamisme des salles de concerts de la FWB, le Collège invite l'éditeur à plus de diversité sur ce point.
- La musique classique est bien représentée, notamment grâce à l'investissement de la RTBF dans la couverture du « Concours Reine Elisabeth », mais également grâce aux captations produites et diffusées dans le cadre du programme « *Le Classique en Prime* ».
- La répartition des captations par Province indique, pour l'exercice 2016, une représentation moindre des provinces de Namur (5 occurrences dans le cadre du Festival du Rire de Rochefort) et du Hainaut (4 concerts de musique classique, une représentation de théâtre contemporain). La Province de Luxembourg est quasi absente des relevés.
- Il semble utile de préciser que le programme « *Le meilleur de l'humour express* », non comptabilisé en raison de la difficulté rencontrée pour définir la provenance de ses nombreuses séquences, contient un certain nombre d'extraits provenant du « Festival de Rire de Rochefort » et vient donc renforcer le nombre de captations produites en Province de Namur.
- À noter certaines collaborations entre la RTBF et les télévisions locales à savoir la diffusion par la RTBF de deux captations produites par Matélé (humour) et une par RTC Liège (concert classique).

Radio

Programmes de développement culturel centrés sur les spectacles vivants et les expositions

Les programmes suivants mettent régulièrement en valeur les activités des lieux culturels situés en FWB :

La Première

- Coupé au montage
- Entrez sans frapper
- Bandes de curieux
- L'invitation

Musiq3

- Les glaneurs
- Chroniques dans la matinale
- L'information culturelle dans Le grand quatre heures

Pure

- Periscope

Vivacité

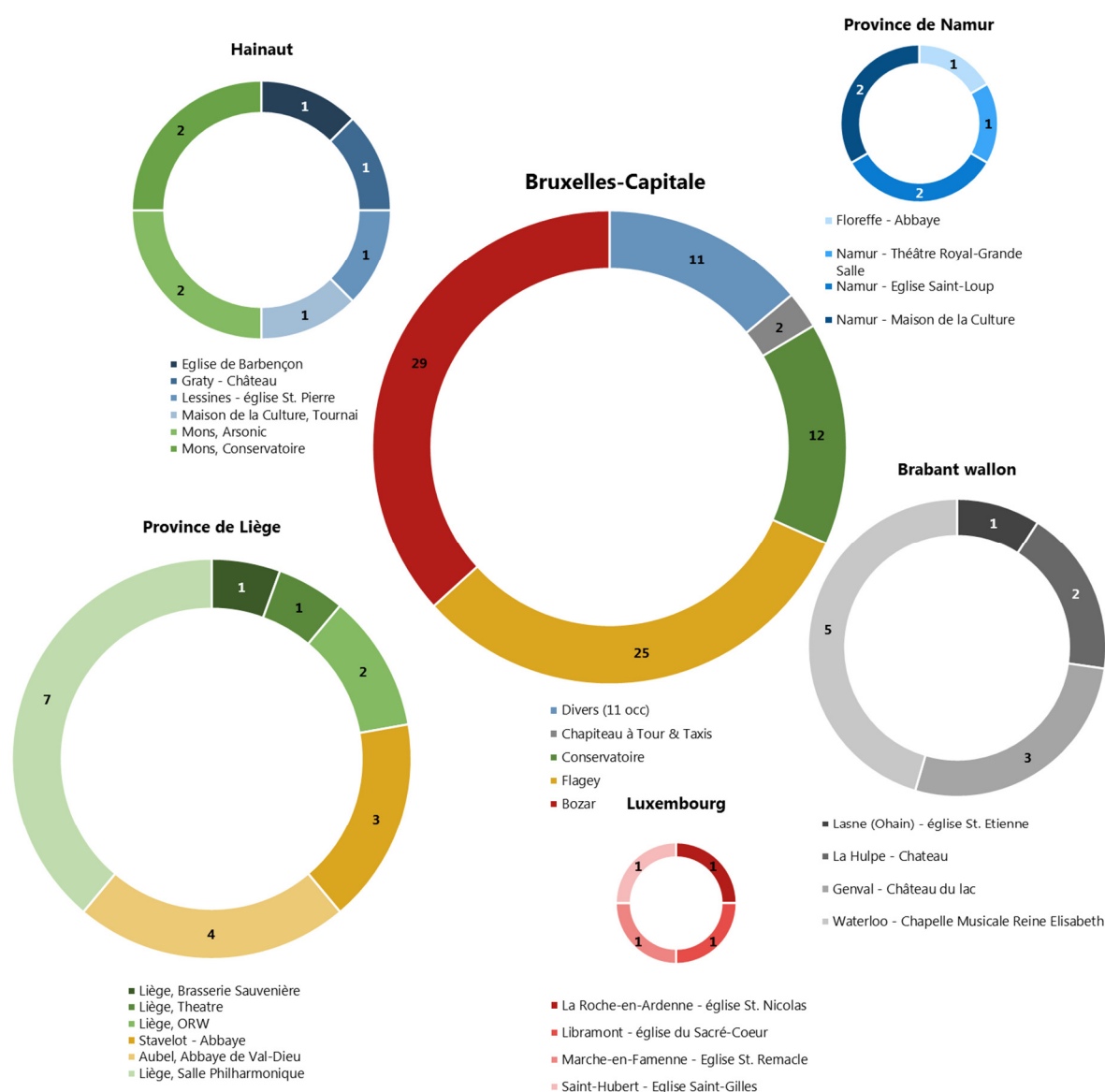
- Matinales (en décrochage, l'information culturelle y est donc plus locale)
- Viva Weekend
- Le 8/9

Captations

En radio, la RTBF doit diffuser chaque année au minimum 300 captations de concerts ou spectacles musicaux par an, dont au moins 150 produits en FWB.

Sur l'exercice 2016, la RTBF a diffusé plus de 700 captations dont plus de 300 produites en FWB. Les radios Musiq3 et Pure proposent la majeure partie de cette programmation et font dès lors l'objet de deux focus ci-dessous.

Focus des captations diffusées sur Musiq3 et classées par provinces



Ces graphes présentent le nombre d'espaces culturels par province ayant accueilli les enregistrements des captations de Musiq3 en 2016 (1 occurrence = 1 lieu culturel, 11 lieux culturels différents ont fait l'objet d'une captation à Bruxelles, ils sont repris dans la rubrique « divers »).

- Comme le montrent ces graphes, la majorité des captations (63%) a été faite à Bruxelles avec une large part pour Bozar et Flagey, ceci s'explique principalement par le fait que le Concours

Reine Elisabeth se déroule dans ces deux lieux et le Festival Musiq3 à Flagey. Le Conservatoire de Bruxelles (12 captations) est également bien représenté.

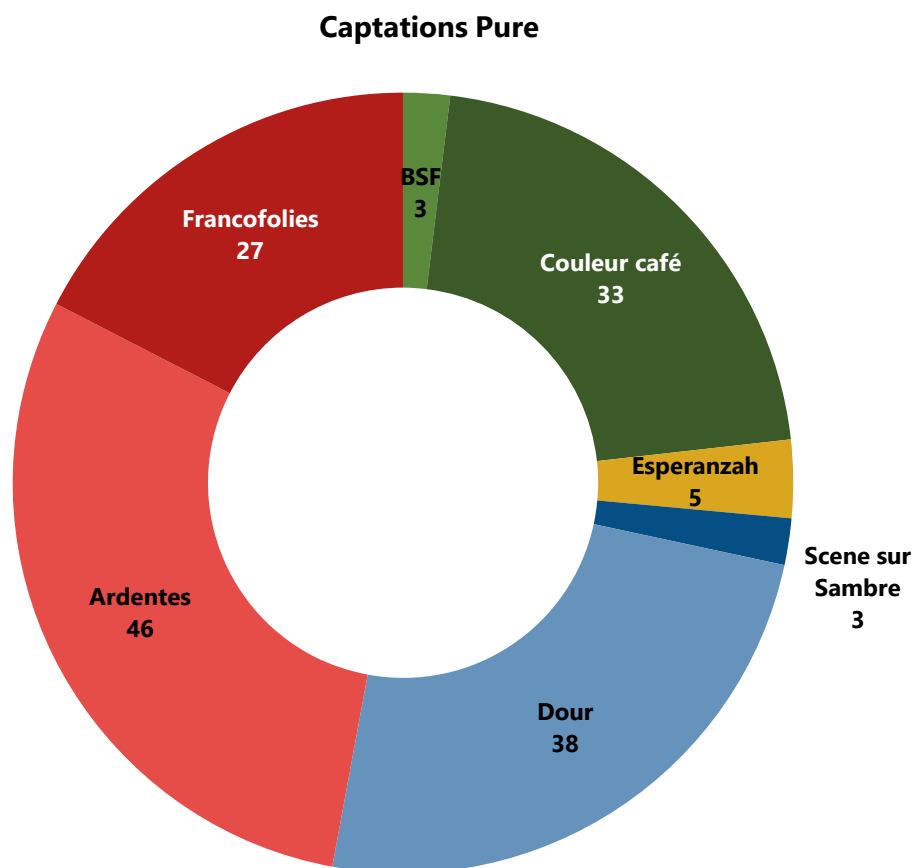
- Outre les 79 captations faites dans des lieux situés en région de Bruxelles-Capitale, toutes les provinces wallonnes sont représentées. Les lieux de captation ne se trouvent pas uniquement dans des grandes villes et ce sont à la fois des institutions musicales (conservatoires, opéras, philharmonies,...) et des monuments patrimoniaux wallons, principalement des églises et des abbayes.

Le Collège salue l'effort de l'éditeur pour la diversité et l'équilibre de ces lieux de captations.

Focus des captations diffusées par Pure dans le cadre des festivals

Pure a réalisé 155 captations de concerts en festivals se déroulant en FWB en 2016.

La répartition est la suivante :



- Ce graphe représente les grands festivals dont les genres musicaux collent avec le format de Pure, qui en a assuré la captation en direct.
- Lors des festivals, les artistes sont valorisés par le biais d'interviews.
- Ces données ne reprennent pas les nombreuses sessions acoustiques et showcases radio réalisés dans les studios.
- Outre ces captations, Pure a été le partenaire de 25 autres festivals en 2016.

Télévision et radio : valorisation des lieux culturels dans les programmes

Méthodologie :

Les lieux culturels pris en compte pour le présent focus (musées, centres culturels, salles de concerts, théâtres) sont indépendants de tout éditeur structurellement et en matière de programmation, leurs activités audiovisuelles sont accessoires, leur programmation est centrée sur des spectacles vivants ou sur des expositions. Cette méthodologie laisse par conséquent de côté les cinémas, qui feront l'objet d'un focus ultérieur.

Discipline	Pc/discipline	Sous-discipline	Pc/sous-discipline
Arts de la scène	46,67%	Théâtre	35,71%
		Danse	8,57%
		Stand-up	0,95%
		Arts de la rue	0,48%
		Cirque	0,48%
		Performance	0,48%
Arts visuels	20,00%	Arts plastiques	12,38%
		Photo	6,19%
		Design	0,95%
		Mode	0,48%
Musique	18,57%	Musique actuelle	14,76%
		Musique classique	3,33%
		Musique de films	0,48%
Patrimoine	14,76%	Patrimoine matériel	9,52%
		Patrimoine immatériel	5,24%

- Les arts de la scène comptent pour la moitié des occurrences de mise en valeur de lieux culturels. Les théâtres sont de loin les plus représentés. Le Collège constate que les lieux culturels proposant des spectacles chorégraphiques totalisent 8% des occurrences, ce qui vient quelque peu compenser le nombre limité de captations consacré à cette discipline.
- Les arts visuels arrivent en seconde position, témoignant du soutien accordé par la RTBF aux musées, galeries et lieux d'exposition.
- La musique, qui domine l'offre de captations, n'arrive qu'en troisième position du nombre de mentions dans les programmes de développement culturel, avec un soutien plus affirmé pour les salles et festivals spécialisés dans les musiques actuelles.
- Enfin, la valorisation de certains musées, lieux architecturaux, événements folkloriques propose de (re)découvrir les patrimoines matériels et immatériels de la FWB : musée de la vie wallonne, musée de la Ville Bruxelles, musée du masque, abbaye de Villers-la Ville, carnavaux, Blancs-Moussis de Stavelot.

AVIS

L'échantillon examiné à l'occasion du présent contrôle témoigne d'une couverture par la RTBF de disciplines artistiques très diversifiées. Il témoigne également d'une attention particulière accordée aux artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Le Collège note toutefois que la RTBF pourrait encore progresser vers une représentation mieux équilibrée entre les femmes et les hommes parmi les artistes mis en valeur dans sa programmation de développement culturel.

La RTBF concrétise ses différents quotas de captation, tant en télévision qu'en radio. Toutefois, en télévision, le Collège constate que le quota minimum de spectacles chorégraphiques est rencontré de justesse par l'éditeur, ce qui ne reflète pas le dynamisme de cette scène en FWB. De plus, en télévision toujours, il invite la RTBF à plus de diversité dans le choix des salles de concert à partir desquelles sont produites les captations de spectacles de musique actuelle.

À l'examen d'un échantillon représentatif des programmes de développement culturel de la RTBF, tant en radio qu'en télévision, le Collège constate que l'éditeur valorise une grande variété de lieux culturels, spécialisés dans des catégories et sous-catégories de disciplines variés.

Enfin, le Collège note, en télévision, l'absence d'un programme d'agenda culturel, susceptible de récapituler en un format court l'ensemble de l'offre de spectacles vivants et d'expositions en FWB.

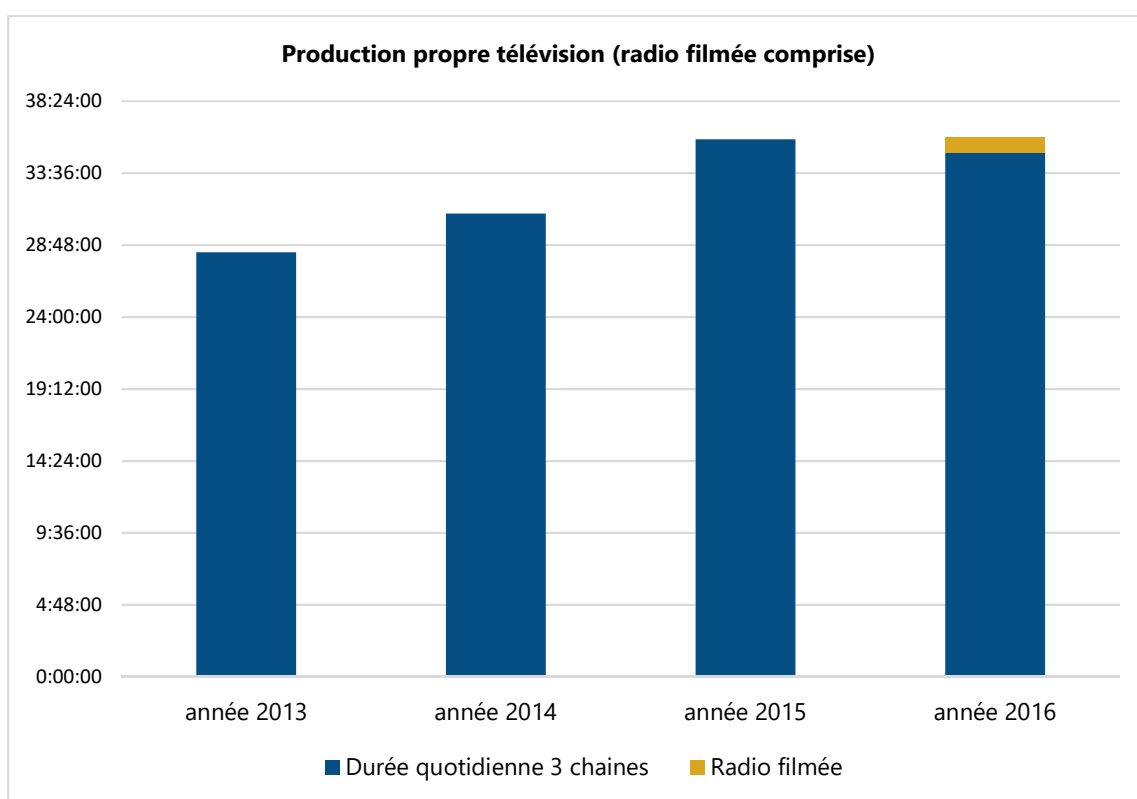
PRODUCTION PROPRE ET QUOTAS DE DIFFUSION

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.
- La RTBF « *programme, en moyenne journalière calculée par année civile, dans ses services de médias audiovisuels linéaires (...) au moins 9 heures de programmes télévisuels réalisés en production propre* ».

BILAN



AVIS

L'obligation est respectée. La durée de la production propre est stable ces deux dernières années. La radio filmée représente en moyenne une heure quotidienne (VivaCité matin diffusé sur La Une).

QUOTAS TV

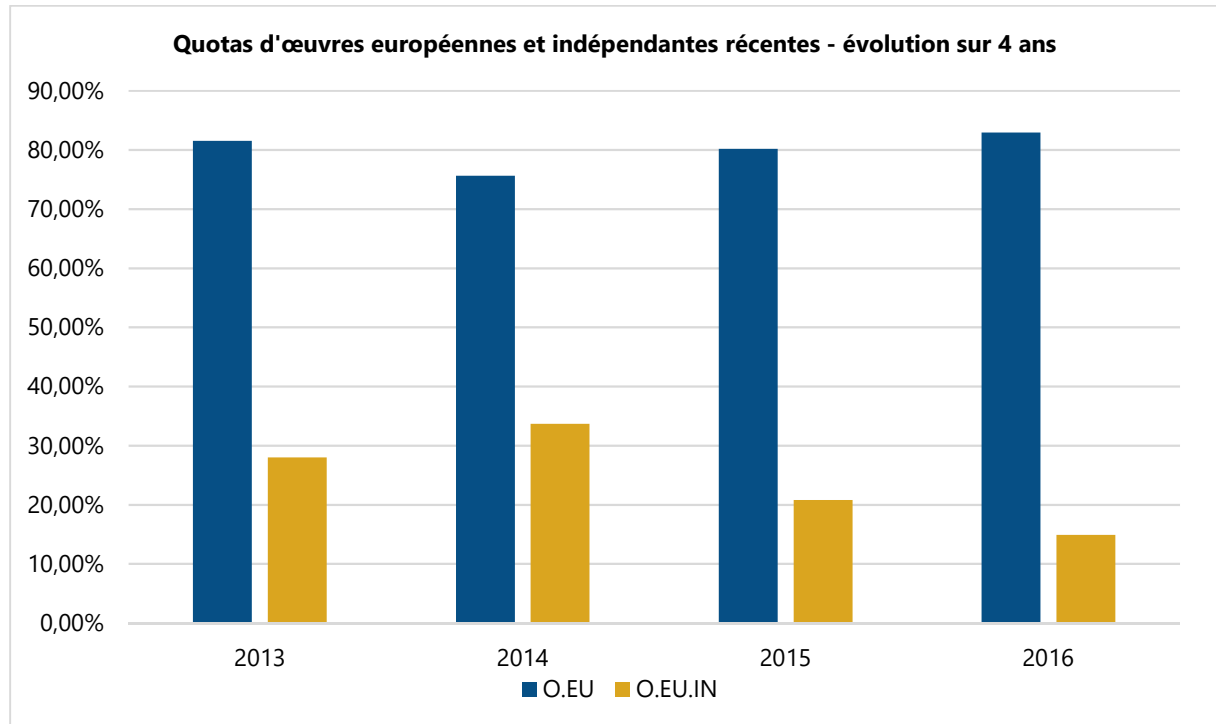
CONTEXTE

- En vertu de l'article 19, la RTBF doit consacrer 55% de son temps de diffusion à des œuvres européennes. Objectif : stimuler le secteur de la production audiovisuelle européenne en favorisant l'acquisition de programmes produits dans l'Union.
- La RTBF doit consacrer 10% de son temps de diffusion à des œuvres européennes émanant de producteurs audiovisuels indépendants et dont la production date de moins de 5 ans. Objectif :

stimuler, en Europe et en FWB, le développement d'un secteur de la production qui soit indépendant du secteur de l'édition télévisuelle.

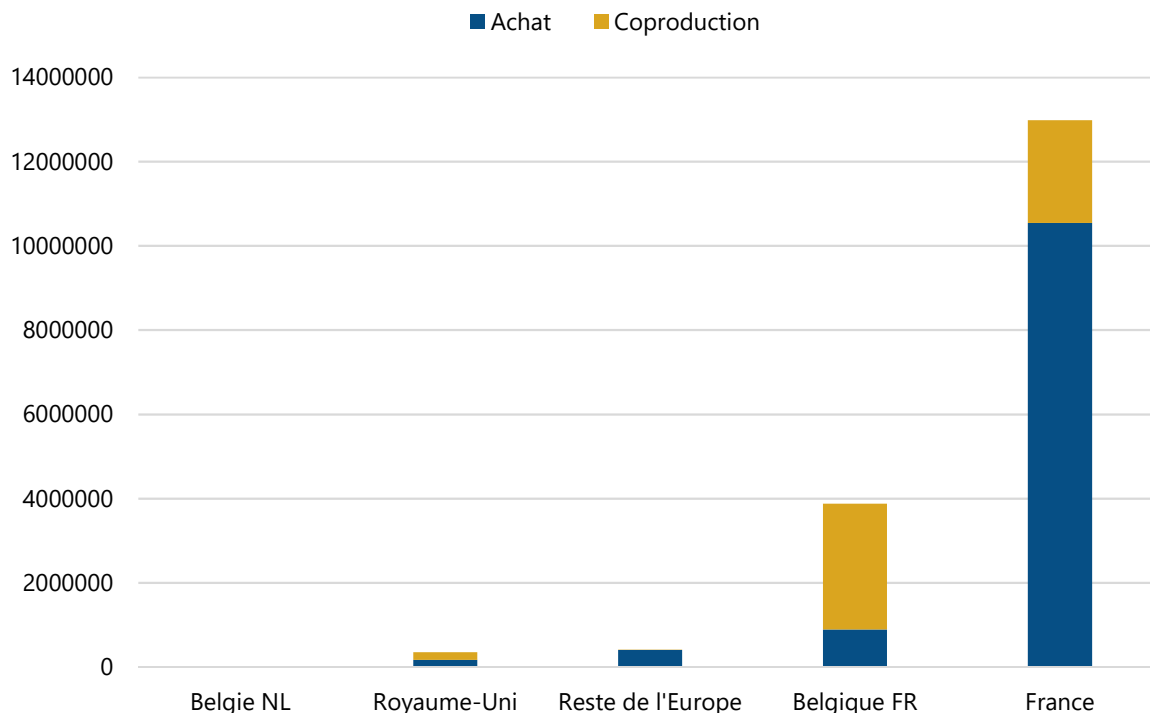
- Le contrat de gestion prévoit un autre quota spécifique en matière d'œuvres européennes : la RTBF doit consacrer au minimum 50% de sa programmation de fictions (courts métrages, longs métrages, téléfilms et séries) à des contenus émanant des pays de l'Union. Ces 50% doivent être d'origine diversifiée (art.25.4). Objectif : soutenir le secteur de la fiction européenne et favoriser la circulation intra-européenne des œuvres de manière, notamment, à sensibiliser les téléspectateurs aux différentes composantes culturelles de l'Union.

BILAN



- L'assiette éligible au calcul est large puisqu'elle intègre tous les programmes de stock et de flux, à l'exception des journaux télévisés, des retransmissions sportives et de la communication commerciale.
- En matière d'œuvres européennes, la RTBF dépasse très largement le quota de 50%. En outre, la proportion connaît une augmentation constante sur les trois derniers exercices.
- En matière d'œuvres récentes émanant de producteurs indépendants, le quota de 10% est rencontré mais avec une marge de confort plus restreinte. La proportion passe de 33% à 15% sur les trois derniers exercices.
- Le quota spécifique aux œuvres de fiction est également respecté : 57% d'œuvres européennes (long-métrages cinéma, séries, téléfilms), dont 22 films d'auteur de la FWB diffusés en 2016.

Proportion des achats et des coproductions en provenance des producteurs indépendants



- Sur l'exercice 2016, la RTBF a diffusé 4899 heures de programmes en provenance du secteur de la production indépendante.
- 74% de cette durée provient du marché français sur lequel la RTBF acquiert en majorité des documentaires (30%) et des dessins animés (28%), mais aussi des programmes de divertissement (20%) et des séries (11%). La RTBF est également impliquée dans des coproductions, principalement des séries (54%), des long-métrages (24%) et dessins animés (13%). Le ratio achat-coproduction est de 81%-19%.
- 22% de cette durée provient du marché belge francophone, sur lequel le ratio achat-coproduction s'inverse : 23%-77%. Ceci témoigne d'une implication plus en amont de la RTBF auprès des producteurs indépendants.
- Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur l'évolution du statut du « Groupe Newen » au regard du droit audiovisuel. En effet, l'acquisition de ce dernier par le Groupe TF1, en février 2016, est de nature à le priver du statut de « producteur indépendant » tel que défini à l'article 1^{er} 34° du décret (son capital étant détenu à plus de 15% par un éditeur de services). Cette modification de structure étant intervenue en cours d'exercice, elle n'est pas encore répercutée dans les données de quotas publiée dans le présent avis. Cependant, étant donné la proportion importante d'acquisitions réalisées par la RTBF auprès du « Groupe Newen » (leur non comptabilisation pour 2016 ferait baisser le quota de 2%), le Collège l'invite à rester vigilante quant à l'impact que pourrait avoir ce changement de statut légal sur le quota de production indépendante récente.

AVIS

La RTBF rencontre ses obligations en matière de quotas de diffusion en 2016 (82.92% d'œuvres européennes, 15% d'œuvres indépendantes récentes et 57% d'œuvres européennes de fiction).

Considérant la diminution de la proportion d’œuvres récentes émanant de producteurs indépendants et la requalification du Groupe Newen, le Collège invite la RTBF à rester vigilante sur ce point.

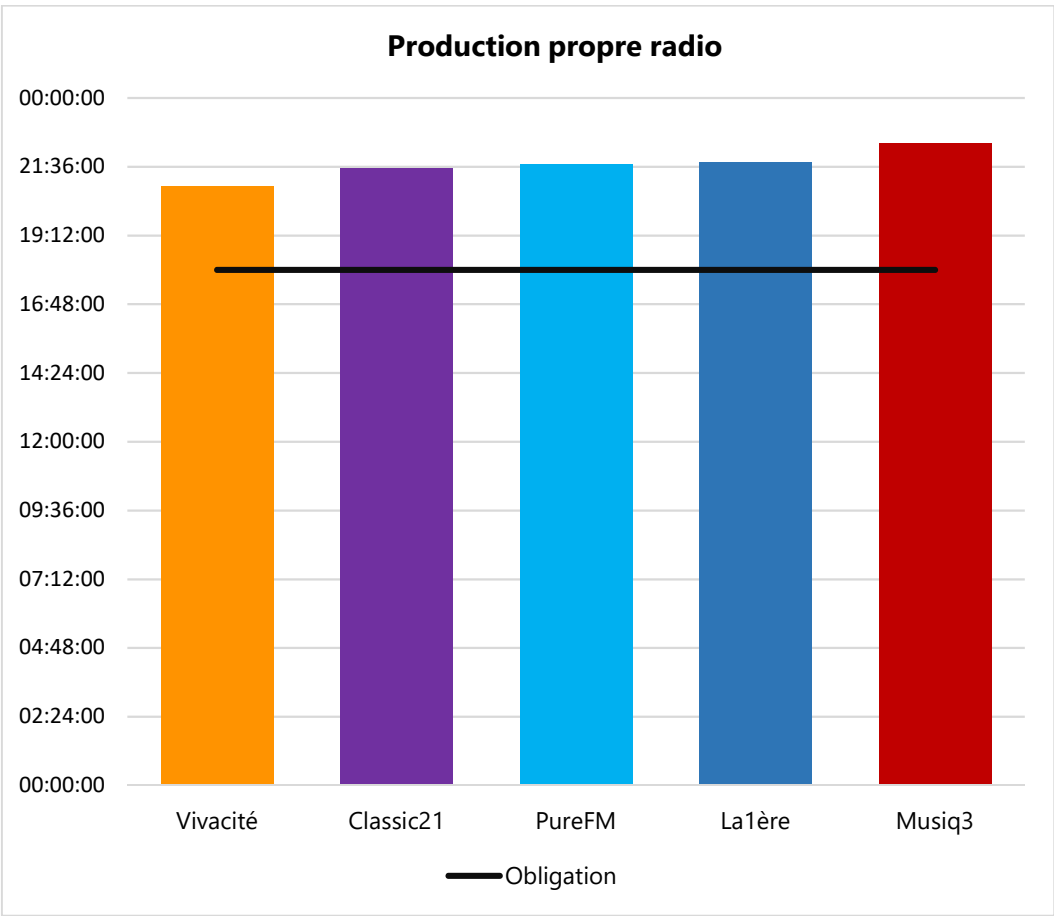
PRODUCTION PROPRE RADIO

CONTEXTE

Selon l’article 11, la RTBF doit produire au moins 18 heures par jour de programmes en propre sur toutes ses stations de radio.

BILAN

En matière de production propre, la RTBF respecte largement son obligation comme on peut le voir dans le graphe ci-dessous :



AVIS

Les obligations sont largement rencontrées.

QUOTAS RADIO

CONTEXTE

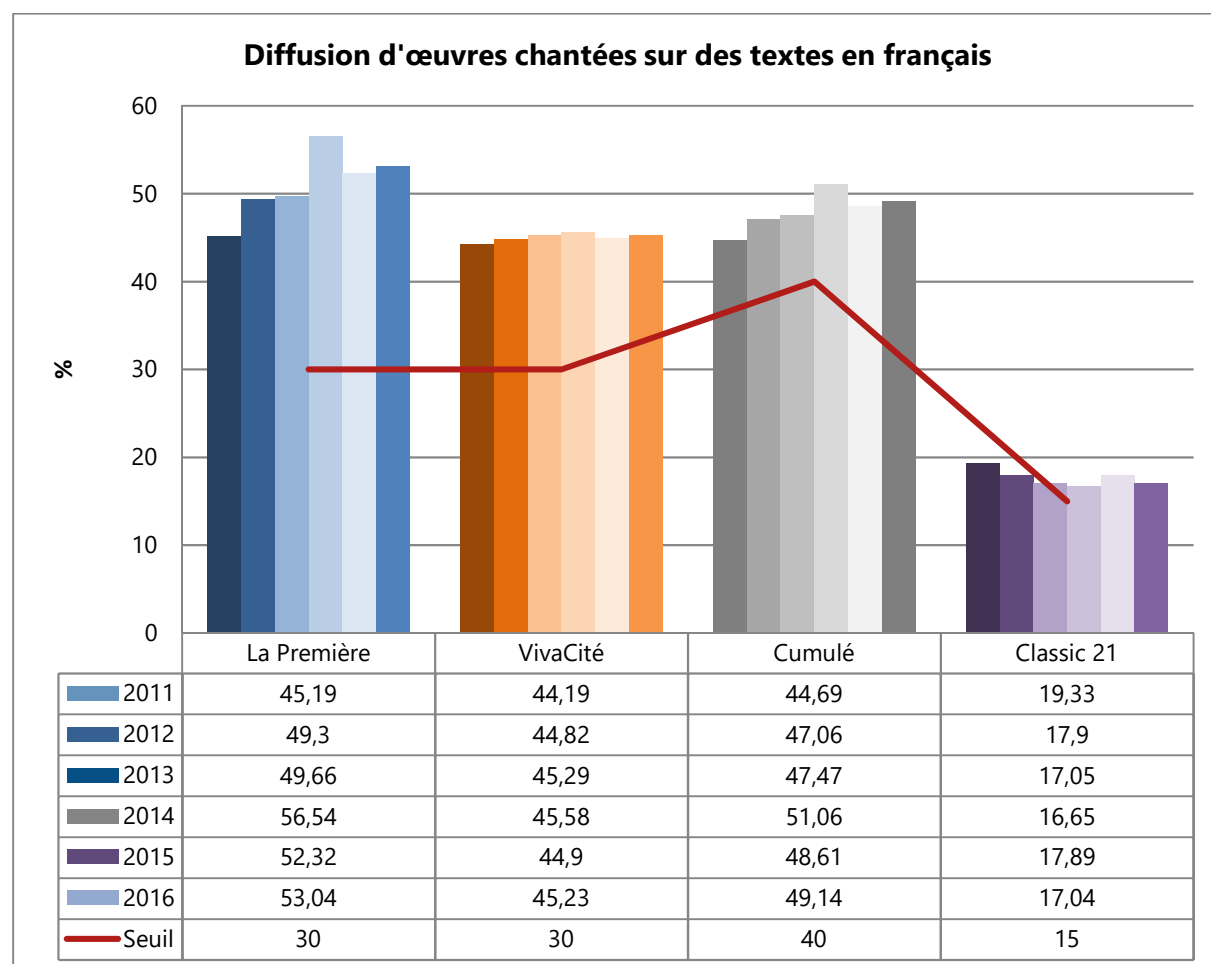
En matière de quotas de diffusion, l'article 25.5 stipule que la RTBF a pour obligation de diffuser au moins 40% d'œuvres de musique non classique sur des textes en langue française sur ses deux services généralistes et minimum 30% sur chacune d'entre elles et 15% sur une chaîne musicale désignée par ses soins.

L'obligation pour les œuvres de la FWB est de 10% sur l'ensemble des chaînes généralistes ainsi qu'une chaîne musicale désignée par l'éditeur.

Concrètement, elle a choisi de diffuser le quota francophone sur Classic21 et le quota FWB sur Pure.

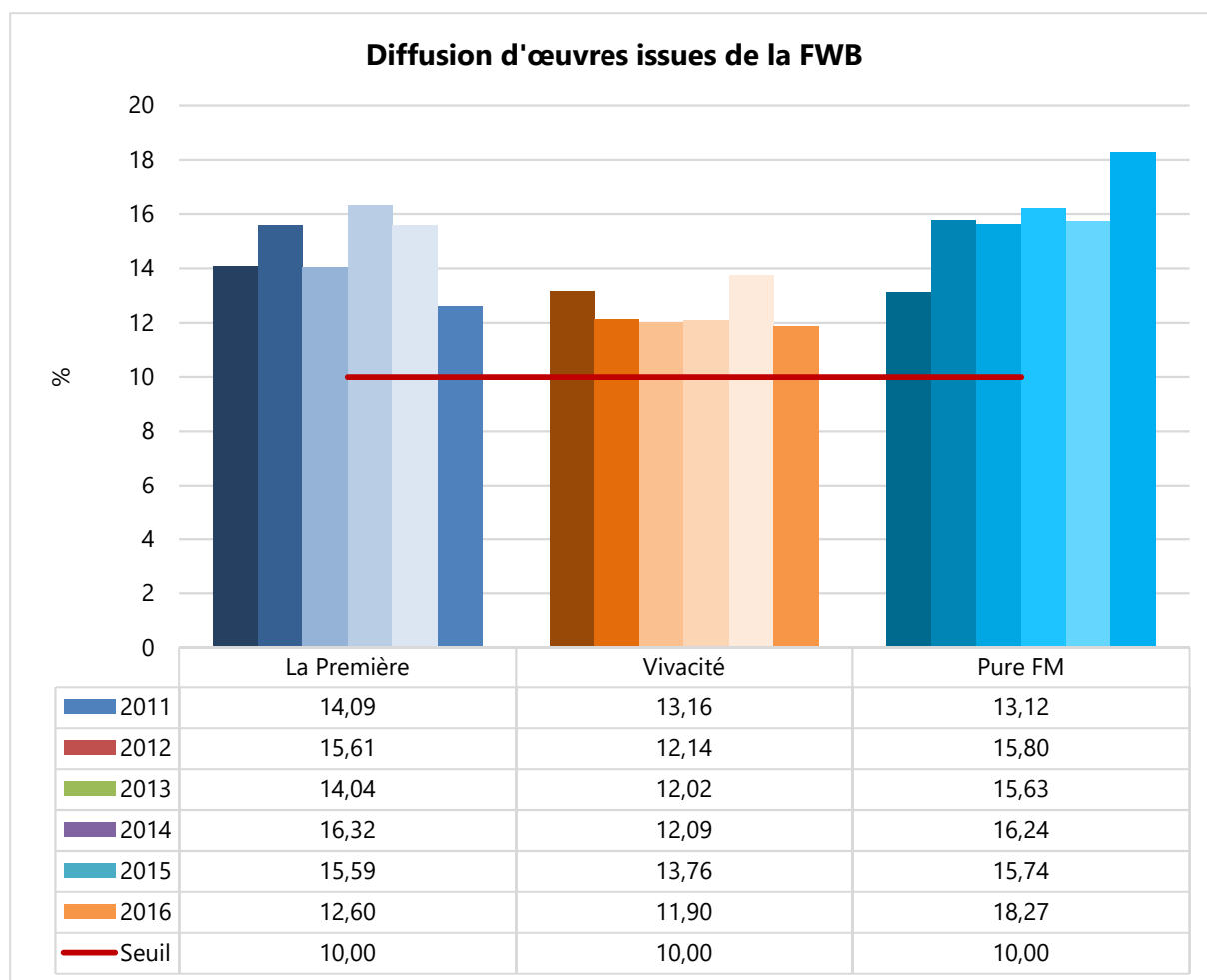
BILAN

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



Source : CSA en coordination avec la RTBF

La RTBF respecte ses quotas francophones, en dépassant aisément le seuil imposé aux chaînes généralistes et affiche, malgré une légère baisse en 2014, une belle stabilité sur Classic21.

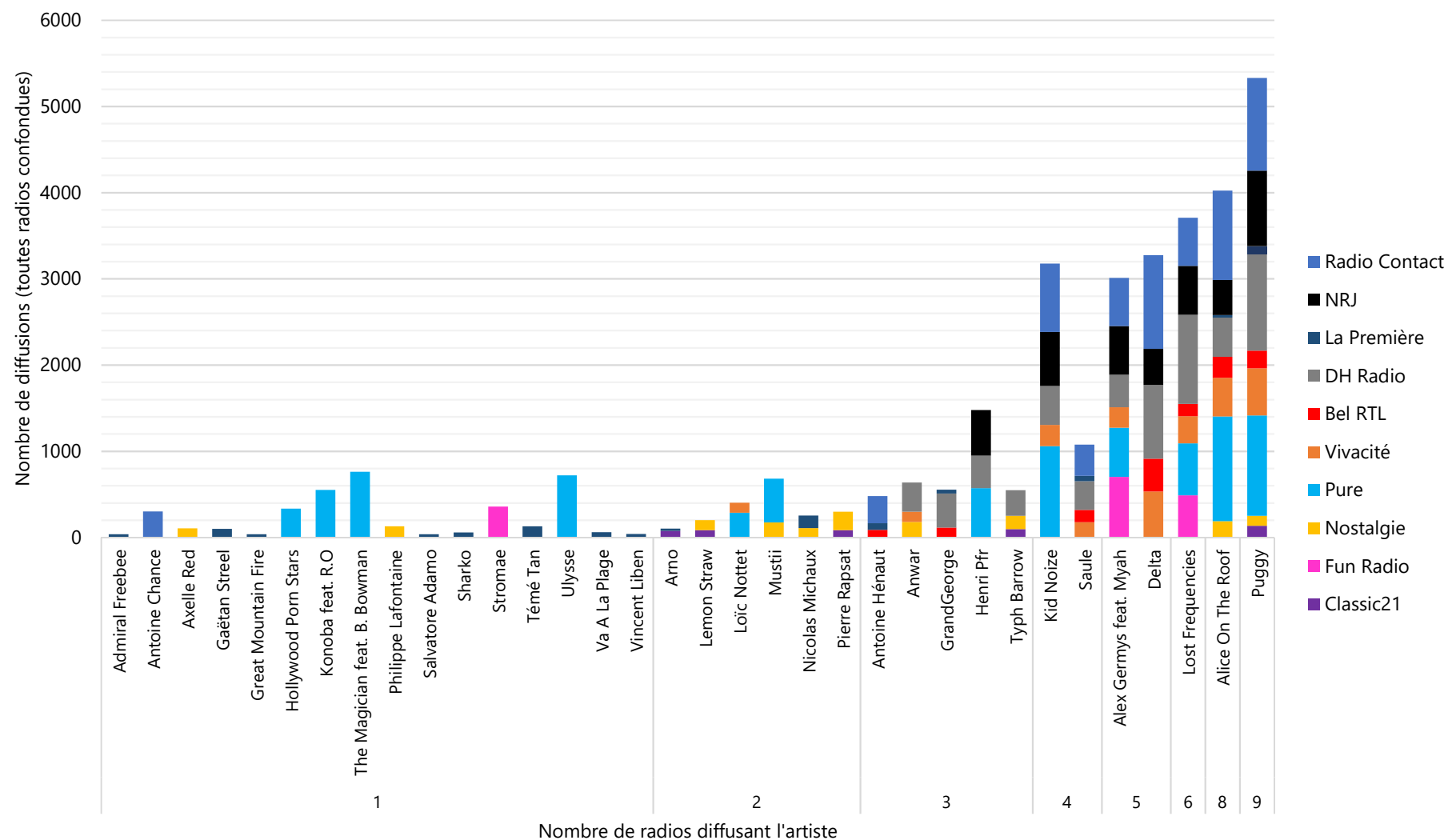


Source : CSA en coordination avec la RTBF

En ce qui concerne les quotas d'œuvres issues de la FWB, la stabilité est aussi au rendez-vous, avec un dépassement moyen de 4,26% du quota par rapport au seuil de 10%.

En plus du contrôle annuel des quotas musicaux, cette année, les services du CSA ont choisi d'analyser la diversité au sein des diffusions radio des œuvres issues de la FWB. En effet, offrir des plages d'expression à un nombre le plus important d'artistes de FWB est l'un des objectifs fondamentaux des politiques des quotas. Une analyse comparative a ainsi été effectuée sur la rotation des œuvres des artistes FWB à la fois sur les radios de la RTBF et les radios privées.

Rotation des œuvres issues de la FWB sur les radios de la RTBF en comparaison avec les réseaux privés



Sources : CSA, RTBF, RadioMonitor : Top des 100 premières diffusions en 2016

Sur 36 artistes, 24 sont diffusés sur trois radios seulement. Les 7 artistes diffusés sur plus de quatre radios combinent plus de 70% des diffusions.

Parmi les 16 artistes diffusés sur une seule radio, 12 le sont sur une radio de la RTBF (8 sur La Première, 4 sur Pure). Ceux diffusés sur plus de deux radios sont présents sur au moins une radio RTBF.

La basse rotation des artistes de la Première indique une grande diversité musicale globale. Cette diversité ne concerne pas uniquement les artistes de la FWB, mais l'ensemble des artistes et des œuvres diffusées sur cette radio.

Pure présente une diversité moindre mais accorde également une place importante à la découverte des artistes de la FWB.

Vivacité suit globalement les tendances des radios privées.

Classic 21 témoigne d'une rotation basse, mais également d'une moindre présence des artistes de la FWB due au profil de la radio. La faible présence du Classic 21 s'explique également par le choix de se limiter au Top 100 de Radiomonitor.

La Première et, dans une moindre mesure, Pure FM sont des radios offrant une vitrine à certains artistes qui ne sont pas diffusés sur les radios privées.

AVIS

La RTBF remplit ses obligations en termes de quotas musicaux tout en se positionnant en tant que vecteur de visibilité pour les artistes de la FWB de moindre notoriété ou proposant des genres musicaux moins facilement diffusés par les radios privées. Elle remplit ainsi ses obligations de service public.

PRODUCTION INDÉPENDANTE

La RTBF est un partenaire indispensable du développement du secteur de la production audiovisuelle indépendante en FWB. Le contrat de gestion prévoit dès lors plusieurs obligations et incitants 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.

LES INVESTISSEMENTS

CONTEXTE

En vertu des articles 12 et 13 du contrat de gestion, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants.

Chaque année, l'éditeur doit affecter un montant minimum de 7.200.000€²³ à des contrats passés avec des producteurs indépendants dont la résidence, le siège d'exploitation ou le siège social est situé en Région de langue française ou en région bilingue de Bruxelles-Capitale.

Ces investissements peuvent prendre plusieurs formes : 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 :

Minimum 70% 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 ;

- Minimum 20% doit être affecté à des (web)documentaires ;
- Minimum 25% doit être affecté à des séries belges francophones ;
- Maximum 30% peut être affecté à des « programmes de flux » (magazines, talk-show, divertissement).

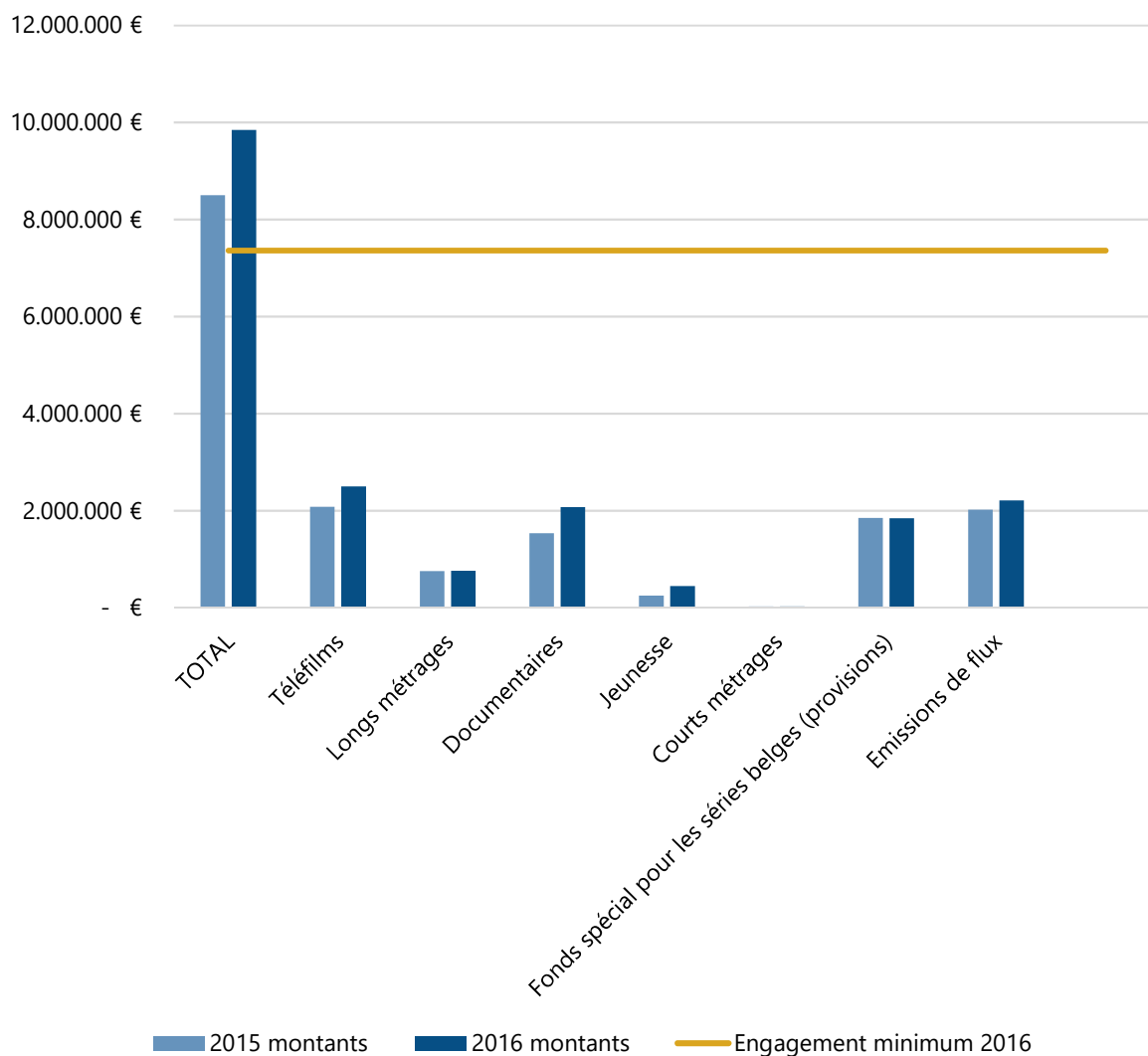
Le contrat de gestion impose que 50% de l'investissement soit consacré à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires ». La proportion passe à 66% pour les documentaires.

²³ Montant indexé annuellement à partir de 2014 sur la base de l'indice général des prix à la consommation.

BILAN

Montants investis

Répartition des montants affectés à la production indépendante (2015 et 2016)



Pour 2016, le montant de l'obligation s'élève à **7.360.853 €**.

Le Collège constate que la RTBF a investi un montant total de **9.885.797 €** dans des contrats passés avec les producteurs indépendants, ce qui constitue une augmentation de 16.3% par rapport à l'exercice précédent.

Détail de l'investissement²⁴ :

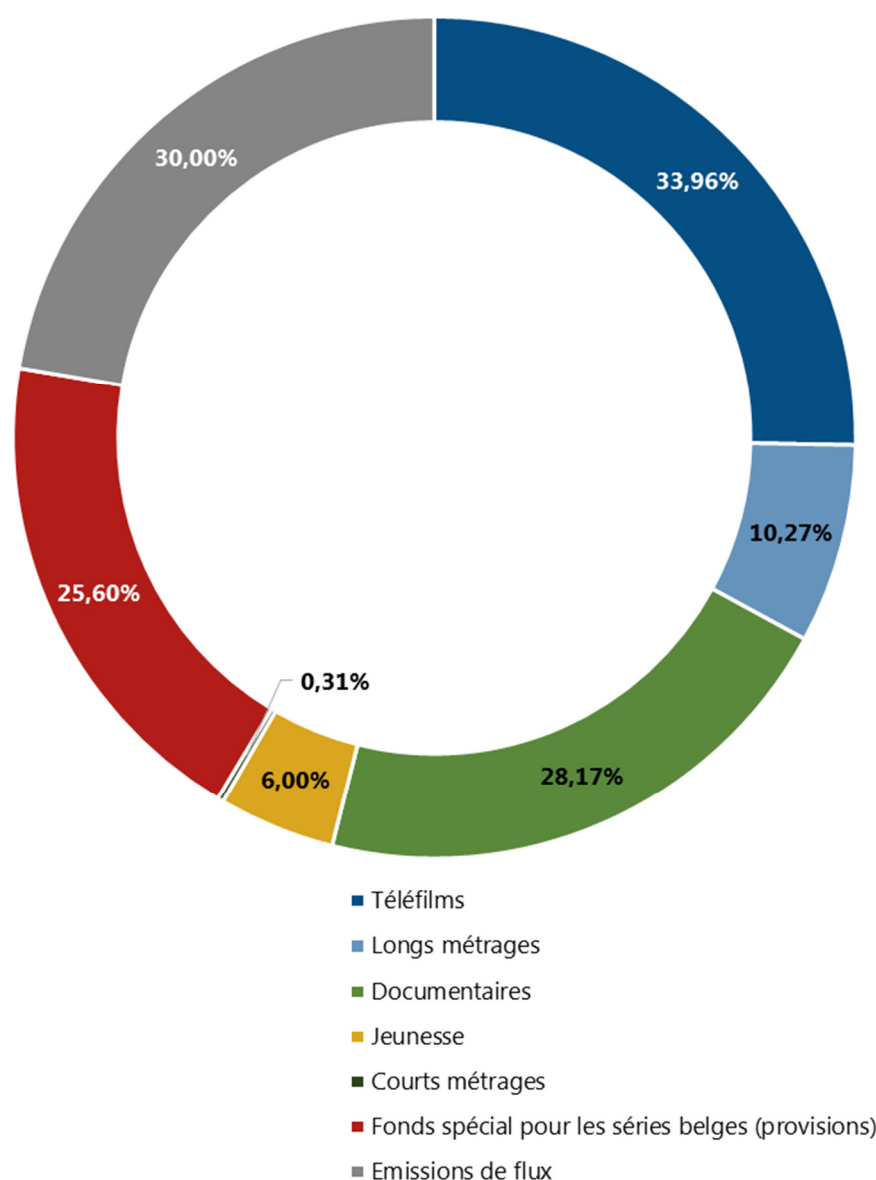
- 2.500.000 € dans 35 projets de « téléfilms » ;
- 2.208.256 € dans 9 programmes de flux (et notamment, les programmes « Une brique dans le ventre », « Matière grise », « C'est cult », « L'invitation », « Signé Taloche »);

²⁴ 42.663 € de « réinvestissement des recettes perçues » sont également comptabilisés dans le montant d'investissement. Ce montant correspond aux recettes générées par la série « A tort ou à raison », réinvesties dans la série E-légal.

- 2.073.447 € dans 72 projets de documentaires (notons toutefois que l'investissement de la RTBF ne dépasse pas 15.000 € pour plus de la moitié des projets) ;
- 1.840.213 € de provision pour le Fonds séries (18 projets soutenus en 2016, voir-ci-dessous) ;
- 756.043 € dans 20 projets de longs-métrages ;
- 441.500 € pour 7 projets de programmes jeunesse ;
- 22.675 € pour 10 projets de courts-métrages,

Clé de répartition

Répartition en pourcentage des montants affectés à la production indépendante (2016)



La clé de répartition du montant minimum à investir telle que définie par le contrat de gestion est respectée pour 2016 : 28.17% dans le documentaire (minimum 20%), 25.6% dans le Fonds séries (minimum 25%) et 30% dans les programmes de flux (maximum 30%).

La RTBF investit en outre 103.71% du montant de l'obligation dans les programmes de stock (minimum 70%).

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'information²⁵.

La qualification de « majoritaire » repose sur des critères pondérés²⁶ quant à la participation de talents de la Fédération Wallonie-Bruxelles (réalisateur, rôle principal ou secondaire important, scénariste, technicien-cadre) dans la production des œuvres.

Pourcentage d'œuvres majoritaires, par genre

Genre	Majoritaires (€)	Total genre (€)	% Majoritaires
Courts métrages	22.675	22.675	100%
Téléfilms	0	2.500.000	0%
Documentaires	1.689.678	2.073.447	81,5%
Fonds séries belges	1.840.213	1.840.213	100%
Films (longs métrages)	360.525	756.043	47,7%
Jeunesse	266.500	441.500	60,4%
Total	4.179.591	7.633.878	54,8%

Partenariats avec les producteurs indépendants

Les investissements consentis en 2016 par la RTBF en vertu de l'article 12 de son contrat de gestion ont bénéficié à 171 projets audiovisuels, portés par 79 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 très limités, comme susmentionné pour les documentaires.

Parmi ces 79 producteurs indépendants, 13 peuvent être considérés comme émergents sur le marché (dans la mesure où ces sociétés sont actives depuis moins de 5 ans). Elles sont en coproduction avec la RTBF sur des projets de courts-métrages, de séries et de documentaires.

²⁵ Article 2, 23° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels

²⁶ 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.

Contrats-cadres

Dans le cadre de ses partenariats avec les producteurs indépendants, la RTBF doit « mener une politique appropriée de contrats cadres ou ponctuels », comme le précise l'article 12.2 de son contrat de gestion.

La RTBF déclare qu'elle applique un contrat-type de coproduction²⁷. Ce contrat est issu de négociations sectorielles menées dans le cadre de la mise en place du Fonds spécial (dernière actualisation en 2011). Il sert également de modèle dans les aspects contractuels du Fonds séries. Le Collège s'interroge sur l'application de ce contrat-type aux coproductions et contrats de développement conclus avec les producteurs de programmes de flux, ou pour d'autres projets de collaboration (webcréation notamment).

LE FONDS POUR LES SERIES BELGES

CONTEXTE

Le Gouvernement de la FWB développe une politique spécifique en faveur de la fiction télévisuelle. Créé en 2013, un fonds commun 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 12 du contrat de gestion, la RTBF alimente ce Fonds séries à hauteur de 25%²⁸ du montant qu'elle affecte à la production indépendante (voir supra).

- 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 FWB²⁹, qui prévoit également que toute institution ou société désireuse de s'associer aux objectifs du fonds peut contribuer à son financement.

À terme, la RTBF vise l'objectif de diffusion d'un épisode par semaine de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires.

BILAN

Pour 2016, la RTBF déclare avoir consacré 25% de son obligation d'investissement minimum, à savoir 1.840.213€, aux provisions pour le fonds séries.

Bien que le bilan complet de la liquidation des montants consacrés au Fonds séries ne pourra avoir lieu qu'en fin de contrat de gestion, les montants totaux provisionnés de 2013 à 2016 sont conformes aux prescrits du contrat de gestion.

²⁷ 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.

²⁸ Fixée à 20% en 2013, cette proportion évolue de manière croissante, pour arriver à 25% à partir de 2015.

²⁹ http://gallilex.cfwb.be/document/pdf/39757_000.pdf

Appels à projets 2016

Trois appels à projets ont été lancés sur l'exercice. Depuis août 2016³⁰, les montants de soutien ont été rehaussés afin de mieux répondre aux besoins des producteurs.

Les nouveaux montants sont :

- Pour la saison 1 : 275.000 € par épisode de 52 minutes (ou 105.769 € par épisode de 26 minutes) ;
- Pour la saison 2 : 330.000 € par épisode de 52 minutes (ou 126.923 € par épisode de 26 minutes).

Sous certaines conditions, les budgets peuvent encore être augmentés de maximum 20% pour la saison 1 et de maximum 30% pour la saison 2.

Le soutien est organisé selon plusieurs phases de développement : aide à l'écriture (phase 1), développement d'un teaser (phase 2) et coproduction d'une saison (phase 3).

Selon le rapport transmis par la RTBF, 10 projets ont été soutenus en phase 1, 3 projets en phase 2, et 5 projets en phase 3.

Projets en coproduction en 2016

« **La Trêve** » - coproduction Hélicotronc.

Dans les Ardennes, un inspecteur enquête sur le meurtre d'un jeune footballeur togolais.

- Produite en 2015-2016 et diffusée en février-mars 2016 sur La Une. En moyenne, la série a attiré 428.000 téléspectateurs³¹.
- Diffusée en août-septembre 2016 sur France 2. Le premier épisode a attiré une audience de 3.4 millions de téléspectateurs tandis que l'ensemble de la série a rassemblé 2,6 millions de téléspectateurs³² en moyenne en audience veille³³.

« **Ennemi public** » - coproduction Playtime Films, Entre Chien et Loup.

Une jeune inspectrice est chargée de la protection d'un ex-détenu, condamné pour le meurtre d'un enfant, lorsqu'un enfant disparaît dans le voisinage.

- Produite en 2015-2016 et diffusée en mai 2016 sur La Une. En moyenne, la série a attiré 391.000 téléspectateurs³⁴.

³⁰ Fonds FWB-RTBF pour les séries belges de fiction, Conditions de dépôt 26 août 2016 : https://ds1.static.rtbf.be/article/pdf/fonds-series-belges_conditions-de-depot-sept-2016-1472721103.pdf

³¹ Rapport RTBF 2016, citant l'audiométrie CIM, cible CIM 4+.

³² Pure Médias, <http://www.ozap.com/actu/audiences-la-treuve-enregistre-un-bilan-correct-sur-france-2/507616>, consulté le 6/12/17.

³³ En France, l'audience veille est celle obtenue le lendemain de la diffusion par les chaînes. Elle représente l'audience le jour de la diffusion et se distingue de l'audience consolidée (qui intègre également l'audience différée, soit l'audience en catch-up).

³⁴ Rapport RTBF 2016, citant l'audiométrie CIM, cible 4+.

- Diffusée en février 2016 sur TF1, Ennemi public a attiré 4,2 millions de téléspectateurs pour le premier épisode et 3,1 millions de téléspectateurs en moyenne en audience veille³⁵.

« **Unité 42** » - coproduction Left Field.

Une équipe de policiers bruxellois mène l'enquête dans un univers lié à la cybercriminalité.

- Produit en 2016-2017, diffusée en novembre 2017 sur La Une.
- Rachetée par France 2.

« **E-legal** » (anciennement « Les pionniers ») - coproduction To do Today.

Série judiciaire d'anticipation sur la cyber-criminalité.

En coproduction en 2016, diffusion prévue en 2018.

« **Champion** » - coproduction Kings of Comedy

Une star du foot subit une descente aux enfers suite à une altercation avec un journaliste.

En écriture et coproduction en 2016, tournage en septembre 2017, diffusion prévue en 2018.

Perspectives

En complément de ces formats séries de 10 fois 52 minutes, l'appel à projet du 23 février 2017 s'est ouvert, exceptionnellement, aux séries de 26 fois 26 minutes. Mais vu le succès rencontré, le comité de sélection du fonds série a décidé de lancer un appel à projets de ce type une fois par an. Au 4 décembre 2017, 23 séries sont en cours de développement³⁶.

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 2016 l'exercice d'un droit de tirage par la RTBF sur le fonds spécial à hauteur de 1.368.681€.

³⁵Pure Médias, <http://www.ozap.com/actu/audiences-bilan-tres-decevant-pour-ennemi-public-sur-tf1/520504>, consulté le 6/12/17.

³⁶<http://laloidesseries.blogs.lalibre.be/archive/2017/12/04/series-belges-rtbf-baraki-fils-de-pandore-anne-coesens.html>

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir, en parallèle, sur ses fonds propres, un montant de 1.153.997,6€³⁷ pour 2016.

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 2016, 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%

Dans son bilan 2016 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements³⁸ consentis pas l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 2.452.165€ pour 2016³⁹.

Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé dans le tableau PP-FIG1 ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.298.167,4€ par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994.

Les recettes nettes de publicité représentant 21,3%⁴⁰ des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2016, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'imposait pour 2016.

AVIS

Le Collège constate que la RTBF a affecté un montant total de 9.885.797€⁴¹ à des contrats passés avec des producteurs indépendants, en respectant la clé de répartition par genres et le quota d'œuvres

³⁷ Ce montant est supérieur à l'obligation de 2015 (1.111.965.31€).

³⁸ Investissements qui peuvent être de trois formes différentes : cash, services ou diffusion.

³⁹ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles – Bilan 2016 »

http://www.audiovisuel.cfwb.be/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&g=0&hash=a9b35e3044e275f545934b29607e19488bd4519f&file=fileadmin/sites/avm/upload/avm_super_editor/avm_editor/Publications/Telechargement_pdf/Bilan_CCA/Bilan_2016_CCA.pdf.

⁴⁰ Voir Chapitre Offre de service de l'avis

⁴¹ 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 (93,4%).

majoritaires. Le montant investi est en augmentation par rapport à l'exercice précédent. Le Collège constate également l'utilisation conforme par la RTBF du Fonds spécial.

Enfin, le Collège constate le dynamisme sans précédent créé par le Fonds séries en FWB. Il félicite la RTBF et ses partenaires pour les succès critiques et publics rencontrés.

WEBCREATION

CONTEXTE

En vertu de l'article 10 de son contrat de gestion, la RTBF marque un intérêt particulier pour les « *nouvelles écritures audiovisuelles* », c'est-à-dire pour la création de programmes profilés pour une consommation internet : webfiction, webdocumentaire et transmedia. Certains de ces programmes doivent pouvoir être visionnés sur « *les nouveaux appareils numériques, entre autres mobiles* ».

Dans le cadre de cette mission, la RTBF fait appel aux talents de la FWB, en ce compris aux talents « externes ».

Cette nouvelle mission intègre à la fois les objectifs de mise en valeur des talents émergents et d'adaptation aux usages des publics (en particulier des jeunes).

BILAN

Depuis 2013, la RTBF s'est progressivement déployée dans la « création web » via un département interne dédié, la cellule webcréation. Celle-ci a soutenu le développement d'une offre variée de programmes transmédiés, de webdocumentaires et de webséries. La cellule gère notamment un fonds interne de soutien à la webcréation investi sous la forme d'appels à projets lancés à destination des producteurs indépendants.

Progressivement, fortes d'une multitude de prix décrochés dans divers festivals, les productions soutenues par la cellule webcréation ont acquis une renommée internationale.

L'attribution de soutien à la production via le fonds pré-mentionné se fait notamment en faveur des projets qui, premièrement, valorisent la diversité et, deuxièmement, ont un potentiel à l'exportation parce qu'ils abordent une thématique à la fois belge et universelle.

L'exercice 2016 de la RTBF en matière de webcréation s'inscrit dans la continuité du précédent : les productions continuent de rencontrer des succès critiques et publics, de nouvelles initiatives sont prises pour prospector les codes de l'audiovisuel connecté.

Principalement via ses appels à projets webséries, la RTBF poursuit l'objectif annoncé de « *faire éclore un écosystème de scénaristes, réalisateurs, producteurs et de jeunes talents dédiés au web en Belgique francophone* ».

[Appel à projets Webséries](#)

« *Euh Saison 2* » (RTBF et Grizzly Films) : lauréat 2014

Format humoristique centré sur un personnage souffrant « d'aboulie », un trouble psychologique qui empêche de faire des choix. La saison deux est coproduite avec Canal Play (France). Sortie en septembre 2016.

« *Burkland* » (RTBF, Delphine's got blue eyes et BrusselsVideoCrew) : lauréat 2015

Format horrifique de type « *found footage*⁴² » avec deux innovations particulières : l'accent mis sur la consommation mobile et le mixage binaural⁴³ pour un rendu sonore 360° au casque. Sortie en mai 2016.

« *La théorie du Y* » (RTBF et Roue libre Prod) : lauréat 2016

Format adapté d'une pièce de théâtre qui questionne la construction de l'identité sexuelle chez les jeunes adultes. Une thématique qui concrétise le focus « diversité » introduit par la RTBF dans ses appels à projets depuis 2016. Sortie en mai 2017.

Webdocumentaires

« *Les nouveaux pauvres* » (RTBF et Instant Productions)

Webdocumentaire transmedia qui mêle fiction, données, témoignages et interactivité pour conduire l'audience vers le constat que la génération actuelle vit peut-être moins bien que celle de ses parents. Sortie en novembre 2016.

« *Hors-jeu* » (RTBF, ARTE, Upian, Le Matin)

Webdocumentaire qui propose à l'internaute de « collectionner » des témoignages qui dénoncent les dérives du foot-business. Sortie en juillet 2016.

« *Autopsie* » (RTBF)

Série de 10 documentaires qui revient sur des faits d'actualité marquants de ces dix dernières années (Fortis, abdication d'Albert II, crise politique de 2011, etc.). Le format mêle notamment des enquêtes, des témoignages, ainsi que de la « narration journalistique ». Durant l'été 2016, « Autopsie » faisait également l'objet d'un programme « grand format » sur La Première. Sortie en juillet 2016.

Réalité virtuelle

« *La vie à venir* » (RTBF, ARTE, Al Jazeera, Seppia Interactive et Stenola Productions)

Découverte du quotidien d'un enfant prématuré en « immersion 360° » via une caméra subjective. Sortie en décembre 2016.

Perspectives 2017

L'appel à projets lancé en janvier 2017 portait, pour la première fois, sur la création d'une « fiction Snapchat ». Les formats devaient notamment : répondre aux codes de l'application Snapchat (en particulier, la diffusion en direct), proposer une stratégie de création d'une communauté (les futurs abonnés du compte) et viser la génération Z (de 15 à 25 ans).

La cellule webcréation prévoit de maintenir les appels à projets destinés aux webséries lors des années paires et de les consacrer aux nouvelles écritures lors des années impaires. Le cinquième appel à projets,

⁴² Enregistrement trouvé : pratique qui consiste à récupérer pour un film des images trouvées. Dans *Burkland*, une partie de l'intrigue repose sur des images filmées au smartphone par un des protagonistes pendant le drame, ces images servent ensuite à l'enquête.

⁴³ Technique d'enregistrement qui vise à reproduire au plus près la perception sonore dans l'espace, voir : <https://www.franceculture.fr/emissions/le-numerique-et-nous/son-binaural-la-3d-sonore>.

lancé récemment, est à nouveau centré sur les webséries. Principale évolution : la possibilité d'augmenter de 30% le budget de production en levant du tax shelter via l'intermédiaire Casa Kafka Pictures.

« # PLS » : lauréat 2017

Première websérie produite par la RTBF pour une diffusion exclusive sur Snapchat. 40 « stories » ont été proposées sur le compte @storyPLS, par vagues de 2 ou 3 blocs quotidiens, ce qui correspond au mode de consommation sur Snapchat. Les initiales PLS font référence à l'expression « position latérale de sécurité », couramment utilisée sur les réseaux sociaux pour évoquer l'inertie. Dans la série, elles signifient aussi « Post. Like. Share ». Le sujet : les débuts à l'université d'un groupe d'amis fraîchement sortis des secondaires. Plus de 25.000 utilisateurs de Snapchat se sont abonnés et la série aura cumulé 15 millions de snaps vus. Le format suscite beaucoup d'interactivité, avec par exemple plus de 1.000 messages reçus en une heure lors de la diffusion du dernier épisode. Sortie en octobre 2017.

« La guerre des pranks »

En écho à la première série développée par OUFtivi (« Lucas etc. »), la RTBF produit des capsules intitulées « La guerre des pranks » qui illustrent la guerre que se livrent les deux personnages principaux à coup de blagues en caméras cachées. Il s'agit d'un format web dérivé de la série télévisée. Sortie en novembre 2017

« C'est tout meuf »

Il s'agit d'un format sonore adapté d'une création du département « nouvelles écritures » de France Télévision. Série de podcasts « *dans laquelle des jeunes femmes modernes parlent sans tabou ni complexe de leur vie sentimentale et intime* ». Sortie en novembre 2017

« Jézabel »

Websérie coproduite avec France Télévisions qui raconte la quête parentale d'une jeune musicienne muette. La prestation de l'actrice principale est récompensée plusieurs prix internationaux. Le Collège constate que la thématique est pleinement en phase avec l'enjeu de la diversité à l'écran. Sortie en janvier 2017.

« Tarmac⁴⁴ »

Nouveau label sous lequel la RTBF rassemble une offre crossmedia à destination des jeunes intéressés par les « cultures urbaines ».

AVIS

L'obligation est largement rencontrée pour 2016. Le Collège considère en outre la formule de l'appel à projets comme particulièrement propice pour dynamiser un secteur créatif émergent. Il encourage la RTBF à poursuivre ce type d'initiative, et, éventuellement, à transposer le mécanisme d'appel à projets pour la coproduction d'autres genres de programmes.

⁴⁴ Voir chapitre « Offre de service » de l'avis

ACCESSIBILITE

CONTEXTE

En vertu de l'article 40 de son contrat de gestion, la RTBF doit diffuser des programmes accessibles aux publics déficients sensoriels.

SOUS-TITRAGE

Le contrat de gestion fixe des objectifs quantitatifs : 1000 heures en 2013, 1100 h en 2014 et 1200 h à partir de 2015.

Indépendamment de ces paliers, la durée des programmes rendus accessibles par le sous-titrage doit augmenter « graduellement » chaque année.

Priorité doit être donnée par la RTBF au journal télévisé de début de soirée et aux messages d'intérêt général.

Le contrat de gestion précise qu'il s'agit de « sous-titrage sourd », à savoir de pistes textuelles spécifiques intégrant à la fois les dialogues et des descriptions d'ambiances sonores. La mise à disposition de sous-titres classiques, si elle constitue déjà une avancée notable, ne rencontre dès lors pas le prescrit.

TRADUCTION GESTUELLE

La RTBF doit garantir un accès avec traduction gestuelle au JT de début de soirée (sur une chaîne de télévision généraliste et sur une plate-forme de diffusion appropriée) et au JT spécifiquement destiné à la jeunesse (sur une plate-forme de diffusion appropriée ou sur d'autres canaux télévisés).

AUDIODESCRIPTION

Depuis 2014, la RTBF doit diffuser au moins deux fictions audio-décrites par an.

NAVIGATION INTERNET

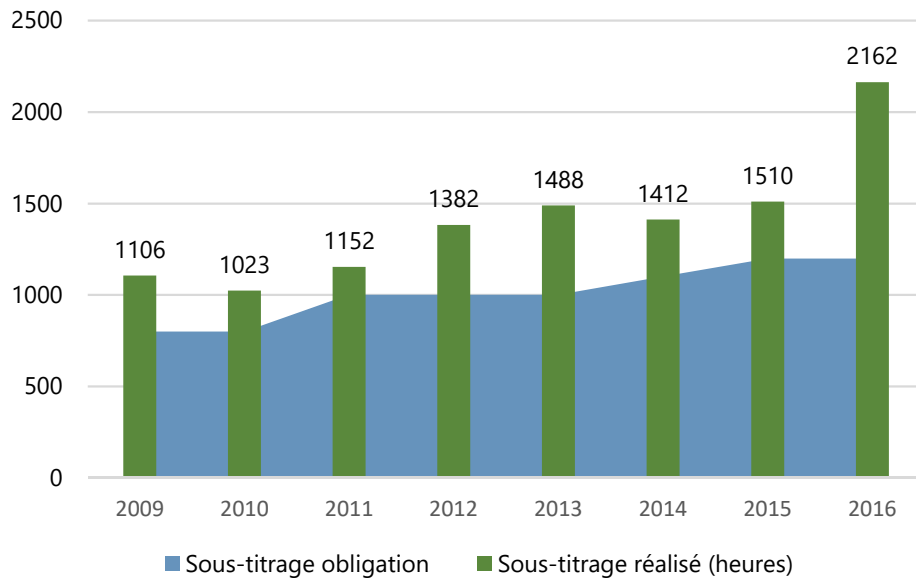
Le site internet de la RTBF et ses nouvelles applications doivent progressivement tendre vers l'octroi du label « anysurfer ».

BILAN

SOUS-TITRAGE

La RTBF déclare qu'elle a diffusé 2162 heures de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes ou malentendantes pour l'exercice 2016. Le Collège constate que l'objectif de 1200 heures est atteint. Ce volume horaire présente par ailleurs une nette progression par rapport à l'exercice 2015 (de 1510 à 2162 heures, soit une augmentation de plus de 40%). Il s'inscrit donc dans la dynamique d'augmentation graduelle prévue par le contrat de gestion.

Durée cumulée sur les 3 chaînes de la RTBF 2009 - 2016



S'agissant des priorités en matière de sous-titrage, outre les journaux télévisés et les messages d'intérêt général, la RTBF déclare une attention particulière à ses productions propres.

La cellule « Access », créée fin 2015, prend en charge l'accessibilité des programmes pour les personnes sourdes et malentendantes. Celle-ci intègre dans ses objectifs le sous-titrage de la production propre de la RTBF et de certaines de ses coproductions (notamment les séries issues du Fonds : « La Trêve », « Unité 42 »). Dans sa réponse à une demande complémentaire, la RTBF déclare aussi qu'un effort sera entrepris sur la webcréation.

S'agissant de l'offre à la demande, l'éditeur déclare qu'il propose des programmes sous-titrés sur la plateforme Auvio. Il ajoute qu'un travail est entrepris sur ce point par la cellule access :

- Les programmes diffusés avec des sous-titres en télévision sont diffusés sur le digital avec les mêmes sous-titres, à l'exception des programmes sous-titrés en direct ou en faux direct. Les services du CSA constatent que c'est bien le cas pour des programmes tels que le journal télévisé, « C'est du Belge », « Questions à la Une » et « Devoir d'enquête », par exemples.
- La RTBF précise qu'un travail est en cours afin de rendre la webcréation accessible. Le Collège examinera les efforts consentis sur ce point dans la perspective du contrôle prochain.
-

TRADUCTION GESTUELLE

La RTBF déclare que les éditions de son JT de 19h30 sont quotidiennement interprétées en langue des signes. Le JT interprété en langue des signes est aussi consultable en Catch-up sur Auvio. Chaque édition des Niouzz fait également l'objet d'une interprétation en langue des signes pendant la période scolaire.

AUDIODESCRIPTION

L'article 40.2.b dispose que la RTBF « *diffuse au moins deux fictions audio-décrites par an, à partir de 2014* ». L'éditeur déclare avoir diffusé 12 fictions audio-décrites pour l'exercice 2016, notamment les 10 épisodes de sa série « La Trêve ».

NAVIGATION INTERNET

L'article 40.2.a du contrat de gestion dispose que la RTBF « *rend son site internet progressivement accessible* » et tend vers l'obtention du label « *anysurfer* ». L'éditeur précise dans son rapport annuel qu'il n'obtiendra sans doute pas ce label « *car il faudrait entre autres, avoir des sous-titres descriptifs pour tous nos sons et vidéos, ce qui, au vu de la quantité de médias diffusés (notamment en radio), serait impraticable et impayable* ».

La RTBF rappelle toutefois différentes initiatives prises afin de « tendre » vers le label : lecture audio des articles sur son site internet via la fonctionnalité « text2speech », boutons « pause » à l'attention des personnes épileptiques pour stopper le défilement, etc.

COMMUNICATION SUR LES PROGRAMMES ACCESSIBLES

La RTBF déclare assurer la promotion des programmes accessibles aux publics déficients sensoriels en communiquant directement par mail avec les associations. Des informations sous forme de FAQ sont communiquées via la page de la cellule Access : https://www.rtb.be/entreprise/contact-et-question/faq/detail_accessibilite?id=9309319.

L'activation du sous-titrage télétexte se fait via la page 888.

AVIS

Le Collège constate que l'objectif de 1200 heures de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes et malentendantes est atteint. Ce volume horaire présente par ailleurs une progression par rapport à l'exercice 2015, il s'inscrit donc dans la dynamique d'augmentation graduelle prévue par le contrat de gestion.

Les obligations en matière de traduction gestuelle du JT de début de soirée et du journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse sont rencontrées.

Les obligations de l'éditeur en matière d'accessibilité sont rencontrées.

Enfin, nonobstant les progrès accomplis par l'éditeur, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA recommande la reprise des travaux du Collège d'avis du CSA sur cette thématique importante de régulation.

ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ

CONTEXTE

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

2012

- Approbation par le Conseil d'administration de la RTBF d'un plan d'action triennal 2012-2014 visant à « favoriser l'égalité des chances femmes/hommes ».
- Désignation d'une personne chargée de l'égalité des chances.

2013

- Constitution d'un groupe de travail interne sur la diversité.
- Élaboration de recommandations remises au Comité de direction.
- Approbation de la charte de l'UER sur l'égalité des chances.

2014 - plusieurs actions menées en faveur de la diversité :

- Accueil des rencontres européennes Médiane.
- Plan stratégique d'éducation aux médias dont deux axes concernant la diversité.
- Réflexions au niveau du recrutement et de la gestion des « talents ».

2015 : la RTBF déclare que ses recrutements récents sont composés à 45% de femmes, contre 41% pour 2014. L'éditeur relève que cette proportion est supérieure à la répartition de ses effectifs par genres.

BILAN

En matière d'égalité entre les femmes et les hommes et de diversité, l'éditeur déclare avoir centré ses actions pour l'exercice 2016 sur trois points principaux :

1. L'interaction avec la jeunesse

Sur ce point, l'éditeur invoque le Media School Day où 231 étudiants bruxellois ont été à la rencontre de la RTBF afin de poursuivre le dialogue initié entre les journalistes et les écoles.

2. La représentation des femmes

Sur ce point, l'éditeur invoque son soutien au développement de la base de données Expertalia créée par l'AJP. La RTBF s'est impliquée en proposant des expert.e.s, en produisant des capsules vidéo de sensibilisation et en organisant des sessions de média coaching.

3. La sensibilisation accrue du personnel

Sur ce point, l'éditeur invoque la mise en place d'« atelier éditoriaux de la diversité » dont l'objectif « est l'appropriation par le personnel des données chiffrées issues des Baromètres diversité et réalisés tant pour la télévision, la radio et le web ».

Interrogé sur les modalités de l'évaluation, prévue par le contrat de gestion, des plans d'actions relatifs à l'égalité entre les femmes et les hommes, d'une part, et à la diversité, d'autre part, la RTBF ne spécifie aucune mesure concrète. L'éditeur déclare qu'il procèdera à une évaluation des résultats des Baromètres et que « des actions spécifiques seront étudiées si nécessaires ». Il reprecise en outre, la répartition entre les femmes et les hommes dans ses recrutements. En l'occurrence, pour l'exercice 2016, l'éditeur déclare, en réponse à un courrier de demandes complémentaires, que ses recrutements récents étaient composés à 54% de femmes, contre 45% pour 2015. Il relève également que cette proportion est supérieure à la répartition de ses effectifs par genres (62% d'hommes et 38% de femmes).

L'éditeur précise enfin avoir mené des collaborations avec l'UER (groupe interculturel et diversité) et la Commission travail-diversité de l'association française des managers de la diversité.

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 néanmoins expressément l'éditeur à procéder à une évaluation des plans d'action relatifs à l'égalité et à la diversité qui ont été développés, ainsi que le prévoit le contrat de gestion.

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.

PROGRAMMATION JEUNESSE

CONTEXTE

Articles 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 3 et 12 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 (entre 12 et 18 ans) : la RTBF diffuse des programmes qui leur sont spécifiquement destinés et à la production desquels ils sont associés (art.38).

La programmation jeunesse de la RTBF se développe avec trois points d'attention particuliers (art.36) :

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

BILAN

Deux labels

OUftivi

Depuis 2011, le label crossmedia OUftivi rassemble la programmation « enfants » de la RTBF (télévision, radio, portail internet). En télévision, le service est diffusé en partage de canal avec La Trois. Il propose en moyenne 10 heures de programmation quotidienne :

- En semaine : 6h-9h et 15h30-20h ;
- Le mercredi : 6h-9h et 12h30-20h ;
- Le week-end : 6h-20h.

Tarmac

Depuis 2017, le label crossmedia Tarmac⁴⁵ rassemble une partie de l'offre jeunesse de la RTBF (audio, réseaux sociaux, webradios, portail internet). Spécifiquement orienté vers les « cultures urbaines », il touche notamment un public d'adolescents et de jeunes adultes. Ses programmes sont exclusivement diffusés sur des plateformes numériques (internet et DAB+ en hertzien).

⁴⁵ Le chapitre « offre de service » contient une description plus détaillée de Tarmac.

LA PARTICIPATION

Le tableau ci-dessous reprend les programmes « participatifs » diffusés par la RTBF en 2016 spécifiquement à destination des enfants et des adolescents. Seuls les programmes de flux sont répertoriés car les fictions (dessins animés, séries, films) restent par définition difficilement compatibles avec l'objectif « d'expression directe des jeunes » (art.36).

Programme	Cible	Services	Contenu	Fréquence	Producteur
Matin pyjama	5 à 10 ans	TV : La Trois Web : OUFtivi	Programme de plateau avec un groupe d'enfants : ateliers bricolages, invités surprises, etc.	10 éditions de 26 min	RTBF
Ouftivi reporter	8 à 12 ans	TV : La Trois Web : OUFtivi	Un enfant présente une découverte (nature, artiste, média...)	20 éditions de 3 min	RTBF
Les Niouzz	8 à 12 ans	TV : La Trois Web : OUFtivi R.S. : Instagram	JT pour les enfants	197 éditions de 6 min	RTBF
Ouftivi sur Vivacité	3 à 12 ans	Radio : Vivacité Web : OUFtivi	Le micro est confié à des enfants pour des séquences aux thèmes variés	Non précisé	RTBF
Code aventure	8 à 14 ans	TV : La Trois Web : OUFtivi	Des jeunes partent à la découverte d'une culture, d'un pays et des ONG belges	6 éditions de 26 min	RTBF
Les mini-soigneurs	8 à 12 ans	TV : La Trois Web : OUFtivi	5 enfants s'immergent dans la vie d'un refuge pour animaux	30 éditions de 25 min	RTS (Suisse)
Drôle de manoir	9 à 13 ans	TV : La Trois Web : OUFtivi	Jeu par équipe dans une maison d'épouvante	10 épisodes de 50 min	Allo Houston Prod (France)
Au tableau	8 à 14 ans	TV : La Deux	Des enfants et jeunes adolescents interrogent des personnalités politiques	6 éditions de 40 min	RTBF
IHECS Corner	17 ans et plus	TV : La Trois Web : Auvio	Reportages réalisés par des étudiants de l'IHECS	2 éditions de 90 min	IHECS
Libre échange	17 ans et plus	TV : La Trois Web : Auvio	Débats entre des étudiants et des personnalités du monde la culture, des sciences, de l'économie...	4 éditions de 75 min	IHECS

Constats 2016 :

Programmes « enfants »

- En 2016, les programmes « participatifs » représentaient 47% de la programmation de flux sur OUFtivi.
- Les quatre programmes non éligibles sont des acquisitions françaises et suisses : « *On n'est pas que des cobayes* », « *C'est pas sorcier* », « *Drôle de Manoir* » et « les mini-soigneurs » :
 - o Les deux premiers ne sont pas « participatifs » ;
 - o Les deux derniers sont « participatifs » mais pas à l'égard des enfants de la FWB.
- Tous les programmes de flux produits par la RTBF sous le label OUFtivi sont donc « participatifs » (hors fiction).
- À l'instar des contrôles précédents, le Collège constate que l'obligation est mieux valorisée en télévision avec des programmes comme « *Les Niouzz* » ou « *Les Matins pyjamas* », qu'en radio où les créneaux participatifs pour enfants se limitent à des séquences hebdomadaires disséminées sur Vivacité.

Nouveau programme 2017

« Time's up » : programme de jeux destinés aux enfants et jeunes adolescents. Étant donné qu'il s'agit d'une acquisition française, le programme, en dépit de son caractère « participatif », ne peut être considéré comme rencontrant l'obligation. Il est non éligible au même titre que « *Drôle de Manoir* » ou « les mini-soigneurs » évoqués ci-dessus.

Programmes « adolescents »

Dans sa décision du 9 mars 2017, relative au contrôle annuel de la RTBF pour l'exercice 2015, le Collège constatait un appauvrissement de l'offre de programmes « participatifs » visant spécifiquement les adolescents. Il relevait notamment l'arrêt du programme crossmedia « What the fake » pourtant profilé pour rencontrer l'obligation.

Le Collège reconnaissait toutefois les difficultés notoires des médias traditionnels à séduire le public adolescent. Il notait enfin les réflexions entamées par l'éditeur afin de s'adresser aux adolescents « *via les canaux de consommation qu'ils privilégient* » et leurs premières concrétisations via le développement du label « Tarmac ». Le Collège avait donc fait de cette thématique un point d'attention pour le prochain contrôle.

Constat 2016 :

La situation reste assez semblable aux constats de 2015 : le public « adolescent » est en quelque-sortie touché et impliqué « aux deux extrêmes » avec « Code aventure » (jusqu'à 14 ans) et « Libre Echange » ou « IHECS Corner » (à partir de 17 ans). Le cœur de cible du public « adolescent », à savoir les 15-16 ans, n'est pas spécifiquement impliqué dans la programmation 2016 de la RTBF.

Nouveaux programmes 2017 :

L'équipe du label « Tarmac » est majoritairement recrutée parmi des jeunes évoluant dans le milieu Hip-Hop. La RTBF vise les 15-25 ans avec une offre radio DAB+, des webradios, du texte et des capsules vidéos (humour, info, culture, ...). Le contrôle prochain sera l'occasion de vérifier comment « Tarmac » contribue à combler la lacune constatée ci-dessus.

L'IMPLICATION DES ARTISTES

Programmes « enfants »

Le théâtre jeune public est particulièrement dynamique en FWB. Par le passé, plusieurs programmes pour enfants de la RTBF intégraient de manière récurrente des comédiens spécialisés. Actuellement, ce n'est plus le cas.

En 2016, les artistes apparus dans les programmes non-fictionnels d'OUFtivi étaient invités pour une prestation ou mis en avant pour leur actualité dans une perspective de développement culturel.

Prestations

Des artistes de la FWB ont été invités à se produire dans le programme « Matin Pyjama ». Le rapport annuel de la RTBF cite notamment :

- Thierry Cottiels, magicien-conteur ;
- KARMA, collectif d'artistes belges créé par Karin Clercq (chanteuse/comédienne) et Marie Warnant (chanteuse/musicienne) ;
- « Les Compagnons du Temps », interprètes de fables en chansons sur scène et en spectacle de rue ;
- « Les Flexzenight », duo musical (talent NRJ 2016).

Étant donné que « Matin Pyjama » est le seul programme d'OUFtivi à impliquer des artistes de la FWB et qu'il n'est diffusé qu'en périodes de vacances scolaires, les implications d'artistes de la FWB dans les programmes de flux du label OUFtivi restent peu nombreuses.

Développement culturel

En fonction de leur actualité, des artistes de la FWB ont fait l'objet de sujets au JT « Les Niouzz ». Le rapport annuel de la RTBF cite notamment :

- Alice on the roof (musique), nommée aux premiers D6bels Music Awards (22/01/2016) ;
- Hermann (bande dessinée), lauréat du Grand Prix du Festival d'Angoulême (28/01/2016) ;
- Thomas Lavachery (littérature jeunesse), auteur de « *Bjorn le Morphir* » à la Foire du livre de Bruxelles (22/02/2016) ;
- Raoul Cauvin (bande dessinée), rencontre avec une classe de Limal (22/03/2016).

Dans les programmes de fiction

« Les p'tites histoires d'OUFtivi » (42 éditions de 7 minutes) : lectures d'histoires pour les enfants de 3 à 6 ans accompagnées d'illustrations animées à l'écran. Ce programme est une fenêtre unique de mise en valeur des compteurs, auteurs et illustrateurs de la FWB.

En outre, la RTBF constitue le partenaire évident du développement de l'animation belge francophone (auteurs, animateurs 2D et 3D, ingénieurs du son, etc.) :

- Sur 2016, 3.5% des séries d'animation diffusées sur OUFtivi sont issues de producteurs belges francophones, notamment la société DreamWall, filiale de la RTBF basée à Charleroi, qui est impliquée dans trois productions : « Cédric », « Le Petit Spirou » et « Spirou et Fantasio ». Il faut

mettre cette proportion en perspective avec la quantité très importante d'animation diffusée sur OUFtivi (plus de 3000 heures en 2016). En outre, à titre illustratif, DreamWall précise sur son site que l'animation des saisons 4 et 5 de « Yakari », diffusées en 2017 sur OUFtivi, représente un an de travail pour une trentaine d'artistes (graphistes, animateurs, etc.).

- Le département jeunesse de la RTBF s'engage également sur des projets en co-développement ou en coproduction. L'éditeur cite :
 - o *Raconte-Moi* de Jad Makki (Kaos Production)
 - o *L'ADN de l'Atlantide* de Jean-François Rivalain (Digital Graphics)
 - o *Léon Accordéon* de Yves Barbieux (Gabal Productions)
 - o *100 Mains* de Geneviève Casterman et Rachel Marino (Panique! sprl)
 - o *Ernest et Célestine* : postproduction son (So Nord)
 - o *Le grand méchant renard et autres contes* : texture et postproduction son (Panique! sprl)

Programmes « adolescents »

L'équipe de Tarmac est recrutée parmi les artistes de la FWB. Les animateurs proviennent des milieux liés aux « cultures urbaines » : break dance, deejaying, musiciens de hip hop... D'autres encore sont youtubeurs ou comédiens de stand up.

Dans les programmes de fiction

Nouveaux programmes 2017 :

- « Lucas etc. » : première série jeunesse développée par OUFtivi. Il s'agit d'une co-production *Narrativ Nation, RTBF/OUFtivi et VRT/KETNET qui raconte les aventures d'un garçon de 12 ans au sein de sa nouvelle famille recomposée*. La série compte 25 épisodes de 7 minutes. La diffusion a débuté fin octobre 2017.
- « PLS » première websérie produite par la RTBF pour une diffusion exclusive sur Snatchap. Les initiales PLS font référence à l'acronyme de l'expression « *position latérale de sécurité* », couramment utilisée sur les réseaux sociaux pour évoquer l'inertie. Dans la série, elles signifient aussi "Post. Like. Share". Le sujet : un groupe d'amis fraîchement sortis des secondaires arrive à l'université bien décidé à faire des découvertes. 40 épisodes sont annoncés. Dès sa sortie en octobre 2017, plus de 20 000 jeunes se sont abonnés au compte de la série.

Ces deux séries impliquent évidemment des artistes belges francophones à tous les maillons de la chaîne de production audiovisuelle.

Précisons ici que, fruit de sa réflexion relative aux canaux de diffusion les plus propices pour toucher les adolescents, la RTBF a lancé en 2016 une microcapsule d'actualité, « Le Une Minute », sur le réseau social « Snapchat » (plateforme privilégiée des 15-25 ans).

LES COLLABORATIONS AVEC LES OPERATEURS RECONNUS

En 2016, la RTBF répertorie quelques partenariats avec des opérateurs reconnus du secteur de la jeunesse en Fédération Wallonie-Bruxelles. Ces partenariats semblent toutefois se limiter aux écoles ainsi qu'à des artistes « jeunesse » soutenus par la FWB.

Programmes enfants :

- « Village de OUF » : OUFtivi est partenaire des fêtes de Wallonie. Le label anime des événements spécifiques et valorise certaines prestations d'artistes (« Michael et moi », « Les compagnons du temps »).
- « Code Aventure » : la RTBF produit certaines éditions en partenariat avec la Coopération au développement et l'aide humanitaire ou en partenariat avec des ONG.
- Le JT « Les Niouzz » mais aussi « Matin pyjama » sont produits en partenariat avec les écoles de la FWB.

Programmes adolescents :

- « IHECS Corner » est coproduit avec deux Hautes Ecoles de la FWB : l'IHECS et la HELB ;
- De nombreuses sections de l'enseignement supérieur sont impliquées dans le programme « Libre échange ».

À nouveau, Tarmac vient renforcer la concrétisation de l'obligation par les liens que le label met en place avec les maisons de jeunes de la FWB.

AVIS

Participation et expression des jeunes :

Programmation enfants

Toutes les productions hors fiction initiées par OUFtivi impliquent directement des enfants. Le Collège salue cette programmation dynamique et invite la RTBF à poursuivre dans cette voie.

Programmation adolescents

Le public-cible des adolescents de 15-16 ans reste peu impliqué dans la programmation de la RTBF en 2016. Le Collège encourage l'éditeur à poursuivre ses efforts afin de s'adresser spécifiquement à ce public, notamment en recourant aux plateformes de diffusion les plus adéquates. Sur ce point, les efforts entrepris dans le développement du label Tarmac resteront un point d'attention du Collège.

Collaboration d'artistes

Le Collège constate que la collaboration avec les artistes s'inscrit dans les préoccupations de la RTBF. Il l'encourage néanmoins à contribuer plus encore au dynamisme de la scène artistique jeunesse de la Fédération Wallonie-Bruxelles, notamment au sein de la programmation de flux du label OUFtivi.

Collaboration avec des opérateurs reconnus du secteur de la jeunesse

Le Collège constate que la collaboration avec les opérateurs reconnus du secteur de la jeunesse s'inscrit dans les préoccupations de la RTBF. Le travail mené par l'éditeur en partenariat avec l'enseignement est remarquable. Le Collège encourage néanmoins la RTBF à nouer des partenariats avec d'autres types d'opérateurs reconnus. Sur ce point, le rapprochement initié par le label Tarmac avec les maisons de jeunes est une démarche intéressante.

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

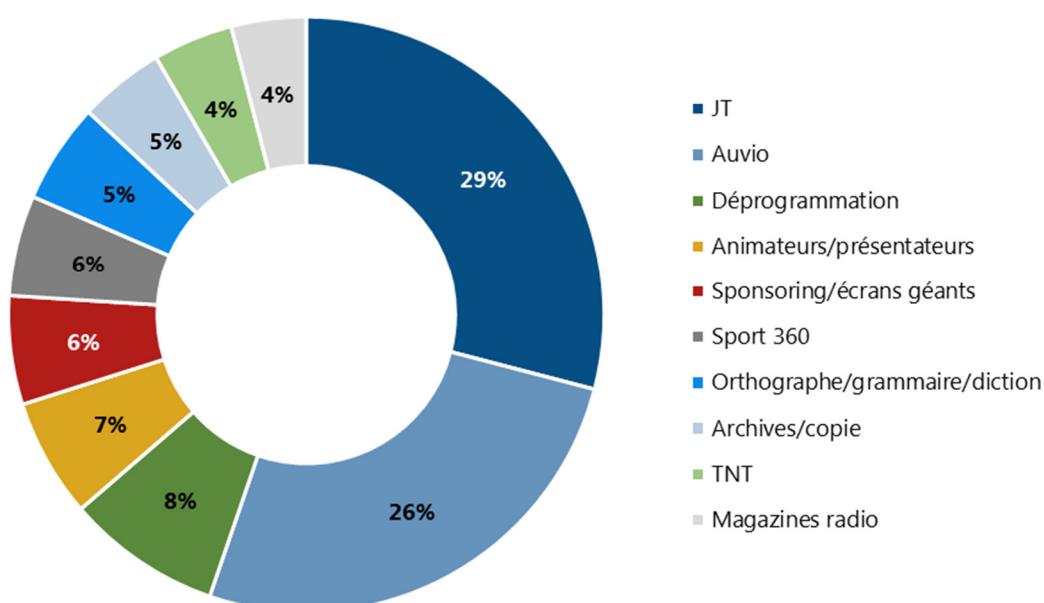
Les articles 48, 49 et 50 du contrat de gestion précisent le fonctionnement du service de médiation de la RTBF, la manière dont les publics peuvent prendre contact et la procédure par laquelle leurs demandes doivent être traitées. Le service de médiation remet un bilan annuel de ses activités.

BILAN

En 2016, le service de médiation de la RTBF a été saisi de 5930 réactions de la part de téléspectateurs, auditeurs et internautes, soit une légère diminution par rapport à 2015 (6106 réactions).

Ces réactions peuvent être des « avis négatifs », « demandes », « plaintes », « suggestions » et « félicitations ». Elles concernent principalement les thématiques suivantes :

Réactions par thématique en 2016



Source : bilan du service de médiation

Près d'un tiers des réactions concernent les journaux télévisés (suggestions de sujets, choix éditoriaux, approximations, alimentation éventuelle de stéréotypes, etc.).

Ensuite, 26% des réactions concernent l'offre de VOD sur internet. Leur nombre a fortement augmenté (+54%) en 2016, en raison du lancement de la nouvelle plateforme AUVIO (avis, problèmes techniques). Depuis, la RTBF affirme que plusieurs problèmes techniques ont été résolus.

Focus : le respect des horaires ou les déprogrammations

Le troisième enjeu qui suscite le plus de réactions des publics est celui des déprogrammations ou des changements d'horaires en télévision. Des téléspectateurs ont également saisi le CSA à cet égard.

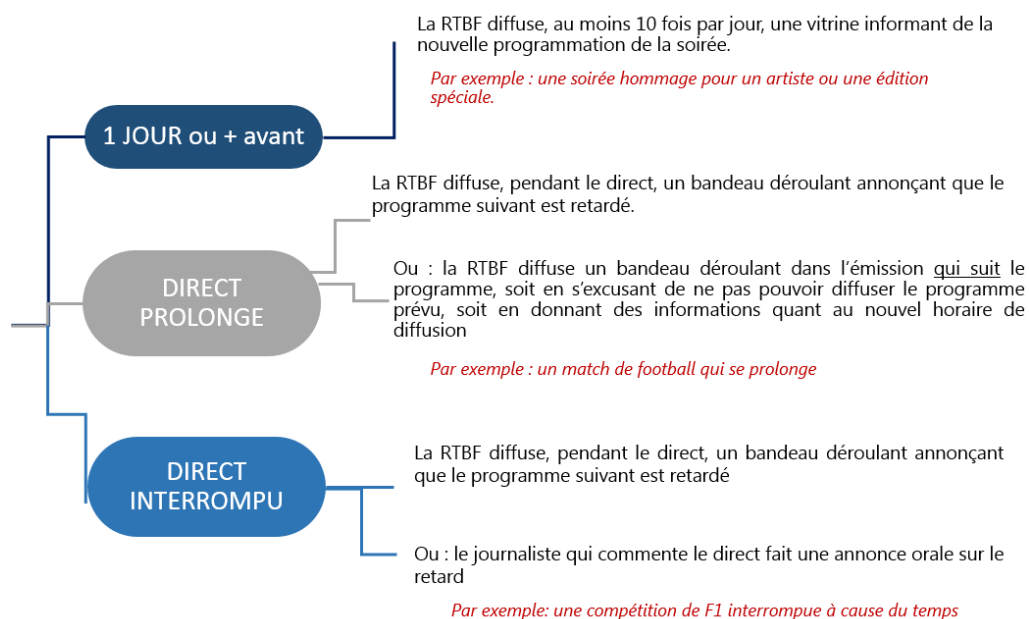
Or, en vertu de l'article 21 du contrat de gestion, la RTBF doit adopter et mettre en œuvre des dispositions tendant à respecter les horaires et la programmation annoncée de services de médias audiovisuels linéaires. En cas de retard important ou de déprogrammation, la RTBF adopte des mécanismes clairs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

En 2016, le service de médiation a reçu 311 réactions sur cette thématique (soit -20% par rapport à 2015). Il explique que les mécontentements surviennent lorsque que la communication est insuffisante ou tardive.

Interrogé par le CSA, l'éditeur explique que les délais de bouclage pour les guides télévisés de la presse hebdomadaires sont de trois semaines. Passé ce délai, l'éditeur informe les téléspectateurs des changements de programmation par différents mécanismes : une « vitrine », des « bandeaux déroulants » ou des annonces orales.

Le mécanisme de communication au public varie en fonction du temps dont la RTBF dispose pour informer le téléspectateur : soit l'éditeur décide de la modification au moins un jour à l'avance, soit le changement est lié à une diffusion en direct.

Les différents mécanismes de communication des changements d'horaires peuvent être résumés comme suit :



L'éditeur explique ne pas pouvoir, contractuellement, intégrer de bandeau déroulant dans certaines retransmissions sportives en direct, telles que les compétitions de Formule 1 ou certains matches de football.

AVIS

Le Collège invite l'éditeur à informer les publics le plus tôt et le plus clairement possible en cas de modification de la programmation.

A l'exception des compétitions sportives internationales pour lesquelles les contrats balisent strictement les insertions à l'image, il appelle l'éditeur à privilégier les bandeaux déroulants diffusés dans les programmes en direct.

L'obligation est rencontrée.

LE PROGRAMME DE MÉDIATION

CONTEXTE

Article 30 du contrat de gestion

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, diffusées à une heure raisonnable sur une chaîne et rediffusées sur une autre, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics.

La RTBF 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.

Interprétation du Collège

À l'occasion des trois derniers contrôles, le Collège a précisé son interprétation de l'article 30 du contrat de gestion :

- L'éditeur est invité à traiter les sujets de médiation sous un angle contradictoire, en répondant, dans une perspective critique, aux interpellations de ses publics. En effet, le collège rappelle que les notions centrales de la médiation sont le dialogue et l'échange entre plusieurs positions.
- L'éditeur est appelé à diversifier le profil des experts, notamment en assurant une représentation citoyenne.
- L'exigence de diffusion à une heure raisonnable peut être rencontrée par la rediffusion du programme à 18h30 sur La Trois et une diffusion à la demande sur le site internet de la RTBF.

BILAN

La RTBF a diffusé 10 éditions du programme « Médialog » en 2016. Ce magazine vise à la fois à répondre à la mission d'éducation aux médias et à être un espace de dialogue et de médiation avec les publics.

Le programme est structuré en deux parties : une partie « Inside » qui propose de découvrir les coulisses d'un projet ou d'un programme et une partie « médiation » visant à répondre, par un reportage puis par un débat, à des interpellations du public.

Le présentateur s'entoure d'experts (académiques, membres d'associations ou d'institutions diverses), de journalistes de la RTBF ou d'autres médias, de professionnels externes (humoristes, auteurs, bloggeurs...), de responsables de la RTBF et de téléspectateurs. Comparativement à l'exercice 2015, le panel d'invités apparaît plus ouvert et plus diversifié. Parmi les experts invités, le CSA relève la présence de 30% de femmes.

Diffusion de Médialog en 2016

	Thématique	1^{ère} diffusion	Chaîne	Rediffusions	Chaîne
1	Comment sont vérifiés les propos politiques en journalisme ?	22 :51	La Deux	Boucle de nuit ⁴⁶	La Deux
2	L'éthique à la RTBF et les audiences	22 :53	La Deux	Boucle de nuit	La Deux
3	Spéciale attentats de Bruxelles	22 :50	La Deux	Boucle de nuit	La Deux
4	La place de l'humour dans les médias et l'info	23 :22	La Deux	Boucle de nuit	La Deux
5	Médias et clivages linguistiques	22 :52	La Deux	Boucle de nuit	La Deux
6	Spéciale Humour à la RTBF	23 :05	La Deux	/	/
7	Publicité dans l'info et au JT	23 :07	La Deux	23 :42 Boucle de nuit	La Deux La Deux
8	Clichés ou stéréotypes relayés dans la presse info	22 :45	La Deux	Boucle de nuit 07 :18 Boucle de nuit	La Deux La Deux La Trois
9	Le discours des médias sur le CETA	22 :47	La Deux	Boucle de nuit Boucle de nuit	La Deux La Trois
10	Face à Face entre l'AG de la RTBF et les téléspectateurs	23 :31	La Deux	21 :30 Boucle de nuit Boucle de nuit	La Deux La Deux La Trois

La plupart des séquences « médiation » se basent sur des plaintes ou des interrogations transmises par des téléspectateurs au service de médiation de la RTBF. D'après le bilan du service de médiation, les thèmes sont sélectionnés au regard d'enjeux qui mobilisent fortement le public, tels que l'information et le « fact-checking », les clichés, la publicité, l'humour, la déontologie, le traitement de l'actualité...

Le Collège constate que la RTBF a modifié les créneaux de diffusion du programme « Medialog ». La première diffusion intervient sur La Deux en seconde partie de soirée, cependant, le programme n'est plus rediffusé en journée mais uniquement dans la boucle de nuit. La rediffusion à 18h30 sur La Trois a donc été supprimée.

⁴⁶ La boucle de nuit s'étend de 00:30 à 6:30.

AVIS

Sur l'exercice 2016, le Collège constate la production et la diffusion d'un nombre suffisant de programmes concrétisant la mission de médiation. Le Collège constate la présence systématique de téléspectateurs dans les programmes ainsi qu'une plus grande diversité des experts invités à participer au débat. Il encourage l'éditeur à poursuivre sur cette voie et à augmenter ses efforts en termes de parité.

Toutefois, le Collège constate qu'en vertu de l'article 30 de son contrat de gestion, la RTBF doit diffuser et proposer « à la demande un programme ou des séquences de programme de médiation, dont au moins dix émissions par an en télévision, diffusées à une heure raisonnable sur une chaîne et rediffusées sur une autre, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics ». Or il constate que l'horaire de diffusion du programme Medialog a été modifié fin 2015 :

- Début de la diffusion sur La Deux entre 22h50 et 23h30, rediffusion sur La Deux et La Trois en boucle de nuit (pour les trois programmes diffusés entre octobre et décembre 2016) ;
- Début de la diffusion sur La Deux entre 22h50 et 23h50, rediffusion uniquement sur La Deux en boucle de nuit (pour les sept autres programmes).

Pour rappel, dans son avis 70/2014, relatif au contrôle annuel de la RTBF pour l'exercice 2013, le Collège avait considéré que l'article 30 du Contrat de gestion était rencontré lorsque « *le programme de médiation bénéficie, même en rediffusion, d'une diffusion « à une heure raisonnable » et qu'il est disponible gratuitement sur le site de la RTBF* ». Le Collège avait au final considéré que la rediffusion du programme à 18h30 rencontrait l'obligation de diffusion selon un horaire « *raisonnable* ».

Le Collège précisait également que la diffusion selon un horaire raisonnable est « destinée à permettre à un public suffisamment large d'avoir accès, en diffusion linéaire, à un programme qui lui est expressément destiné en ce qu'il est censé refléter certaines de ses propres préoccupations ».

Après examen des données pour l'exercice 2016, le Collège constate que la diffusion du programme en fin de soirée et la rediffusion en boucle de nuit (plutôt que vers 18h30) ne satisfont plus à l'obligation de diffusion « à une heure raisonnable » telle qu'interprétée par le Collège dans son avis 70/2014. »

Interrogée quant à une infraction potentielle à l'article 30 de son contrat de gestion, la RTBF expose ses arguments dans un courrier daté du 1^{er} décembre 2017. Elle apporte également des précisions par téléphone (conversation du 14 décembre 2017 entre Simon-Pierre De Coster, Directeur juridique de la RTBF, et Noël Theben, Responsable de l'Unité télévision du CSA). Il confirme que les rediffusions du programme interviennent en boucle de nuit.

Ses arguments sont les suivants :

- La diffusion d'un programme selon un « horaire raisonnable » doit intervenir avant la boucle de nuit mais n'est pas pour autant assimilable à une diffusion en « prime time », en « access prime time », ou même en journée, auquel cas le contrat de gestion aurait été plus explicite ;
- La notion d'« horaire raisonnable » doit « *s'entendre de manière plus souple de nos jours qu'auparavant, compte tenu des facultés accrues pour chacun de pouvoir enregistrer les programmes sur les disques durs, mais plus encore compte tenu de la possibilité de les revoir à la demande gratuitement via Auvio* » ;

Par conséquent, la RTBF juge les horaires de diffusion du programme « Medialog » durant l'exercice 2016 conformes au prescrit du contrat de gestion.

Ce positionnement de la RTBF ne respecte pas l'article 30 du contrat de gestion tel qu'interprété par la jurisprudence du Collège. En effet, au regard de l'avis 70/2014 précité, démarrer la diffusion du programme de médiation en fin de grille, parfois à 22h50, et jusqu'à 23h50, ne peut assurer l'exposition suffisante de la mission de médiation au public large auquel elle est dédiée. Cet avis prenait d'ores et déjà en compte la mise à disposition gratuite du programme sur le site de la RTBF.

Le Collège constate la suppression par la RTBF de la rediffusion de « Medialog » à 18h30 sur La Trois, qui permettait de rencontrer l'obligation sans contrainte démesurée.

En conséquence, le Collège souhaite ouvrir le dialogue et décide de notifier à la RTBF le grief de n'avoir pas, durant l'exercice 2016, satisfait à l'article 30 de son contrat de gestion qui porte que l'horaire de diffusion du programme de médiation doit revêtir un caractère « raisonnable ».

LES PUBLICS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

CONTEXTE

La modération est régie par les articles 7.5 du CG et l'article 42 sexies e), 2ème tiret, 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 tout contenu contraire aux lois et plus particulièrement à l'ordre public, aux bonnes mœurs et aux principes démocratiques essentiels ».

BILAN

Sur ses sites web, la RTBF a progressivement réduit la possibilité pour les internautes – identifiés via leur compte Facebook – de réagir par des commentaires aux articles et vidéos. Sur son onglet « info » par exemple, il n'est désormais quasi plus possible de commenter les articles. L'éditeur explique que les équipes de rédaction n'ont pas les ressources suffisantes pour gérer la modération de ces commentaires.

Sur les réseaux sociaux, les commentaires sont légions. Or, la RTBF déclare administrer plus de 120 pages Facebook et plus de 40 comptes Twitter, ainsi que certains comptes sur Snapchat et Periscope. Elle admet ne pas être en mesure de contrôler tous les commentaires présents sur les pages Facebook.

En 2016, le CSA a de nouveau constaté la présence de commentaires problématiques sur certaines pages Facebook, par exemple, celle du programme « C'est vous qui le dites ».

Interrogé par le CSA, la RTBF explique que les commentaires sont modérés :

- Par les équipes éditoriales du programme et par l'administrateur de la page ou du compte ;
- Soutenus par une équipe de coordinateurs de réseaux sociaux de 3 personnes.

Deux autres mesures ont été mises en place depuis janvier 2017 :

- La RTBF a opté pour un modèle d'externalisation partielle de la modération de ses pages via la société spécialisée Netino, qui travaille déjà avec les éditeurs de presse quotidienne belge et plusieurs quotidiens français. La société supervise désormais 120 pages Facebook de l'éditeur.
- La RTBF a réduit le nombre de ses pages Facebook, de 150 à 120 pages.

AVIS

Pour l'exercice 2016, le Collège constate que des commentaires problématiques subsistent sur certaines pages de réseaux sociaux.

Le Collège évaluera la situation suite à la première année de supervision des comptes par la société Netino en 2017. Il invite l'éditeur à ne pas se déployer sur les réseaux sociaux au-delà de sa capacité à modérer les commentaires sur les différentes pages Facebook et comptes Twitter et l'appelle à poursuivre son travail de rationalisation du nombre de comptes.

EDUCATION AUX MEDIAS

CONTEXTE

Articles 29 et 36

La RTBF accorde une attention particulière aux questions relatives à l'éducation aux médias. Elle s'intéresse notamment aux médias électroniques et à la consommation publicitaire. L'article 36, qui vise spécifiquement les publics enfants et adolescents, insiste sur le décryptage publicitaire (notamment le placement de produits), sur les usages d'internet et des nouvelles technologies de l'information.

Le contrat de gestion offre à la RTBF une certaine latitude pour concrétiser ces obligations. L'éditeur doit « diffuser et proposer à la demande (...) des programmes ou séquences (...) sur tous les services qu'elle juge pertinents ». L'article 37 précise toutefois que le journal pour enfants doit intégrer des séquences d'éducation aux médias consacrées spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment au placement de produits).

Pour concrétiser sa mission d'éducation aux médias, la RTBF doit renforcer sa collaboration avec le Conseil supérieur de l'Education aux Médias et entretenir avec lui un dialogue régulier.

Enfin, le contrat de gestion prévoit, depuis 2014, l'adoption par la RTBF d'un Plan stratégique d'éducation aux médias. Ce plan répond à certaines conditions :

- Il est développé sur tous les médias (360°) ;
- Il est conçu dans une perspective d'éducation permanente ;
- Il organise le décryptage des médias (en ce compris l'analyse et la prise de distance critique à l'égard de la communication commerciale) ;
- Il inclut des contenus audiovisuels spécifiques ;
- Il fait l'objet d'un traitement distinct dans le rapport annuel.

BILAN

PLAN STRATEGIQUE D'EDUCATION AUX MEDIAS

Les avis du Collège d'autorisation et de contrôle antérieurs à l'exercice 2014 étaient relativement mitigés quant à la manière dont la RTBF concrétisait sa mission d'éducation aux médias. Les lacunes identifiées concernaient surtout les programmes dédiés aux publics cibles enfants et adolescents.

À partir de 2014, l'adoption, la mise en œuvre et la mise à jour annuelle par la RTBF d'un Plan stratégique d'éducation aux médias a constitué une avancée très concrète. Réalisé sur base des recommandations d'un groupe de travail créé en interne, ce Plan a pour ambition d'accompagner les grandes tendances de l'évolution du secteur audiovisuel :

- Croissance de la consommation non linéaire ;
- Progression des usages mobiles ;
- Interactivité ;
- Développement de la consommation publicitaire sur mobiles et réseaux sociaux ;
- Nouvelles plateformes audiovisuelles sur internet.

Le Plan 2016 s'appuie sur le bilan du Plan 2015 et sur les recommandations du groupe d'experts de l'UER chargé d'évaluer la manière dont la RTBF applique les valeurs fondamentales des médias de service public :

- Il vise le décryptage des médias tant par le discours (programmes) que par l'expérience pratique (familiarisation avec les modes de production médiatiques) ;
- Il s'adresse de manière spécifique aux jeunes publics ;
- Sa concrétisation fait l'objet d'un suivi par un groupe de pilotage composé de membres de la RTBF et du CSEM.

En deux ans d'existence, le Plan a déjà accéléré l'avancement de plusieurs initiatives. Certaines recouvrent clairement des objectifs du contrat de gestion, d'autres élargissent la réflexion, par exemple à la lutte contre la fracture numérique.

PROGRAMMES D'EDUCATION AUX MEDIAS

Mensuel, Hebdo, Quotidien, Sujet occasionnel

	Programmation			
	Tous publics	Ados	Enfants	Service
Radios	Les Décodeurs			La Première
	Mediatic			La Première
	Le journal du web			La Première
	Media 21			Classic 21
	Hi Tech			Classic 21
	Surfons tranquille			Classic 21
		Empreinte digitale		Pure
Le Forum, Entrez sans frapper, Questions clés, / ONPDP, La vie du bon côté, ...			La Première/ VivaCité	
Télévision	Medialog		Les Niouzz	La Deux / La Trois
	Les décodeurs (→09/16)			La Trois
	Les applis de la semaine (ONPDP)			La Une
	7 à la Une			La Une
	...			
Participation à la réalisation de programmes				
Etudiants sup.		Enfants		
Libre échange (4)		Ouftivi reporters		
Belgodyssée		Classes Niouzz (33)		
IHECS Corner (2)		Ateliers ReMuA (Musiq'3)		
Activités				
Journalistes en classe, MediaCoach, Salon de l'éducation, Safer Internet day, Quinzaine de l'EM, RTBF inside (visites), RTBF Lab (ateliers), Appel à projets scolaires CSEM, Media School day, Osons la paix, ...				

Les distinctions entre publics-cibles, adultes et adolescents en particulier, ne doivent pas être considérées de manière stricte. La distinction est opérée en fonction des demandes du contrat de gestion.

Télévision

« Medialog » (10 éditions) : programme de débats qui décrypte des enjeux liés à l'éducation aux médias (pratiques journalistiques, choix éditoriaux, etc.) et de médiation avec les publics⁴⁷. Une rubrique spécifique répond à certaines sollicitations du public reçues par le service de médiation de la RTBF.

« Les Décodeurs » : programme qui analyse la place et le rôle de la communication dans la société (thématiques 2016 : nouveaux médias, infotainment, applications de rencontre, digital natives, etc.). Depuis septembre 2016, « Les Décodeurs » n'est toutefois plus diffusé qu'en radio.

D'autres programmes traitent occasionnellement de thématiques liées à l'éducation aux médias. Pour l'exercice 2016, le Collège relève notamment : « le JT », « On n'est pas des pigeons », « 7 à la Une ».

Radio

Depuis la rentrée 2016, le programme « Les Décodeurs » (cf. supra) est exclusivement diffusé sur La Première. En outre, le programme « Mediativ » (innovations numériques) est dorénavant intégré dans la séquence hebdomadaire des « Explorateurs ». Tous les jours, « Le Journal du web » traite également d'éducation aux médias.

Le Collège relève également des séquences d'éducation aux médias sur Classic 21 : « Media 21 » (actualité des médias), « Surfons tranquille » (précaution de navigation sur internet), et « Hi Tech » (innovations technologiques). Sur Pure FM, le programme « Empreinte digitale » traite des différentes facettes d'internet.

D'autres programmes traitent occasionnellement de thématiques liées à l'éducation aux médias. Pour l'exercice 2016, le Collège relève : « Le Forum » (« Le droit à l'image », « La réforme des médias publics en Pologne », « Les débats politiques en télé », « Parlons-nous trop des attentats ? »), « Entrez sans frapper » (« Les book tubers »), « On n'est pas des pigeons » (« Attaque de virus sur facebook », « 3 classiques de l'arnaque en cybercriminalité »), « La vie du bon côté » (« Internet et les jeux dévoreurs d'écran », « Préserver nos enfants des dangers d'internet », « Les jeux-vidéos : atouts, bienfaits et risques »), « Questions clés » (« Le travail journalistique revu et corrigé par twitter », « Jusqu'où internet changera nos vies ? », « Qu'est-ce que le darknet ? », « Le trolling : don't feel the troll »).

EDUCATION AUX MEDIAS POUR LES ENFANTS

Des séquences d'éducation aux médias sont régulièrement proposées dans le programme d'information pour enfants « Les Niouzz » (41 séquences en 2016, notamment : « Vos parents, vos photos et les réseaux sociaux », « Quelles précautions faut-il prendre sur internet ? », « L'E-sport », « Algorithmes. C'est quoi ? », « Les médias disent-ils la vérité ? »). En outre, 33 « classes Niouzz » ont bénéficié dans ce cadre de la visite d'une équipe de la RTBF et participé à la réalisation de séquences.

Le Collège relève en outre le concept des « Ouftivi reporters » qui permet également aux enfants d'aborder pratiquement différents aspects de la production d'un programme.

En radio, le Collège relève une initiative des équipes de Musiq'3 : en collaboration avec l'ASBL ReMuA, elles ont organisé des ateliers de formation à la radio et à la musique classique pour une classe de primaire. Les élèves ont ensuite visité des studios radio et réalisé un programme.

⁴⁷ Voir chapitre « Relations avec les publics » de l'avis

Enfin, la RTBF collabore avec le CSEM dans son appel à projets scolaires « éduquons aux médias pour mieux vivre ensemble ».

EDUCATION AUX MEDIAS POUR LES ADOLESCENTS

En radio, le programme « Empreinte digitale » (Pure FM) décrypte le fonctionnement du web sur un ton et selon des horaires de diffusion propices à capter l'attention des adolescents. En télévision, les programmes « IHECS Corner » et « Libre échange » sont produits en collaboration avec des sections d'enseignements supérieur. De plus, le concours « Belgodyssée » permet à de jeunes journalistes des deux communautés linguistiques belges de réaliser des reportages dans le cadre d'un concours pour l'accès à un stage à la RTBF et à la VRT.

Différents événements (« Media school day », « Osons la paix sur les réseaux sociaux ») ont rassemblé plus de 200 élèves d'écoles bruxelloises sur le site de Reyers pour aborder des thématiques d'éducation aux médias in situ.

Enfin, la charte éditoriale du label crossmedia « Tarmac » (offre à destination des jeunes passionnés de cultures urbaines) inclut des dispositions en matière d'éducation aux médias dont la concrétisation devra être examinée lors du contrôle prochain.

LE SITE INTERNET

<http://www.rtbf.be/entreprise/education-aux-medias>

L'objectif de créer une ressource en ligne dédiée à l'éducation aux médias est porté par le Plan. La RTBF y aborde la mission selon deux axes : décoder et participer.

Le site est alimenté en contenus par la RTBF, il propose des décodages par thématique (liberté d'expression, droit à l'image, publicité, sexisme, droit d'auteur...).

Le Collège relaie l'avis du CSEM selon lequel la « trouvabilité » du site de la RTBF dédié à l'éducation aux médias n'est pas optimale. En effet, le lien, situé tout en bas de la page du site général de la RTBF, dans l'onglet « Entreprise », pourrait certainement bénéficier d'une mise en valeur plus efficace.

HORS ANTENNE

La RTBF participe activement à des campagnes de sensibilisation aux enjeux de l'éducation aux médias : « Journalistes en classe », « Le salon des médias », « Le Safer Internet day », « la Semaine du numérique », « le Salon de l'Education », « la Quinzaine de l'éducation aux médias », « Les médias et moi ». Ses équipes interviennent lors de divers débats sur la liberté d'expression, l'avenir du journalisme, les caricatures. Cet engagement de la RTBF se fait notamment avec le CSEM ou Media Animations. L'éditeur est également partenaire du programme MediaCoach48 qui forme des animateurs ou accompagnateurs de jeunes notamment, aux méthodes de l'éducation aux médias.

La RTBF organise en son sein des visites guidées (RTBF inside) et des ateliers (RTBF lab). Ceux-ci reposent sur 6 axes pédagogiques.

⁴⁸ <http://media-coach.be/-About-us-.html?lang=fr>

	Mettre chaque participant dans une situation...	Pour l'amener à...
Axe 1	J'analyse mes réactions face au contenu	REFLECHIR
Axe 2	Je confronte mes réactions à celles des autres	INTERAGIR
Axe 3	J'endosse un rôle, une responsabilité, je me mets dans la peau de...	PRATIQUER
Axe 4	Je rencontre des professionnels	ECHANGER
Axe 5	Je fabrique du contenu, je mets en forme	PRODUIRE
Axe 6	Je bouleverse les codes et les règles	CRÉER

Ces visites et ateliers touchent jusqu'à 10.000 personnes par an, sur les sites de Reyers, Média Rives et Dreamwall. Les guides de la RTBF suivent la formation MediaCoach citée supra.

Enfin, différents ateliers créatifs sont organisés pour sensibiliser les équipes de la RTBF aux enjeux de l'éducation aux médias.

Relations avec le CSEM

En plus d'être partenaires sur un certain nombre d'événements et de partager, le cas échéant, informations et pratiques en matière d'éducation aux médias, la RTBF et le CSEM collaborent sur le suivi du Plan stratégique. Des membres des deux instances constituent un groupe de pilotage informel. Le CSEM peut, selon des modalités définies, apporter son expertise notamment dans l'analyse et l'évaluation des actions de la RTBF. Il peut également intervenir dans la formation des équipes de l'éditeur.

AVIS

Le Collège constate que le Plan stratégique en éducation aux médias a réellement stimulé la RTBF dans la concrétisation de cette mission de service public.

S'il constate que l'offre de programmes à destination des adolescents reste faible, le Collège apprécie les nombreuses actions initiées par l'éditeur hors antenne, y compris à destination des étudiants.

Il souligne également les efforts fournis par la RTBF tant en matière de production de programmes que de formation et de sensibilisation de son personnel.

Il note cependant que le site que la RTBF consacre à l'éducation aux médias pourrait utilement bénéficier d'une meilleure visibilité.

L'obligation est rencontrée.

EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES

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

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

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

Pour être ainsi qualifié, le contrat de gestion retenait⁴⁹ à son article 45.2 qu'un service ou une modification d'un service doit remplir les trois conditions cumulatives suivantes :

- *Un service ou modification consistant en un service non répandu dans le secteur de l'audiovisuel public, étant entendu qu'un service répandu dans l'offre des autres radiodiffuseurs publics de l'Etat belge et du bassin géographique de langue française ne sera pas considéré comme nouveau ;*
- *Un nouveau domaine d'activité de l'entreprise, à savoir, tout service ou modification aboutissant à un service, autres que ceux prévus par le présent contrat de gestion de manière précise et détaillée permettant aux tiers de savoir quel service est visé, ne tombant pas dans les conditions d'exemption prévues ci-dessous, et entraînant la création ou la modification substantielle de services audiovisuels au-delà du cadre prévu par le présent contrat de gestion ;*
- *Un service ou une modification d'un service dont le coût marginal prévisionnel total pour les trois premières années du service est supérieur à 3 pourcents des recettes annuelles totales de l'entreprise pour ces trois premières années.*

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

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

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

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

⁴⁹ Voy. infra : le contrat de gestion a été modifié sur ce point suite à la décision de la Commission du 17 mai 2014.

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

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

Le Collège constate que le dispositif de l'article 45.3 du contrat de gestion a été transposé dans le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF, par décret⁵⁰ du 29 janvier 2015.

Au sein du commentaire des articles du projet de décret⁵¹, il est précisé que :

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

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

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

Pour sa part, par souci de transparence, la RTBF a informé le CSA, du fait qu'un seul dossier relatif aux nouveaux services avait fait l'objet d'une décision du conseil d'administration concernant les dossiers examinés dans le courant de l'année 2016. Le Collège accueille la démarche de la RTBF et prend acte de cette communication selon laquelle ce nouveau service ne constitue pas un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant.

En outre, le Collège a pris acte en 2015 de la transmission d'une note⁵² explicative émanant de la RTBF visant à préciser l'évaluation du coût marginal prévisionnel total issu de l'article 45.2 du quatrième contrat de gestion de la RTBF.

⁵⁰ Décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision Belge de la Communauté française (RTBF), le Décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

⁵¹ Projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision Belge de la Communauté française (RTBF), le Décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

⁵² Note du 15 mai 2015.

A l'occasion du contrôle 2016, il est apparu toutefois au Collège que les éléments explicatifs communiqués par la RTBF étaient antérieurs à la nouvelle version du contrat de gestion RTBF, modifié à la suite de la décision de Commission du 17 mai 2014.

En effet, sous l'éclairage de cette décision de la Commission, l'actuel article 45.2 a été modifié en tenant notamment compte de la nécessité de prendre pour référence – lors de la qualification de « nouveaux services importants » ou de « modification substantielle d'un service existant » – des chiffres *a priori connus et suffisamment prévisibles* permettant d'assurer une évaluation sur la base de seuils suffisamment *objectifs et précis*.

Considérant que cette approche de la Commission pourrait avoir une répercussion également sur le mode de calcul du cout marginal prévisionnel, la RTBF a été invitée à fournir des précisions au sujet d'une éventuelle adoption de modification de la méthodologie de **calcul du coût marginal prévisionnel total**. Par courrier du 20 décembre 2017, la RTBF apportait une réponse sur laquelle le Collège décide de revenir ultérieurement.

CONCLUSION GENERALE

Pour l'exercice 2016, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : la production propre, les investissements à consentir dans la production indépendante et dans le Fonds d'aide à la création radiophonique, l'accessibilité des programmes, la webcréation, les quotas de diffusion, ainsi que ses missions d'information, de culture, d'éducation aux médias et de programmation jeunesse.

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

- Le nouveau service Tarmac, son déploiement et la façon dont il remplit des missions de services publics notamment à l'égard des adolescents et de l'association de ceux-ci à la production de programmes qui leurs sont spécifiquement dédiés ;
- La mise en valeur des spectacles chorégraphiques par le biais de captations ;
- La modération des commentaires sur les pages de réseaux sociaux pour laquelle le Collège invite la RTBF à ne pas se déployer sur ces plateformes au-delà de sa capacité à modérer les commentaires que ces médias sociaux génèrent ;
- Le site internet dédié à l'éducation aux médias pour lequel le Collège estime qu'il gagnerait à bénéficier d'une meilleure visibilité ;
- La relance du projet de plateforme numérique à destination des enseignants.

Enfin sur l'exercice 2016, le Collège constate la production et la diffusion d'un nombre suffisant de programmes concrétisant la mission de médiation. Il note également que le programme « Medialog » propose une interactivité systématique avec les téléspectateurs ainsi que les éclairages d'une diversité d'experts plus large qu'auparavant. Il encourage l'éditeur à poursuivre dans cette voie et à renforcer la parité des expert.e.s invité.e.s.

Toutefois, le Collège constate qu'en vertu de l'article 30 de son contrat de gestion, la RTBF doit diffuser et proposer « à la demande un programme ou des séquences de programme de médiation, dont au moins dix émissions par an en télévision, diffusées à une heure raisonnable sur une chaîne et rediffusées

sur une autre, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics ». Or, il constate que l'horaire de diffusion du programme Medialog a été modifié fin 2015 avec la suppression de la rediffusion vers 18h30 sur La Trois, qui permettait de rencontrer l'obligation sans contrainte démesurée.

Ce positionnement de la RTBF contredit l'article 30 du contrat de gestion, tel qu'interprété par la jurisprudence du Collège. En effet, démarrer la diffusion du programme de médiation en fin de grille, parfois à 22h50, et jusqu'à 23h50, ne peut assurer l'exposition suffisante de la mission de médiation au public large auquel elle est dédiée.

En conséquence, le Collège entend ouvrir le dialogue et décide de notifier à la RTBF le grief de n'avoir pas, durant l'exercice 2016, satisfait à l'article 30 de son contrat de gestion qui porte que l'horaire de diffusion du programme de médiation doit revêtir un caractère « raisonnable ».