

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n°42/2008

Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2007

En exécution de l'article 133 §1^{er} 5° du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, le CSA est chargé de rendre un avis sur la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF. Cet avis se fonde, selon les articles 68 et 70 du contrat de gestion du 13 octobre 2006, sur le rapport d'activités que la RTBF établit annuellement selon les modalités décrites aux articles 23 et 24 du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

Le Collège d'autorisation et de contrôle s'assure également du respect des articles 9, 20, 36, 43, 44 et 46 du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, que le contrat de gestion prend en considération dans différentes dispositions, générales (art. 7) ou particulières (art. 15, 57, 68).

Il n'appartient pas au Collège d'autorisation et de contrôle d'exercer une mission de contrôle à l'égard des aspects financiers du fonctionnement de la RTBF, sauf lorsque ces derniers portent sur l'exercice même des missions de service public de l'éditeur. De même, les objectifs d'audience visés à l'article 66 du contrat de gestion ne constituent pas, aux termes de ce dernier, « *des obligations de résultats susceptibles de contrôle annuel dans le chef du Conseil supérieur de l'audiovisuel* ».

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

La RTBF a transmis le rapport annuel 2007 au Conseil supérieur de l'audiovisuel le 1^{er} septembre 2007. Des compléments d'informations ont été demandés par le CSA.

La transition entre l'ancien et le nouveau contrat de gestion est marquée par une série de changements notables. La structure d'ensemble du contrat a ainsi été profondément revue : le contrat actuel hiérarchise davantage les attentes de la Communauté française vis-à-vis de l'entreprise publique, ses missions générales, ses missions particulières, avant d'aborder son financement et son évaluation.

Le présent contrôle évalue d'une part les missions générales de l'entreprise avant d'envisager l'analyse des obligations spécifiques qui lui ont été dévolues.

I. Missions générales

1. Programmes

La RTBF a pour mission d'offrir des programmes et des contenus audiovisuels de qualité et diversifiés contribuant au renforcement de la diversité culturelle, à la fois généralistes et spécifiques, comprenant notamment des programmes d'information, de développement culturel, d'éducation, d'éducation

permanente, d'éducation aux médias, de divertissement, de sport, des programmes destinés à la jeunesse et des œuvres d'auteurs, de producteurs, distributeurs, compositeurs et artistes-interprètes de la Communauté française. Elle doit s'adresser à l'ensemble de francophones de Belgique et aux Belges francophones de l'étranger.

En 2007, les **grilles de programmes TV** de l'éditeur n'ont pas connu de changements majeurs. Elles ont surtout été réorganisées. Sur La Une, la durée de certaines programmations a été revue à la baisse permettant d'intégrer de nouveaux programmes en créneau : ainsi, entre janvier et octobre, la soirée événementielle du mardi a été réduite de moitié pour permettre la diffusion des magazines scientifiques...

La Deux a poursuivi son mouvement de déspecialisation consécutif à la mise en place du décrochage culturel sur Arte qui avait été amorcé lors du précédent exercice. Ce mouvement a été renforcé indirectement par certaines dispositions du nouveau contrat de gestion : les journaux télévisés avec traduction signée ont été déplacés sur internet (et sur La Trois), libérant une plage de diffusion en début de soirée ; l'interdiction de diffuser plus de trois séries d'affilée a été supprimée. Toujours plus multithématique que généraliste, La Deux diffuse des programmes enfants en début de journée et en fin d'après-midi, programme du sport en soirée le dimanche et le lundi et à l'occasion des retransmissions sportives, propose des séries et des feuilletons en début de soirée, des documentaires l'après-midi, des films en prime time, des magazines culturels (et autres) en fin de soirée.

La Une privilégie toujours le film tout public le samedi soir. Mais, dans l'ensemble, la grille s'avère un peu moins « familiale » qu'avant, notamment en fin d'après-midi et en début de soirée, périodes pendant lesquelles un plus grand nombre de programmes ont été signalés (voir plus bas).

L'éditeur propose en moyenne une production propre cumulée de 12h07. Cette production se présente à la hausse même si elle se révèle en deçà du pic observé en 2005.

Evolution de la production propre moyenne

Exercice	Moyenne ¹
2004	11h38
2005	12h50
2006	11h01
2007	12h07

En 2007, moins d'**œuvres de fiction** ont été diffusées : 2007 comptait 3.843 longs métrages, téléfilms, séries, courts métrages, pour une durée totale de 3.489 heures 2 minutes (3.924 pour 4.116 heures 48 minutes en 2006).

La fiction cinématographique qui connaissait une baisse constante depuis 2003 bénéficie en 2007 d'une légère relance. Les films d'auteurs suivent la même tendance. Téléfilms et séries sont moins présents à l'antenne qu'en 2006 à l'exception des séries d'un format de 25 à 30 minutes dont le nombre augmente dans le courant de l'exercice. Elles étaient au nombre de 1.127 en 2007 pour 728 en 2006.

La part dévolue à la fiction européenne flirte désormais en durée de diffusion avec les 50% obligatoires. Le quota d'œuvres européennes est quant à lui largement supérieur à la barre des 55% établie par le contrat de gestion.

¹ La moyenne 2007 est entendue selon le contrat de gestion avec les parts coproduction au prorata du budget réellement engagé.

Comme les années précédentes, l'entreprise par un nombre important d'émissions dédiées à **l'information**. Les **émissions sportives** ont occupé 1.193 heures d'antenne en télévision. Près d'un tiers de ces heures étaient consacrées au football, essentiellement des retransmissions du direct (80%).

La **culture**, qui fait l'objet d'obligations pointues et insistantes dans le contrat de gestion, occupe des espaces spécifiques dans la grille de programmes : des émissions régulières sont diffusées sur La Une et sur La Deux en fin de soirée. Les rediffusions, sur ces deux chaînes, des émissions spécifiques créées dans le créneau Arte complètent l'offre culturelle. La place réservée aux acteurs culturels de la Communauté française est assurée par le biais du **divertissement**, avec les rendez-vous du dimanche soir sur La Une et du jeudi sur La Deux.

La mission d'**éducation permanente** reste peu perceptible dans les grilles de programmes. L'éditeur n'utilise pas à proprement parler de ce terme lorsqu'il présente sa programmation alors qu'il parle volontiers d'information, de culture, de sport, de divertissement et de programmes jeunesse. Il est dès lors difficile d'identifier précisément les émissions qui relèvent de cette mission, au risque d'y assimiler tout ce qui ne figure pas dans les autres catégories. En télévision, cette mission est déclinée de manière transversale, en parallèle avec d'autres missions (JT, talk shows) ou dans des microprogrammes parrainés spécifiquement dédiés aux questions de santé, d'argent, de famille, d'habitat. Des émissions propres abordent les questions environnementales, l'éducation aux médias ou l'interculturel.

Bien que l'ensemble des matinées et la fin d'après-midi de La Deux leur soient dédiés, les **programmes jeunesse** occupent peu d'espace dans la production propre de l'éditeur. Ils sont en outre largement absents de la grille radio, à l'une ou l'autre exception près.

En 2007, les **grilles radio** ont surtout connu des ajustements de forme. Seule la grille de Musiq'3 a été revue de manière approfondie après avoir « pris le temps de consulter les auditeurs » et avoir « observé le fonctionnement des autres radios de musique classique à travers le monde ». Musiq'3 ajoute désormais à sa grille musicale particulière divers magazines d'informations culturelles et différents programmes de découverte : « musiques voisines », liens entre musique et autres arts, ouverture aux élèves des académies et conservatoires et aux musiciens amateurs.

La Première s'affiche clairement comme la chaîne info. Elle décline par ailleurs plusieurs émissions culturelles et d'éducation permanente. VivaCité propose moult journaux et programmes sportifs. Elle alterne également info et divertissement de proximité. Plusieurs jeux y sont quotidiennement proposés aux auditeurs. Les trois musicales (Pure FM, Classic 21 et Musiq'3) déclinent diversement les genres musicaux, pop, rock et classique tout en versant dans des magazines ou des séquences plus spécifiques, qu'ils soient dédiés aux sorties DVD, aux nouveautés autos et motos ou à l'économie ...

2. Production indépendante

La contribution de l'entreprise à la production indépendante reste conforme aux objectifs que lui a fixés le gouvernement. En 2007, la RTBF a investi 5.133.839 euros dans la production indépendante de la Communauté française. Elle a coproduit 51 documentaires, 12 téléfilms et séries, 17 films de long métrage.

3. Evolution technologique

La RTBF a poursuivi en 2007 ses expériences de diffusion en numérique. Elle a également amorcé au cours de l'exercice les développements futurs de nouveaux services sur internet (notamment celui

consacré à l'Expo 58). Elle a veillé à la complémentarité entre ses offres classiques et nouvelles via son site internet sur lequel elle a continué de mettre à disposition temporaire des internautes ses journaux télévisés, et a surtout déployé son offre podcast et de flux en radio.

4. Principes légaux, éthiques et déontologiques

Les **dispositions légales** relatives au droit de l'audiovisuel ont globalement été respectées dans le courant 2007. Ainsi, le Collège d'autorisation et de contrôle a adressé un avertissement à la RTBF parce que la diffusion d'un JT de 19h30 avec traduction gestuelle avait été postposée à 0h45 sans offrir d'autre alternative.

L'éditeur a appliqué les dispositions décrétales et réglementaires en matière de **signalétique à l'égard des mineurs** (art. 7 du contrat de gestion).

Depuis le 1^{er} janvier 2005, la RTBF a adapté aux termes de l'arrêté du gouvernement de la Communauté française du 1^{er} juillet 2004 ses pratiques de « signalisation » de programmes de télévision susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs d'âge. Le comité de visionnage, dont la composition avait été transmise au CSA en date du 5 janvier 2005, n'a pas connu de modification en 2007.

En 2007, la RTBF a eu recours 327 fois à la signalétique (194 en 2006) : 113 fois sur La Une (89 en 2006), 214 fois sur La Deux (105 en 2006).

	La Une	La Deux	Total	%
Films	26	80	106	32,42
Séries	24	79	103	31,50
Téléfilms	24	0	24	7,34
Documentaires	33	43	76	23,24
Débats	3	0	3	0,92
Magazine	3	12	15	4,59
Total	113	214	327	

Cette signalétique a majoritairement été appliquée aux films (à 106 reprises pour 145 en 2006, dont 26 fois pour La Une et 80 fois pour La Deux) et aux séries (à 103 reprises, dont 24 fois sur La Une, et 79 fois sur La Deux). 76 documentaires, 24 téléfilms et 15 magazines ont également été signalés, tant sur La Une que sur La Deux.

Entre 2006 et 2007, on note un accroissement de l'usage de la signalétique (+133). Cet accroissement concerne essentiellement La Deux (+109), et sur celle-ci porte essentiellement sur les séries (+58). Dans l'ensemble, moins de films sont signalés (-38) au profit des documentaires (+72), des téléfilms (+21) et des magazines (+14). Des débats apparaissent désormais dans le décompte (+3).

Cette modification dans la signalétique accompagne visiblement des changements de programmation : diffusion de la série « Medical Detective », sur La Une et sur La Deux, multiplication des séries (« FBI Portés disparus », « Weeds », « Threshold », « Afterlife »...) et de magazines (« Toute une histoire ») sur La Deux.

	La Une	La Deux	Total	%
-10	93	183	276	84,40
-12	17	25	42	12,84
-16	3	6	9	2,75

	113	214	327	
--	-----	-----	-----	--

Dans plus de quatre cas sur 5 (276 pour 134 en 2006), la signalétique appliquée était celle « -10 », dans un peu plus d'un cas sur 10 (42 pour 56 en 2006) celle « -12 ». 7 films et 2 documentaires ont été interdits aux mineurs de moins de 16 ans.

Le comité de visionnage a été consulté à propos de 12 programmes en 2007 : 5 fois pour des documentaires, 4 pour des magazines, 2 pour des fictions et 1 pour un débat. Dans 2 cas, la signalétique « - 16 » a été ajoutée, dans 5 la signalétique « - 10 ».

II. Obligations spécifiques

1. Production

a. Production propre (art. 9)

La RTBF a pour mission de privilégier la production de programmes en propre et pour obligation, notamment, de diffuser au moins 7 heures de programmes télévisés réalisés en propre. Pour l'exercice 2007, la RTBF déclare avoir proposé en première diffusion, pour La Une et La Deux, une moyenne quotidienne, hors rediffusions et boucles, de 12 heures 7 minutes de programmes de production propre.

L'éditeur, qui doit recourir en priorité à ses propres moyens humains et techniques de production et peut avoir recours à la sous-traitance pour autant que ses moyens techniques et humains soient pleinement utilisés, déclare qu'en télévision, « *il a été fait appel ponctuellement à de services en sous-traitance (studio, régies, éclairage), notamment pour des émissions enregistrées hors studios RTBF, comme « Bonnie & Clyde », « C'est la vie en + », « Les bureaux du pouvoir », « Hep Taxi ! », « Mille-feuilles », « Screen » ».*

Il précise que la production propre et les coproductions représentent 90% de la première diffusion des cinq chaînes radio.

Selon le contrat de gestion, les programmes d'information doivent être produits par la RTBF seule ou en collaboration rédactionnelle et technique avec des radios-télévisions de service public. Dans tous les cas, l'entreprise doit assumer la responsabilité éditoriale des programmes d'information qu'elle produit, programme, diffuse. Sur ce point, l'éditeur déclare que les rédactions qui « *collaborent régulièrement avec des supports de presse écrite restent maître des contenus, dans la mesure où les émissions sont produites par elles, les autres médias présents apportant leurs propres analyses* ». « *Lorsque des enquêtes d'opinion préalables à de tels programmes sont organisées, souligne-t-il, elles sont commandées conjointement par la RTBF et le(s) média(s) partenaires(s), notamment en ce qui concerne la mise au point des questionnaires* ».

Le volume moyen d'effectifs de production radiotélévisée était, hors personnel d'appoint, de 1.751,30 équivalents temps plein en 2007 pour 1.752, 98 en 2006. Le CSA constate que l'équivalence exigée par le contrat de gestion est théoriquement atteinte.

b. Production indépendante (art. 10)

La RTBF qui a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants, en Communauté française, dans les Etats membres de l'Union européenne et dans les pays de la francophonie a affecté, en 2007, 5.133.839 euros à des contrats cadres ou ponctuels

(coproduction, d'achats ou de préachats de droits de diffusion, d'achats de formats et de concepts audiovisuels, de commandes, de prestations techniques) avec des producteurs audiovisuels 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.

Conformément au contrat de gestion, ce montant affecté à la production indépendante est supérieur à 3,1 % du chiffre d'affaires de l'entreprise en télévision².

Calcul du montant minimum affecté à la production indépendante

Subvention annuelle 2006	181.519.000		
Part prise en considération (2007)	*	70%	127.063.300
Publicité TV	+		37.440.000
Publicité télétexte	+		172.000
Assiette	=		164.675.300
Obligation minimum	*	3,1 %	5.104.934

L'engagement de l'éditeur dans la production indépendante se répartit comme suit :

Ventilation des montants affectés à la production indépendante (réalisé)

COPRODUCTIONS 2007	Numéraire	Services	Total
Téléfilms	1.427.002	67.337	1.494.339
Films	474.295	203.868	678.163
Documentaires	755.471	266.820	1.022.291
Spirou (animation)	300.000		300.000
Séries belges			
a) 7e Ciel (saison 2)	503.452	395.594	899.046
b) Développement (2e Melting Pot)	100.000		100.000
c) Melting Pot (saison 2)	640.000		640.000
TOTAL	4.200.220	933.619	5.133.839

Conformément au contrat de gestion, plus de 50% (55,83%) de l'engagement a été consacré à des œuvres majoritaires et plus de deux tiers (81,81%) a été réalisé en numéraire.

L'ensemble de l'engagement a porté sur les longs, courts et moyens métrages de fiction ou d'animation, sur les fictions télévisées telles que téléfilms, séries et collections et sur les documentaires. La part réservée à ces derniers (1.022.291 euros) représente, après vérification, 19,91% de l'engagement, soit légèrement moins que l'obligation formulée par le contrat de gestion.

Dans le cadre de cette politique de coproduction, la RTBF déclare s'être attachée à valoriser l'identité de la Communauté française et de ses composantes culturelles, patrimoniales, historiques, économiques. Elle cite en exemple les documentaires « Bruxelles-Kigali », « Empain », « Katanga Mineral Business », « Léopold II », « Léopold III », « Rapsat » ou les séries belges « Septième ciel, Belgique » et « Melting Pot Café ».

² Un chiffre d'affaire qui est défini comme composé de 70% de la subvention annuelle, des recettes nettes de publicité télévisée perçues par la RTBF, en ce compris celles liées au télétexte, déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire et des éventuels montants alloués aux producteurs audiovisuels indépendants en application de l'article 10.5.

La RTBF déclare avoir contribué à hauteur de 1.214.679 euros au refinancement du fonds spécial tel que mis en place dans le cadre de la convention du 2 mars 1994 destinée à l'investissement dans les œuvres audiovisuelles de création.

Le Ministère de la Communauté française confirme cet investissement global de la RTBF dans le Fonds spécial qui se répartit comme suit :

2007	Fonds spécial
Longs métrages	470.998,00
Documentaires	272.683,00
Téléfilms	470.998,00
Total	1.214.679,00

La RTBF informe les producteurs audiovisuels indépendants qui lui remettent des projets de coproductions selon les procédures de sélection suivantes :

Procédures de sélection de projets en coproduction

	Dépôt de projet	Examen projet	Sélection	Aval définitif	Projet accepté	Projet refusé
Documentaires	Dossier en 10 exemplaires	Comité de lecture mensuel (10 personnes)	Comité de lecture	Directeur des antennes TV	Lettre d'engagement ferme valable 6 mois	Lettre motivée
Téléfilms / Séries	Synopsis ou séquençier ou scénario	Lecteur extérieur + responsable coproductions téléfilms/séries RTBF	Lecteur extérieur + responsable secteur RTBF	Directeur des antennes TV	Engagement – convention	Lettre motivée
Longs métrages Cinéma : aide au développement	Traitement ou première version scénario présenté(e) par un producteur belge pour un auteur belge	Lecteur extérieur + équipe coproductions Cinéma RTBF (2 personnes)	Avis des lecteurs extérieurs + équipe coproductions Cinéma RTBF (2 personnes)	Responsable Fiction RTBF	Lettre d'accord	Rencontre avec producteur : décision motivée
Longs métrages Cinéma : coproduction	1 exemplaire scénario + 1 exemplaire dossier de production prévisionnel présenté par un producteur belge	2 lecteurs extérieurs + équipe coproductions Cinéma (2 personnes)	Sur base d'une grille d'analyse scénario et faisabilité	Responsable Fiction RTBF	Rencontre avec producteur : décision motivée	Rencontre avec producteur : décision motivée

La promotion des œuvres coproduites est faite par le biais d'avant-premières, conférences ou projections de presse.

c. Autres producteurs (art. 12)

Conformément à son contrat de gestion, la RTBF entretient des partenariats avec d'autres producteurs de programmes et de contenus audiovisuels, notamment les organismes de radio-télévision de service public de l'Union européenne et de la francophonie et les télévisions locales de la Communauté française. Ainsi elle est membre actif de l'Union européenne de Radiodiffusion (UER), du Conseil international des Radios Télévisions d'Expression française (CIRTEF), des Radios publiques francophones (RPF) et de la Communauté des Télévisions francophones (CTF) et collabore avec les

télévisions locales sur différents plans (voir aussi les points consacrés aux collaborations – art. 44 et 45).

d. Outils de production (art. 13)

L'éditeur doit mettre à disposition des artistes-interprètes de la Communauté française et de ses producteurs audiovisuels indépendants certains éléments de son infrastructure de production. Il déclare sur ce point qu'aucune mise à disposition d'outils de production ne lui a été communiquée pour l'exercice. Le CSA note que cette mise à disposition qui semble peu usitée mériterait d'être davantage valorisée par l'éditeur.

e. Archives (art. 14)

Le contrat de gestion de la RTBF prévoit que l'entreprise publique développe un plan stratégique de conservation, de numérisation et de valorisation de ses archives tant en radio qu'en télévision qui tienne compte en priorité des menaces qui pèsent sur ce patrimoine. L'éditeur indique que ce plan est totalement lié aux sources de financement qui y sont afférents. « *Dans ce contexte, souligne-t-il, l'année 2007 a été prioritairement consacrée à explorer les pistes de financement* ».

Il précise toutefois que « *l'année 2007 a vu le démarrage des travaux de numérisation d'archives en préparation du site Expo 58 mis en activité en avril 2008. Ces travaux ont pu être effectués grâce à une enveloppe de 400.000 € dégagée par la Communauté française. Sur base de cette réalisation, la Région wallonne et la Communauté française ont accepté d'entrer dans la création d'une société d'archivage (« Sonuma ») qui devrait voir le jour avant la fin de l'année 2008. La Région wallonne sera actionnaire de cette société via Wallimages à hauteur de 50%. La RTBF détiendra 40% des parts sous forme d'apport en nature (les archives et leurs droits d'exploitation) et la Communauté française détiendra les 10% restants* ».

Dans son rapport 2006, la RTBF avait indiqué que le service des Archives avait procédé à l'évaluation précise des fonds audiovisuels, en vue de déterminer le futur plan de numérisation et de sauvegarde des archives de la RTBF. Cet état des lieux avait permis de constater que le nombre d'heures d'archives à numériser avait jusque là été sous-estimé : en télévision, le volume avait été évalué à 87.000 heures. Pour la radio, il se montait à 102.000 heures.

En termes de consultation, l'éditeur indique également que « *des archives numérisées ont été mises à disposition, à la demande (consultation et/ou copies), à des fins pédagogiques (enseignants et étudiants)* »

f. Quotas européens (art. 15)

i. Œuvres européennes

Hors le temps d'antenne consacré aux informations, manifestations sportives, jeux, communication publicitaire et services de télétexte, la RTBF déclare que les œuvres européennes représentaient en 2007 pour La Une 80, 94% (78,1% en 2006) du temps de diffusion et pour La Deux 82,8% (78,3% en 2006). L'obligation d'atteindre au moins 55% du temps de diffusion de ces œuvres sur l'ensemble de ses services linéaires de télévision est donc rencontrée.

ii. Œuvres francophones

La RTBF déclare qu'en 2007, La Une et La Deux ont, hors le temps d'antenne consacré aux informations, manifestations sportives, jeux, communication publicitaire et services de télétexte, consacré respectivement 63,63% (65,4% en 2006) et 75,7% (69% en 2006) de leur temps de diffusion à des œuvres dont le tournage, la réalisation ou la production déléguée sont assurés par des

professionnels d'expression française. Elle rencontre ainsi l'obligation d'atteindre au moins 35% du temps de diffusion de ces œuvres sur l'ensemble de ses services linéaires de télévision.

iii. Œuvres européennes indépendantes récentes

L'éditeur déclare que la diffusion d'œuvres émanant de producteurs indépendants de l'Union européenne et produites moins de 5 ans avant leur diffusion représente pour La Une 25,6% (41,3% en 2006) du temps d'antenne et pour La Deux 38,0% (51,1% en 2006). L'évaluation de la RTBF s'entend hors informations, manifestations sportives, jeux, communication publicitaire et services de télétexte. L'obligation d'atteindre 10% du temps de diffusion de ces œuvres est ainsi réalisée.

L'éditeur produit ces données à partir d'un fichier Excel reprenant les statistiques de diffusion relative à l'exercice en cours. Ce fichier est établi à partir des programmes encodés dans une application consacrée aux droits d'auteurs, à partir des rapports des régisseurs de continuité.

L'éditeur est conscient que ce dispositif ne permet pas de rencontrer complètement les exigences du contrôle, notamment parce que leur lien avec les rapports de diffusion que l'éditeur produit par ailleurs est difficile à établir³. Un nouveau logiciel mis en œuvre pour l'exercice 2008 devrait permettre dans le futur de corriger ces inconvénients et de justifier au mieux du respect de l'obligation.

L'éditeur déclare ne pas avoir formulé d'autres offres de services de médias audiovisuels non linéaires, autres que celles qu'elle produit.

g. Respect des horaires (art. 17)

La RTBF qui doit mettre en œuvre des dispositions qui tendent à respecter les horaires et la programmation annoncée des services de médias linéaires indique que « *les régies de diffusion disposent de programmes de complément (courts-métrages, clips) permettant d'ajuster les horaires de diffusion au plus près des horaires annoncés* ». Par ailleurs, elle précise que « *les sites de chaînes et le télétexte tiennent compte des modifications de dernière minute* » et que « *lorsqu'une modification de programme survient en cours de diffusion (en cas de durée plus longue que prévue d'une diffusion en direct par exemple), la régie de diffusion insère un bandeau déroulant d'annonce de la modification* ».

Concernant son obligation de préciser, si nécessaire, par tout moyen adéquat, si les programmes d'information et d'éducation permanente qu'elle diffuse sont des programmes en direct ou en différé, l'éditeur souligne que « *les mentions de « différé » ou de « rediffusion » sont ajoutées par la régie finale sur instruction de la Direction des antennes, par superposition à l'image* ».

2. Mission d'information

a. Objectifs en matière d'information (art. 18)

i. En général

Conformément à son contrat de gestion, la RTBF diffuse des programmes d'information avec l'objectif de couvrir l'actualité internationale, fédérale, communautaire, régionale, locale..., et ce dans des domaines divers. Elle porte une attention particulière aux enquêtes, aux reportages et à l'investigation.

³ L'éditeur produit pour chaque journée d'échantillon les rapports de diffusion établis par les régisseurs de continuité (régie finale de diffusion) et reprenant la liste exhaustive des programmes diffusés, l'heure de diffusion et les durées exactes de ces programmes.

L'information radio domine sur La Première : aux journaux parlés s'ajoutent des magazines plus spécifiques comme « Le 18/19.15 », « Transversales », « Afrik'hebdo », « Le tour de l'Europe », « Les décideurs du vendredi », « Entre-premières »... Les autres services contribuent plus ponctuellement à l'information culturelle (« Presto » et « Hamlet » sur Musiq'3) ou économique (« Le point du jour » sur Musiq'3, « Chronique économique » sur Classic 21). VivaCité est particulièrement dédiée à l'information locale et sportive.

En télévision, l'éditeur produit, outre les différents JT, des débats d'information (« Mise au point »), un magazine d'information et d'investigation (« Questions à la Une ») et des entretiens d'actualité (« Les bureaux du pouvoir »).

Concernant la qualité, l'objectivité et la réflexion sous-tendue par son information, la RTBF souligne que deux textes fondamentaux de la RTBF, disponibles sur les sites Internet et Intranet de la RTBF - La Charte des valeurs de l'entreprise et le règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel -, rappellent et posent les balises qui permettent de garantir « *une information objective, honnête, indépendante, rigoureuse, pluraliste, complète, analytique, interpellante et suscitant la réflexion et le débat sur les enjeux démocratiques de la société* ».

ii. En télévision

En télévision, l'éditeur déclare répondre à l'objectif de diffuser trois journaux d'information générale par jour, à savoir « Le 13h00 », « Le 19h30 » et « Le 12 minutes », les deux premiers sept jours sur sept, le troisième du lundi au vendredi. Au sens strict, l'obligation n'est pas respectée le week-end. Néanmoins, considérant l'offre générale d'information étoffée en semaine par les éditions du « 6 minutes » ainsi que en week-end par les débats d'information, le CSA estime que l'éditeur tend globalement à remplir cette mission.

La RTBF remplit également son obligation de diffuser un journal d'information générale à la jeunesse du lundi au vendredi hors vacances scolaires selon un horaire approprié : en 2007 199 éditions des « Niouzz » ont ainsi été diffusées à 18 heures et rediffusées le lendemain à 9 heures.

iii. En radio

En radio, l'éditeur remplit amplement sa mission de diffuser plusieurs journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste puisqu'il déclare transmettre, sur La Première, 28 journaux – dans les faits 22 journaux, 5 flashes info et 1 séquence titres info - quotidiens d'information générale du lundi au vendredi, 25 le week-end et les jours fériés, auxquels s'ajoute une séquence d'information régionale quotidienne (Le « Tour des régions » de « Matin Première »).

Il répond également à l'obligation de diffuser plusieurs journaux ou séquences d'information régionale et des décrochages d'information régionale sur sa chaîne de proximité. En effet, VivaCité diffuse en réseau, 28 journaux parlés – dans les faits 14 journaux, 13 flashes, 1 interrégionale - quotidiens d'information générale du lundi au vendredi dont une édition d'information interrégionale, 26 le week-end et les jours fériés ; et 3 journaux spécifiques, du lundi au vendredi, réalisés au départ des bureaux locaux d'information de Bruxelles, Liège, Verviers, Namur, Arlon, Charleroi et Mons.

Les chaînes musicales diffusent également des journaux parlés d'information générale : 6 journaux spécifiques sont diffusés du lundi au vendredi, sur Pure FM. 2 d'entre eux le sont également sur Musiq'3 et Classic 21, et un autre encore sur Classic 21.

iv. En ligne

Le site internet de l'entreprise met à disposition des internautes, dès la page d'accueil du site, des articles dans les rubriques « International », « Belgique », « Société » et « Sports ». L'entreprise répond ainsi à sa mission de proposer des pages actualisées relayant les journaux et séquences d'informations

provenant des diverses rédactions de la RTBF et constituant une extension de ces journaux et séquences. Selon l'éditeur, « ces articles sont conservés et consultables (archives) ».

Les JT de 13h00 et de 19h30 y sont également disponibles dans les trois heures de leur diffusion télévisée et le restent durant trois jours. Ils peuvent être visionnés en intégralité ou par séquence. Une version signée du JT, à destination des malentendants, est téléchargeable. Les journaux parlés peuvent être écoutés en direct ou à la demande sur les sites respectifs des chaînes radio.

Deux dossiers ponctuels ont été publiés sur le site en 2007. Ils concernaient les élections législatives 2007 et le Tour de France.

v. Débats

Conformément à son contrat de gestion, la RTBF diffuse un programme télévisé hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage : « Questions à la Une » qui a compté 42 éditions en 2007. En radio, elle a programmé des magazines d'information divers, quotidiens ou quasi quotidiens comme « Matin Première », « Le Fait du Jour », « Face à l'Info » (et « Le Club de la Presse »), « Eco Matin », « Eco Soir », « Eco Nuit » ; ou hebdomadaires, comme « Entre'Première », « Transversales », « Regards Croisés », « L'Invité culturel ».

L'éditeur répond également à l'obligation de diffuser - par semaine en radio et par mois en télévision - plusieurs programmes de débats, des forums et des entretiens d'actualité : il épingle ainsi, en télévision, les émissions « Mise au point » et « Débat à la Une » (qui comptent à elles deux, 54 numéros pour 2007) et, en radio, les émissions « Matin Première », « Le Fait du Jour », « Face à l'Info », « Le Club de la Presse », « Entre'Première », « Regards croisés », « Quand les jeunes s'en mêlent », « L'Invité culturel ».

Il en va de même pour les programmes portant sur l'actualité et les enjeux internationaux : la RTBF qui a consacré un tiers de ses séquences de JT à l'actualité internationale dénombre également 14 émissions télévisées spécifiquement consacrées au sujet (notamment des éditions spéciales du JT : « Traité de Rome en direct de Berlin », « Elections présidentielles françaises » (1^{er} tour, 2^{ème} tour, après élection). En radio, elle a diffusé, sur La Première, des émissions comme « La Semaine de l'Europe », « Afrik'Hebdo » et, selon les thèmes abordés, des éditions de « Matin Première », « Le Fait du Jour », « Face à l'Info »...

b. Information en période électorale (art. 19)

Dans le cadre des élections législatives du 10 juin 2007, le conseil d'administration de la RTBF a adopté un dispositif spécifique (16 mars 2007). Ce dispositif électoral a été intégralement suivi.

En télévision, l'émission « Les Bureaux du pouvoir » a à un rythme devenu hebdomadaire consacré des numéros spéciaux aux présidents des partis francophones. Quatre débats ont été organisés la dernière semaine de mai sur les thèmes de la justice, de la sécurité, de l'emploi, de l'environnement et de la sécurité sociale. Un cinquième débat a confronté les présidents de partis. Le jour des élections, l'éditeur a proposé une édition spéciale du 13h00 et a programmé une soirée électorale.

En radio, La Première a notamment proposé dès le 16 avril 2007 un « Journal de campagne », 9 « Carnets » où était dressé le bilan de la législature, 13 billets sur les enjeux régionaux, divers dossiers ainsi que des éditions spéciales de « Questions publiques », « La parole aux associations » et « Face à l'Info » consacrés aux « petits partis ».

Un blog et un portail dédiés aux élections ont été proposés sur le site internet de l'entreprise.

Les élections sociales ont été suivies dans des séquences des journaux télévisés et parlés.

3. Mission en matière de culture (art. 20)

a. Radio et télévision

La RTBF doit veiller au droit à l'information culturelle d'un large public sans négliger les publics spécifiques. Elle doit veiller à programmer et diffuser des programmes d'information, de sensibilisation et de promotion culturelles et porter une attention particulière aux créateurs, auteurs, artistes... de la Communauté française. Elle doit ainsi programmer et diffuser régulièrement des programmes et contenus d'information, de sensibilisation et de promotion culturelle consacrés au patrimoine, aux modes d'expression et de création et à toutes les disciplines artistiques, dont la littérature (y compris dialectale), le cinéma, la musique, (y compris les musiques classiques et contemporaines et les musiques du monde), les arts de la scène, les arts plastique et les beaux arts.

En radio, de nombreuses séquences ou programmes sont dédiées à la culture, que ce soit sur La Première (« Culture club », « Tête à tête », « Mémo », « Prix première », « La librairie francophone », « Le polar du dimanche », « La première séance », « Le classique des classiques », « Le grand jazz », « La troisième oreille », « Le monde est un village », « Par ouï-dire »...), sur Musiq'3 (« Le feuilleton », « Musique et autres muses », « Babel », « Indicatif présent », « Terre de sons », « Les passés recomposés »...), sur VivaCité (« Vu à la radio », « Carnet de bord », les émissions en langue régionale, « Le grand cinéma »...), sur Pure FM (« 5 heures cinéma », « 5 heures DVD », « Pure démo », « Pure Blog »), ou sur Classic 21 (« Plein écran »).

En télévision, l'éditeur propose « Mille-feuilles » (littérature), « Noms de dieux » (entretiens philosophiques), « Screen » (cinéma), « Screen le retour » (cinéma), « Reflets Sud » (pays et cultures du Sud), « Hep taxi ! » (portraits), « Télétourisme » (patrimoine), « Zoom arrière » (archives et histoire TV), « Wallons-nous » (culture wallonne), « L'envers de l'écran » (cinéma), « Tout court » (court métrages), « Cinquante degrés nord » (actualité culturelle), « Quai des Belges » (actualité culturelle), « Documentaires » (histoire, culture), « D6bels » (concerts), « Le meilleur du classique » (musique classique, opéra, chant, jazz, chorégraphies contemporaines), « Concours reine Elizabeth » (musique classique)... Ces émissions abordent tantôt de manière spécifique, tantôt de manière transversale les différentes disciplines artistiques reprises dans le contrat de gestion. En radio, les différents services offrent des approches qui varient avec leurs publics cibles.

L'éditeur indique qu'il a mis en avant les créateurs, auteurs, artistes, interprètes, producteurs, réalisateurs ou distributeurs de la Communauté française dans le cadre de programmes télévisés de divertissement comme « Bonnie & Clyde », « Le meilleur de l'humour », « J'ai pigé », « On a tous en nous quelque chose de ... », « Gala Cap 48 », dans les cases de diffusion « Cinéma belge », « Tout court », « Théâtre », dans les programmes « L'envers de l'écran », « L'envers du court », « Zoom arrière », « Reflets Sud », « Wallons-nous », « Le meilleur du classique », « D6Bels » et dans les coproductions de documentaires et de fictions, plus particulièrement les séries belges. Il souligne qu'en radio, le programme « Pure Démo » (Pure FM), relayé en télévision sur La Deux, « *est entièrement consacré aux talents musicaux émergents de la Communauté française* » ; que « Par Ouï-dire » (La Première) « *ouvre les ondes à l'écriture radiophonique de (la) Communauté* » ; que « Culture Club », « Flash Back », « Le grand jazz » (La Première) et « Le point du jour », « Jazz », « Concert du vendredi », « Hamlet », « Indicatif Présent » (Musiq'3) sont « *largement consacrés à la création de la Communauté française* ».

b. Spectacles vivants

i. TV - Spectacles musicaux

En 2007, la RTBF a diffusé 80 spectacles (38 en première diffusion) dont des spectacles musicaux classiques (35 – 16 en première diffusion), de chants ou d'opéras (14 – 8 en première diffusion), de danse (6 – 1 en première diffusion), de jazz (15 – 6 en première diffusion) et de variétés (10 – 7 en première diffusion). Elle remplit ainsi son obligation de diffuser au moins 50 spectacles musicaux classiques et non classiques, lyriques, chorégraphiques par an.

Parmi les exemples cités, on trouve : « Le Récital Andreas Scholl », « La messe des Fous », « The King's Singers », « Concerto di fine stagione », « Noël autour du monde », « Ballet Royal du Cambodge à Lyon », « Diana Krall », « Jazz in little Belgium », « Etienne Daho and Friends », « Sacha Toorop, live au Botanique », « Rolling Stones », « André Rieu », « Zoé live aux Francos »...

S'y ajoutent 31 éditions (dont 1 rediffusion) de « D6bels », « *une émission hebdomadaire de full music* ».

Toutes ces émissions ont été diffusées sur La Deux, à l'exception du « Concert du Nouvel an », du « 50ème anniversaire des Traités de Rome », de « Noël autour du monde », de « Trois ténors à Los Angeles », du « Concours de chant de Verviers », du « Johnny Hallyday live Tour Eiffel » de « Machiavel live au Coliseum », de « Les chemins de Barbara », de « Etienne Daho and Friends », du « Concert Laurent Voulzy » et de « André Rieu », diffusés sur La Une.

32 de ces émissions ont été captées en Communauté française, 52 si l'on prend en compte les rediffusions. L'obligation d'en diffuser au moins 12 est donc rencontrée.

L'éditeur qui doit réaliser un minimum de 4 nouvelles captations de spectacles par an identifie 15 spectacles primodiffusés qui ont fait l'objet d'une captation en 2007. Outre les sessions du Concours reine Elisabeth, l'éditeur épingle le concert de Noël, le Concours de chant de Verviers, un concert Laurent Voulzy, le Dour 2007, la Symphonie alpestre de Strauss (Orchestre philharmonique de Liège), les concerts en prélude à la fête nationale, Kraj, et le 50^{ème} anniversaire des Traités de Rome, ce dernier étant produit avec l'UER.

ii. TV - Spectacles de scène

La RTBF cite les noms de 31 (19 en première diffusion) spectacles de scène (théâtre, théâtre dialectal, humour) dont 25 (13 en première diffusion) captés en Communauté française. 26 de ces spectacles (dont 22 captés en Communauté française) relèvent du théâtre. 12 appartiennent au répertoire du théâtre dialectal. 5 de ces spectacles de scène sont classés dans la catégorie humour.

L'éditeur déclare en outre avoir capté 7 spectacles théâtraux, dont 3 issus du répertoire dialectal dans le courant de l'année 2007 :

- « Remets ta robe » de Gisèle Mariette, « Sincère complaisance » de Thierry De Coster et Odile Mathieu, « Vous en prendrez bien deux louches » de Jérôme de Warzée, « Deux petites perles » de Patrick Chaboud, enregistrés lors du Festival de Rochefort ;
- « Djeûs d'dames » de Charles-Henri Derache (Les djoyeux lurons de Houtain Saint Siméon), « Nin sins lèye » de Jean-Luc Derwa (Royale troupe Ben-Rio de Corswarem), « Sot quî vout » de Georges Simonis (Cercle dramatique de l'avenir de Gosselies), capté lors de la Coupe du roi Albert.

L'obligation de diffuser au moins 12 spectacles de scène par an produits en Communauté française, dont au moins 10 œuvres théâtrales et au minimum 4 nouvelles captations par an est donc rencontrée.

iii. Radio – concerts

L'éditeur déclare avoir diffusé 579 concerts ou spectacles musicaux et lyriques au cours de l'exercice. 246 d'entre eux avaient été produits en Communauté française. L'obligation (300 concerts dont la moitié communautaires) est rencontrée.

c. Courts métrages

L'éditeur fournit la liste de 63⁴ courts et moyens métrages proposés en multidiffusion sur La Deux au cours de l'exercice 2007. 29 (42,6%) d'entre eux étaient diffusés pour la première fois en 2007, les autres l'avaient déjà été en 2005 et 2006. L'éditeur indique que dans le courant de l'exercice, il a acquis 25 nouveaux titres, dont cinq ont été diffusés au cours de l'année.

Le total antenne de ces courts et moyens métrages représente 74 heures 12 minutes d'antenne sur La Deux. Hors rediffusion, ce total antenne se monte à 13 heures 4 minutes. Les courts métrages diffusés pour la première fois en 2007 égalent 5 heures 20 minutes.

En moyenne, les courts métrages ont été rediffusés un peu plus de 5 fois.

La RTBF précise que tous les courts métrages diffusés étaient belges à trois exceptions près. L'une de celles-ci était primo diffusée.

L'éditeur a rencontré son obligation de diffuser au moins 30 courts et/ou moyens métrages de fiction ou animation de jeunes réalisateurs et producteurs de la Communauté française. Le CSA relève cependant qu'en première diffusion, l'éditeur ne diffuse que 28 de ces courts métrages. Le contrat de gestion ne précise toutefois pas si l'obligation doit être rencontrée en première diffusion ou non.

d. Programmation musicale

Sur base d'un calcul établi sur huit semaines d'échantillon⁵, l'éditeur déclare qu'en moyenne annuelle, les services généralistes de la RTBF (La Première et VivaCité) ont diffusé 53,02% (56,76% en 2006) de chansons francophones. Classic 21 et Pure FM ont été exclues du décompte. L'obligation d'atteindre au moins 40% d'œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française est atteinte.

Il en va de même pour l'obligation relative à l'objectif de 30% de ces mêmes œuvres sur chacune des chaînes généralistes : La Première en a diffusé 45,98%, VivaCité 56,02%.

Selon l'éditeur, la chaîne musicale qu'il désigne, Classic 21, a diffusé sur cette même période 15,08% (17,14% en 2006) d'œuvres de musique non classique sur des textes en langue française. L'obligation d'atteindre au moins 15% d'œuvres de musiques non classiques sur des textes en langue française est atteinte.

En 2007, l'ensemble des services généralistes de la RTBF et Pure FM, ont diffusé 12,38 % d'œuvres émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs de la Communauté française. L'obligation d'atteindre sur la programmation musicale de ses chaînes généralistes et d'une de ses chaînes musicales qu'elle désigne au moins au moins 10% d'œuvres de musiques non classique

⁴ L'éditeur en déclare 68.

⁵ Du 8 au 14 janvier, du 26 février au 4 mars, du 16 au 22 avril, du 4 au 10 juin, du 23 au 30 juillet, du 10 au 16 septembre, du 29 octobre au 4 novembre, du 17 au 23 décembre 2007. L'éditeur précise que « pour chaque semaine-échantillon, le nombre total de disques, le nombre de chansons francophones et le nombre d'œuvres émanant de la Communauté française de Belgique a été relevé, afin d'établir les trois quotas prescrits par le contrat de gestion ». Il fournit le détail des relevés par service.

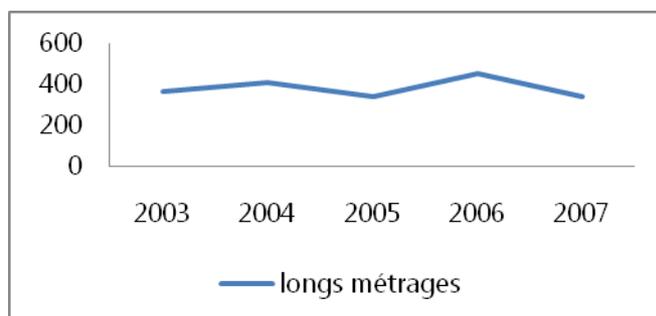
émanant de compositeurs, d'artistes producteurs ou de producteurs de la Communauté française est atteinte.

L'éditeur a fourni au CSA le mode de calcul (voir formule formulaire). Le CSA n'a cependant pas pu en confronter directement les résultats aux copies antenne fournies. En effet, l'éditeur a transmis les calculs qu'il réalise régulièrement sur ses propres échantillons et non sur ceux demandés par le CSA. Ce décalage est dû à la mise en place progressive et concertée du contrôle sur base d'échantillons. Le problème devrait pouvoir être résolu pour l'exercice 2008. Le CSA demande donc à l'éditeur de s'aligner à l'avenir, dans la mesure du possible, sur les échantillons qu'il demande.

e. Œuvres cinématographiques et visuelles

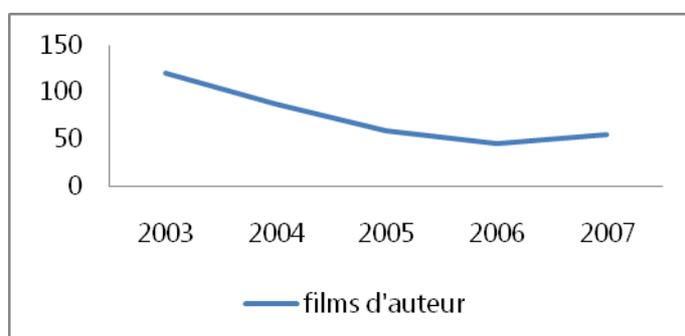
i. Longs métrages de fiction cinématographique

La RTBF qui a pour mission de programmer et de diffuser annuellement en télévision des œuvres cinématographiques et télévisuelles de qualité dont au moins 120 films longs métrages déclare avoir diffusé 339 (453 en 2006) longs métrages de fiction cinématographique dont 46,9% (51,6% en 2006) (159 pour 234 en 2006) émanaient de distributeurs de la Communauté française et 53,98% (54,1% en 2006) (183 pour 245 en 2006) étaient européens.



Le Collège note que dans le courant de l'exercice 2007, la diffusion de longs métrages a connu une baisse significative qui la ramène au niveau enregistré en 2005. Pour rappel, de 2003 à 2004 le nombre de longs métrages était passé de 362 à 408 et avait chuté en 2005 à 339.

En 2007, 56 (46 en 2006) de ces longs métrages (16,52 % pour 10,1% en 2006) étaient des films d'auteur alors que l'obligation est de 40. La RTBF précise que 19 longs métrages de fiction cinématographique diffusés étaient des productions belges (un tiers d'entre elle figuraient en « cinéma d'auteur »). 121 des téléfilms de 90 minutes diffusés avaient été coproduits avec la RTBF (52%).



Les longs métrages relevant de la catégorie « cinéma d'auteur » connaissent une légère hausse mettant fin à la baisse enregistrée depuis 2004.

ii. Œuvres de fiction européennes

Sur les 339 longs métrages de fiction cinématographique diffusés en 2007, 53,98% (183) étaient européens. Les téléfilms et télésuites, au nombre de 734, se composaient à 76,56% (562) de programmes européens. Les 1.383 épisodes des séries d'une durée de 45 à 55 minutes étaient à 28,92% originaires d'Europe, ceux d'une durée de 20 à 30 minutes, au nombre de 1.127, l'étaient à 56,70%.

Sur base d'un minutage moyen de 105 minutes pour les longs métrages cinéma, il apparaît que la RTBF a diffusé 50,52% d'œuvres de fiction européennes en 2007, évaluées en termes de temps de diffusion. Ce pourcentage était de 55,41% en 2006. En nombre de programmes diffusés, le pourcentage 2007 est de 52,53%.

L'obligation des 50% est atteinte. Toutefois, le CSA attire l'attention de l'éditeur sur la baisse du temps de diffusion consacré aux œuvres de fiction européennes dans sa programmation.

	Format	Nombre UE	Durée diffusée UE	Nombre total	Durée totale
Fictions cinématographiques	1:45:00	183	320:15:00	339	593:15:00
Téléfilms 90 minutes	1:30:00	560	840:00:00	732	1098:00:00
Téléfilms 65 minutes	1:05:00	2	2:10:00	2	2:10:00
Docu fiction	0:52:00	1	0:52:00	1	0:52:00
Séries télévisées 45 à 55 minutes	0:50:00	400	333:20:00	1383	1152:30:00
Série 40 minutes	0:40:00	0	0:00:00	259	172:40:00
Série 20 à 30 minutes	0:25:00	639	266:15:00	1127	469:35:00
Courts métrages (rediffusions comprises)			74 :12 :00		74 :12 :00
Total général			1762:52:00		3489:02:00
% UE		52,53%	50,52%		

f. Collaboration avec Arte (art. 21)

L'éditeur a pour mission de diffuser dans des fenêtres spécifiques de la chaîne Arte des programmes à vocation culturelle valorisant les auteurs et les expressions culturelles de la Communauté française, en partenariat avec des producteurs indépendants de cette même Communauté, notamment un programme quotidien de 30 minutes du lundi au vendredi, sur 42 semaines par an en début de soirée consacré au sens large à la vie culturelle de la Communauté française et un programme mensuel de nonante minutes sur douze mois par an en deuxième partie de soirée dont les thèmes doivent porter sur la Belgique dans tous ses états, vus essentiellement par des documentaristes. Ces émissions sont rediffusées en tout ou en partie sur les généralistes de la RTBF.

Selon l'éditeur, 203 éditions de « 50° nord » un agenda culturel quotidien de 30 minutes, vitrine de la création en Communauté française de Belgique, ont été diffusés dans la fenêtre Arte Belgique. Tous ont été rediffusés sur La Une. La RTBF précise que 7 numéros supplémentaires de l'émission ont été produits et diffusés sur la Une uniquement, « Arte Geie ayant réservé la plage horaire de Arte Belgique à des événements spéciaux ».

Une seconde émission mensuelle (« Quai des Belges »), un 90 minutes mettant en avant des personnalités ou des événements culturels ou sociaux de la Communauté française de Belgique a été diffusée à 11 reprises sur Arte (et rediffusé sur La Deux) alors que l'obligation porte sur 1 numéro par

mois. L'éditeur indique que « un des numéros d'été prévu initialement n'a pas été produit à la demande de Arte Geie » qui souhaitait offrir une soirée thématique spéciale à l'ensemble de son auditoire (voir aussi la partie consacrée aux coopérations internationales – art. 41).

4. Mission d'éducation permanente

a. Education permanente (art. 22)

La RTBF doit programmer et diffuser régulièrement des contenus audiovisuels qui contribuent à la formation, à l'éducation, à l'information des consommateurs, à la sensibilisation à l'environnement et au cadre de vie, à l'éducation, à la santé et à vulgarisation scientifique, à la compréhension de la vie sociale, politique et économique, à l'information et l'engagement des jeunes, à la parentalité, aux questions éducatives, à l'éducation aux médias et à la citoyenneté. Elle doit aborder de manière transversale dans ses programmes les questions relatives à la pédagogie des enjeux démocratiques notamment celles portant sur le lien social, la responsabilisation individuelle et collective, le rôle des relations familiales et intergénérationnelles. Les contenus audiovisuels présentent l'offre d'accueil et les manifestations de la vie associative dans toutes ses formes y compris en matière d'enfance et de jeunesse.

Les différentes radios de la RTBF proposent de nombreuses émissions ou séquences dans ces matières. La Première les aborde dans « Bon week-end quand même » (consommateurs, relations familiales et intergénérationnelle), « La question du jour » et « Semences de curieux » (vulgarisation scientifique), « Ces Belges qui ont fait l'histoire » et « Tout autre chose » (compréhension de la vie sociale, politique et économique), « Média Première » et la séquence médias de « Bonjour quand même » (éducation aux médias), « Quand les jeunes s'en mêlent » (enjeux démocratiques). VivaCité propose « Appelez, on est là » (consommateurs), « Grandeurs nature » (environnement), « Le chiffre santé » et « Le conseil santé » (santé). Enfin, Musiq'3 diffuse des émissions dédiées à la compréhension de la musique (« Musique mode d'emploi », « Table d'écoute »), Classic 21 un « Plan langues » et une réflexion sur la mobilité et le partage intelligent de la voie publique (« Car and bike »). Quant à Pure FM elle produit des émissions consacrées aux relations de couple (« Elle et lui », « Bang bang »).

En télévision, les émissions d'éducation permanente recouvrent l'éducation aux médias (« Décode »), les enjeux de société (« Opinion publique », « C'est la vie », « C'est la vie en plus »), la sensibilisation à l'environnement (« Le jardin extraordinaire », « La clef des champs »), la vulgarisation scientifique (« Matière grise »), le lien social (« Melting pot », « reflets Sud »). On notera que de nombreuses séquences des JT ou de « Au quotidien » contribuent à alimenter la mission d'éducation permanente de l'entreprise.

Plusieurs microprogrammes parrainés tels « Questions d'argent », « Air de familles », « Côté santé » ou « Le tour des terroirs » abordent des thématiques qui relèvent des thèmes de l'éducation permanente mais dont les objectifs généraux de formation, d'éducation et d'information se confondent avec les intérêts particuliers de la marque mise en avant.

Selon l'éditeur, « les questions relatives à la pédagogie des enjeux démocratiques sont abordées d'une manière transversale, dans les émissions d'information, magazines de société, documentaires, débats et entretiens ». Il évoque à titre d'exemple plusieurs émissions et débats liés à la question linguistique : deux « Questions à La Une » intitulés l'un « Flamands et francophones peuvent-ils s'entendre ? », l'autre « Que va faire la Belgique de ses bijoux de famille ? » ; deux « Débat à La Une » l'un à Gand autour du thème « Que veulent les Flamands ? », l'autre sur « Que font les Wallons ? » ; un « Mise au point » qui s'interrogeaient sur « Pourquoi les francophones sont-ils si peu bilingues ? », un « Décode » consacré à « V.O sous-titrée ou doublage ? ». Il note également, dans le même registre

qu'à 226 reprises le JT a évoqué la « Flandre », pour 130 en 2006, et le journal parlé 66 fois pour 25 en 2006⁶.

Les questions relatives à la pédagogie de la culture sont quant à elles évoquées en télévision dans les émissions « Hep Taxi ! », « Zoom arrière », « 50 Degrés Nord », « Quai des Belges », « L'envers de l'écran », « L'envers du court », « Screen », les séquences culturelles du JT, les concerts, spectacles de théâtre. En radio, elles sont traitées dans les émissions « Culture Club », « Par-Ouï dire », « Le classique des classiques » sur La Première, « A vous de voir » sur VivaCité, les séquences cinéma et séquences culturelles sur les différentes chaînes et dans l'ensemble de la programmation de Musiq'3.

L'offre d'accueil et de manifestations de la vie associative est déclinée dans « Ça bouge » un hebdomadaire télévisé diffusé à 33 reprises dans le courant de l'exercice 2007, qui remplit la fonction d'« agenda d'éducation permanente ». On la retrouve également - toujours en télévision - dans les séquences d'« Au quotidien » ou du JT, dans « Melting Pot » (ex « 1001 cultures »). En radio, elle se décline dans « Tout autre chose » (La Première), « Appelez on est là » (VivaCité) et dans les séquences des journaux fédéraux ou régionaux.

b. Education aux médias (art. 23)

La RTBF doit porter une attention particulière aux questions relatives aux médias et à la consommation publicitaire en ce compris par des séquences spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents. Elle doit diffuser des séquences et des contenus réguliers sur ce point.

Pour ce faire, l'éditeur indique que 68 séquences, parties d'émissions ou émissions complètes ont été consacrées en 2007 à l'éducation aux médias : 14 « Décode », 7 « Questions à la Une », 19 séquences diffusées dans les « Niouzz », 17 dans « Au quotidien », 1 dans « Mise au Point », 10 dans le « Journal télévisé ». Il ajoute que 2 rubriques de « Questions à la Une » et 7 séquences des « Niouzz » ont été consacrées à la publicité.

Les émissions « Décode » ont abordé des problématiques diverses comme le fonctionnement des médias pendant la crise politique, la révolution digitale en télévision, les règles relatives à l'usage des caméras cachées, les rapports entre télévision et justice, les stéréotypes sexistes en télévision, la signalétique enfant, la télé-réalité... Elles s'appuyaient sur des éclairages divers (séquences de reportages, points de vue d'acteurs de la RTBF et commentaires d'experts).

Une fois par mois, en radio, « Tout autre chose » (La Première) ouvre son antenne via « Média Première » à la médiation et à l'éducation aux médias. Y sont abordés des questions d'actualité : les images de l'exécution de Saddam Hussein, le traitement médiatique de l'infanticide de Nivelles, la politique de communication de Nicolas Sarkozy, le rôle de la presse dans la crise communautaire...

Le CSA note que les séquences d'éducation aux médias plus spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents sont peu présentes dans la grille de programmes, tant en radio qu'en télévision. Il demande à l'éditeur de veiller à développer ce point eu égard à la mission qui lui est dévolue.

c. Médiation et relations avec les publics (art. 24)

En matière de médiation, la RTBF doit programmer et diffuser régulièrement un programme de médiation et de relations avec les publics dont l'objectif est notamment de répondre aux interrogations et réactions du public. Il pointe pour 2007 10 numéros du magazine « Décode », également considéré comme émission d'éducation aux médias.

⁶ Ces sujets ont été identifiés par l'éditeur sur base du mot clé « Flandre ».

De fait, plusieurs des séquences de cette émission mensuelle s'appuient implicitement ou explicitement sur les réactions des auditeurs et des spectateurs (la RTBF en a-t-elle trop fait sur le retour du pilote belge du Tchad ?, la RTBF militante dans la couverture de la crise politique ?, diffusion de spot publicitaire jugé violent...). Ces derniers sont parfois interviewés, voire invités en plateau. Des acteurs de la RTBF leur apportent leur éclairage. Certaines de ces questions font l'objet de plus larges développements qui ajoutent l'analyse médiatique à l'approche de la médiation.

L'émission mensuelle « Média Première » a dans le courant de l'exercice également intégré différentes séquences « questions » avec le public : avec Yves Bigot, directeur des antennes à la télévision (26 janvier 2007 et 29 juin 2007), avec Bernard Meillat, directeur de Musiq'3 (26 janvier 2007), avec Francis Goffin, directeur général des radios de la RTBF (23 février 2007), avec Jean-Claude Defossé (30 mars 2007), avec Jean-Pierre Jacqmin, directeur de la rédaction de la Première (26 avril 2007), avec Michel Lecomte, patron des sports à la RTBF (25 mai 2007). Des problématiques relevées dans le courrier des auditeurs et spectateurs ont nourri certains débats, notamment celui consacré à la retransmission du Concours reine Elisabeth en direct sur Arte et en différé sur La Deux.

5. Divertissement (art. 25)

La RTBF déclare diffuser des émissions régulières de variétés et d'humour qui « *privilégient la participation de talents de la Communauté française, confirmés ou émergents* » : « Ma télé bien-aimée », « Bonnie & Clyde », « Signé Taloche », « On a tous quelque chose en nous de ... », « Le meilleur de l'humour ». Elle remplit ainsi sa mission de programmer régulièrement des divertissements attractifs, misant sur la qualité, la différenciation et l'ancrage en Communauté française, dont au moins un programme de variétés grand public à une heure de grande écoute qui réunit des auteurs-compositeurs de la Communauté française.

L'entreprise déclare également diffuser des programmes de jeu qui font appel aux connaissances et au savoir des candidats. En télévision, elle a proposé « Y a pas pire conducteur », « ΓπG », « Génies en herbe » et en radio, « Carré d'as », « Bienvenue à bord » et « Faites vos jeux » (tous les trois diffusés sur VivaCité), auxquels s'ajoutent dans un autre registre, « Le jeu des dictionnaires » et « La semaine infernale » (tous deux diffusés sur La Première).

Elle précise que les règlements des concours sont fournis sur demande.

La procédure en cas de contestation y est décrite comme suit : « *Le concours est placé sous le contrôle d'un jury composé de deux personnes désignées par le Directeur de la Radio ou de la Télévision de la RTBF. Ses décisions sont sans appel. Il règlera souverainement les cas éventuellement non prévus par le présent règlement. Toute réclamation est à envoyer par lettre commandée à la direction juridique de la RTBF, Boulevard Auguste Reyers, 52, bureau 9M35, à 1044 Bruxelles* » (art. 15).

6. Sports (art. 26)

L'éditeur déclare qu'« *en radio comme en télévision, la RTBF s'attache à fournir des informations (magazines) et diffuser des manifestations sportives diversifiées, autant que possible* ».

Il souligne que « *d'une manière générale, la politique d'achat de droits vise à couvrir les manifestations de sports populaires, impliquant des sportifs belges, mais aussi, dans le cadre de magazines sportifs ou non, à attirer l'attention des auditeurs et téléspectateurs vers des disciplines moins connues* ». Il souligne également qu'« *en matière d'acquisition de droits, la RTBF s'attache à maintenir un équilibre raisonnable entre l'intérêt des téléspectateurs et les limites budgétaires dont elle dispose* ».

Dans le courant 2007, plus de 1.193 heures d'émissions sportives télévisées ont été diffusées, dont 211 dédiées à des rediffusions diverses.

Ces heures dédiées au sport se distribuaient comme suit :

Disciplines	Durée
Football	322:32:46
Tennis	309:52:00
Cyclisme	214:02:29
Sports moteurs	187:20:31
Magazines sportifs (Week-end sportif)	92:42:22
Athlétisme	23:58:41
Basket	17:33:39
Patinage	10:26:50
Equitation	5:04:36
Hockey	4:41:45
Divers	3:59:20
Tennis de table	1:41:17

Sur les 322 heures 32 de football, 255 relevaient du direct. 211 heures d'antenne se composaient de rediffusions de magazines

En football, ont été couverts la Coupe UEFA, l'Euro Espoirs, la Super Coupe de Belgique ; en cyclisme, les différentes classiques, le Tour de France, le championnat de Belgique de cyclocross, la coupe du monde sur piste, le championnat du monde sur piste ; en tennis, le WTA (Sydney, Paris, Anvers, Dubai, Doha, Miami, Varsovie, Berlin, Eastbourne, Stuttgart, Zurich), la Fed Cup, la Coupe Davis, Roland-Garros, l'US Open et le Women Tennis Trophy.

L'éditeur indique également que l'offre de sport en radio est concentrée sur VivaCité (soirées et après-midis du week-end). La chaîne propose 19 journaux des sports et en moyenne 20 heures d'émissions sportives par semaine. Ainsi, le cyclisme - en particulier le Tour de France -, le tennis, le basket, la F1, le football et l'athlétisme ont fait l'objet d'interventions en direct et de séquences dans les journaux parlés et les magazines de la chaîne.

L'éditeur ne dit rien de la couverture accordée aux disciplines moins médiatisées (comme le rugby, la pétanque, l'acrobatie aérienne, l'endurance...) et des sports pratiqués par les handicapés.

Le CSA l'invite l'éditeur à davantage mettre celle-ci en avant voire, si ce n'est déjà le cas, à la développer davantage.

L'éditeur rappelle par ailleurs que « *les journalistes sportifs sont, au même titre que tout autre membre du personnel de la RTBF, tenues de respecter les valeurs fondamentales de l'entreprise contenue dans sa charte ainsi que les règles de déontologie contenues dans le règlement concerné (voir point 2.2.)* ».

7. Jeunesse (art. 27)

En programmes jeunesse maison, l'éditeur déclare avoir diffusé 199 éditions des « Niouzz », le JT à destination des jeunes et les séquences studio quotidiennes « Ici Blabla » et « Rikiki Likiki ».

A ces programmes s'ajoute l'émission de vulgarisation scientifique « C'est pas sorcier » produite par Riff Production.

L'éditeur indique, pour ce qui concerne le cinéma d'animation et fiction pour la jeunesse, que « *la politique d'achat vise prioritairement les productions européennes* ».

Le CSA constate que si la RTBF maintient une production maison de programmes télévisés à destination de la jeunesse, celle-ci reste toutefois pratiquement inexistante en radio, si l'on excepte l'émission d'autopromotion « Bla Bla » sur VivaCité (« VivaBlaBla ») ou l'émission de débat « Quand les jeunes s'en mêlent » à destination des adolescents.

8. Publics spécifiques

a. Programmes de services (art. 28)

En radio l'éditeur propose, sur La Première, des émissions de culte (catholique, protestant), la météo, l'information routière, la chronique boursière ; sur VivaCité, les émissions d'information routière, la météo et les annonces colombophiles ; pour Musiq'3, une chronique économique et la météo et pour Classic 21, l'information routière et la météo.

Pour la télévision, l'éditeur diffuse les programmes concernant les différentes célébrations religieuses (catholiques, protestantes, israélites et laïques), la météo, la sécurité routière, ainsi que la bourse (« Cotes et cours »).

b. Plan d'urgence

L'éditeur déclare que le plan d'urgence arrêté par la RTBF et transmis au gouvernement de la Communauté française le 12 mai 1998 reste d'application.

c. Accessibilité pour les personnes sourdes et malentendantes (art. 29)

L'éditeur déclare avoir assuré en 2007 le sous-titrage de 695 heures 25 minutes d'émissions (406 en 2006) dont 86 heures 20 minutes de JT, sous-titré depuis le 6 août 2007. Le volume déclaré par l'éditeur s'entend toutes rediffusions comprises. Au nombre des émissions sous-titrées on retrouve la série « Melting pot café », « Les carnets du bourlingueur », « Matière grise », « Ca bouge », « Contact », « C'est pas sorcier », « Medical Detective », les messages royaux et divers documentaires. L'obligation d'atteindre au moins 600 heures par an en 2007, en priorité via le sous-titrage de l'information et notamment celle du JT de début de soirée est donc atteinte.

L'entreprise a également assuré la traduction en langue des signes du « JT » de 19h30, du journal d'information générale destiné à la jeunesse, « Les Niouzz » ainsi que des deux messages royaux diffusés à l'occasion de la fête nationale et de la Noël.

Depuis le 12 avril 2007, les JT signés –désormais rediffusés sur La Deux en fin de soirée- sont également accessibles sur internet, conformément à la demande du contrat de gestion. Chaque édition des « Niouzz est rediffusée le lendemain de sa primo diffusion le matin en version signée.

L'offre de programmes sous-titrés est signalée dans les documentes de presse et à l'antenne par le symbole de l'oreille barrée.

L'éditeur indique que les offres d'emploi du Forem sont diffusées sur le télétexte en page 710.

d. Programmes confiés à des associations représentatives reconnues (art. 30)

La RTBF transmet le relevé des émissions concédées diffusées en 2007.

En radio figurent les tribunes philosophiques et religieuses (« La Pensée et les hommes », « Le cœur et l'esprit », « La Voix protestante », « Orthodoxie », « Shema Israël »), et les tribunes politiques, économiques et sociales : syndicales (FGTB, CSC, CGSLB), patronales (FEB-UWE), des classes moyennes (USCM), agricoles (FWA), politiques (PS, CDH, MR, Ecolo).

En télévision, les émissions regroupent des tribunes politiques, économiques et sociales sous la thématique « OpinionS » (« Réflexions (PS) », « MR Mag' », « CDH », « Ecolo », FGTB, CSC, CGSLB, Union des classes moyennes, Fédération wallonne de l'agriculture) et des émissions philosophiques et religieuses sous le label « En quête de sens » (« La Pensée et les hommes », « Le cœur et l'esprit », « Présence protestante », « Orthodoxie », « Shema Israël »).

L'éditeur note que le PS a renoncé aux 13 créneaux qui étaient prévus à son intention, que le CDH a fait de même pour les 5 qui lui avaient été accordés. Le MR et Ecolo ont diffusé les leurs (respectivement 8 et 2).

Conformément au dispositif électoral adopté par l'entreprise, PS, MR, CDH et Ecolo ont bénéficié en radio et en télévision de tribunes électorales, respectivement 4, 3, 2 et 1.

9. Outils de diffusion (art. 31)

a. Offre de services de médias linéaires et non linéaires (art. 31)

i. Services de radio linéaires

La RTBF qui doit éditer 5 chaînes radio complémentaires dont deux généralistes ainsi que trois musicales (classiques et non classiques) et une chaîne internationale a offert en 2007 à ses usagers cinq services radio linéaires destinés aux auditeurs de la Communauté française de Belgique, à savoir :

- « La Première », « la chaîne généraliste de l'information, du débat citoyen, de la culture et de toutes les musiques » orientée vers tous les publics ;
- « VivaCité », radio de proximité tous publics organisée autour d'un programme régional commun et sept décrochages régionaux (*VivaBruxelles*, *VivaCharleroi*, *VivaHainaut*, *VivaLiège*, *VivaLuxembourg*, *VivaNamur – Brabant wallon*, *VivaVerviers*), qui se présente également comme la chaîne du sport (directs et magazines),
- trois chaînes musicales, abordant l'une la musique classique (Musiq'3), la deuxième les découvertes musicales (et l'actualité du cinéma et du DVD) (Pure FM), la troisième les musiques rock, blues, country et jazz de ces quarante dernières années (Classic 21). Cette dernière est également « *la chaîne de l'information routière et la radio des sports moteurs* ».

A cette offre s'ajoute encore une chaîne internationale, qui s'adresse aux francophones de l'étranger, RTBF international, qui relaie la plupart des émissions de La Première et les émissions sportives de VivaCité à destination de l'Europe du Sud et de l'Afrique.

ii. Services de télévision linéaires

En télévision, la RTBF doit éditer deux chaînes généralistes complémentaires ainsi qu'une chaîne internationale. Pour 2007, elle déclare avoir proposé trois services de télévision linéaires, à savoir :

- La Une, chaîne généraliste tous publics ;
- La Deux, chaîne multithématique orientée vers la jeunesse, la culture et l'événement, notamment sportif ;

- RTBF Sat, une chaîne internationale diffusée par le satellite Astra à destination des téléspectateurs d'Europe et du nord de l'Afrique, qui propose des productions propres de la RTBF comme des journaux télévisés, des magazines, des émissions de service ou de divertissement, des directs... et contribue ainsi à la mise en valeur et à la promotion de l'image de la Communauté française et des Régions wallonne et bruxelloise.

A cette offre s'ajoute encore La Trois, disponible en TNT depuis le 30 novembre 2007 qui propose une programmation identique à celle de RTBF Sat, à l'exception du « Journal télévisé ».

L'éditeur signale qu'avec le lancement de Arte Belgique, décrochage de la RTBF sur Arte, de 19h15 à 19h40 du lundi au vendredi (« 50° Nord ») et le dernier mercredi du mois à 22h40 (« Quai des Belges »), La Deux s'est orientée dès septembre 2006 « vers une programmation toujours multithématique, mais plus généraliste ».

L'obligation du contrat de gestion est ainsi rencontrée.

iii. Services de radio et de télévision non linéaires

Les chaînes de radio de la RTBF proposent des programmes en podcasting et en radio à la demande. Certains programmes de télévision peuvent être revus sur Internet (comme les journaux télévisés de 13h00 et de 19h30), ou sur les blogs d'émissions (« Questions à la Une »). Les productions propres de la RTBF sont disponibles en « video on demand » (vod) sur les plateformes numériques de Belgacom TV et Telenet.

iv. Offre internet de référence

Le portail Internet se décline en une page d'accueil « corporate » et des sous-sites par chaîne, eux-mêmes se déclinant en pages ou blogs d'émissions. Ces derniers permettent à ses usagers – qui bénéficient également du formulaire « contact » du service médiation (voir ci-dessous) – de communiquer avec l'entreprise.

Concernant la porte d'entrée pour les autres sites de la Communauté française et plus particulièrement au site www.culture.be, l'accès, déclare l'éditeur, « se faisait via la page web de La Deux, chaîne plus traditionnellement vouée à la culture ».

Cet accès ne semble plus assuré sur le site actuel.

b. Service universel (art. 32)

Les services radio sont diffusés en FM (La Première, VivaCité, Musiq'3, Classic 21, Pure FM), en AM (La Première, VivaCité, Pure FM), en ondes courtes – SW (RTBF international), sur le câble (La Première, VivaCité, Musiq'3, Pure FM et Classic 21).

Ils le sont également en DAB sur le bloc 12B (La Première, VivaBruxelles, Musiq'3, Classic 21, Pure FM), en DVB-T (TNT) (La Première, VivaBruxelles, Musiq'3, Pure FM et Classic 21), sur Internet (La Première, VivaCité, Musiq'3, Classic 21, Pure FM et RTBFi), sur satellite (RTBF International) et en DRM, de manière intermittente (RTBFi).

L'éditeur indique que depuis l'été 2006, RTBFi peut être capté en FM à Kinshasa et que La Première peut être également reçue via le téléphone (fixe ou mobile) à partir du numéro +32 (0)475 15 30 00.

Les services linéaires de télévision, La Une et La Deux, sont diffusés par voie hertzienne (analogique et numérique) et par câble (coaxial et bifilaire).

RTBF Sat est distribuée sur le satellite Astra. La Trois est disponible en TNT depuis le 30 novembre 2007.

L'éditeur déclare que la RTBF n'a diffusé aucun service sur GSM en 2007 et qu'elle distribue toujours le service Be1 en analogique terrestre et le bouquet numérique Be Premium en numérique terrestre.

10. Service de médiation et de relations avec les publics (art. 36)

a. Traitement des demandes (art. 37)

L'éditeur établit le rapport de son service de médiation et de relations avec les publics pour l'exercice 2007.

Au cours de l'année, le service a, selon la RTBF, enregistré et traité 15.333 courriels et courriers (pour 21.985 en 2006 – effet Bye Bye Belgium -, 13.705 en 2005, 15.666 en 2004).

72 % d'entre eux concernaient la télévision (pour 77% en 2006, 2005 et 2004), 13,53% la radio (10% en 2006, 8% en 2005, 12,18% en 2004) et 11,64% la RTBF en tant qu'institution (11% en 2006, 12% en 2005, 9,40 % en 2004).

L'éditeur indique que quel qu'en soit l'objet, les demandes sont majoritaires dans les courriers et courriels, suivies globalement par les plaintes, les avis personnels et les félicitations.

Les courriers relatifs à la radio (2.075) se répartissent comme suit : demandes (61%), plaintes (18%), avis personnels, principalement à propos de l'actualité (7%), suggestions à propos des programmes (5%) et félicitations (6%).

Comme en 2006, la plupart des messages (44,76%) portent sur le contenu des programmes (références de disques, d'ouvrages, adresse d'association ou d'organisme, adresse de site Internet, entrées à des manifestations diverses...). L'éditeur signale à ce propos que les demandes de copies d'émissions (cassettes) sont en nette diminution depuis la mise en place du podcasting (programmes téléchargeables pendant une semaine) et de la radio à la demande (ré-écoute pendant un mois) et note que l'accès au podcasting a généré 146 demandes au service médiation.

16% des courriers et courriels portent sur la radio sur Internet (accès, manières de naviguer et de bénéficier des services proposés ou pannes), 12% sur des questions personnelles (avis, présentations d'activités organisées par des auditeurs, communiqués de presse, demandes diverses n'ayant pas trait aux programmes) et 4% sur l'information. La RTBF précise que « *la présence de messages publicitaires sur les antennes de la RTBF (2% des thèmes abordés) agace, voire irrite sérieusement certains, mais génère aussi des demandes (références musicales, demandes de copies de spots) ou des félicitations (humour)* ».

La répartition des courriers et courriels relatifs à la télévision est sensiblement la même qu'en radio : les demandes représentent 55%, les plaintes 19%, les avis 10%, les suggestions 5% et les félicitations 8%.

L'éditeur précise que les interventions d'auditeurs ou de téléspectateurs étrangères aux programmes de la RTBF (programmes d'autres chaînes, exposés de problèmes d'ordre privé) sont regroupées dans une catégorie « Autre » qui atteint 3% de la correspondance reçue. Il relève ainsi que « *la messagerie « médiation » constitue un point de rencontre mais aussi un exutoire par rapport à des problématiques qui demandent à être entendues, sans que la RTBF puisse nécessairement y faire écho* ».

Comme en radio, le contenu des programmes suscite le plus de réactions de la part du public (42%). Ensuite viennent les questions relatives aux grilles de programmes (17%), la plupart en lien avec les

déprogrammations (causées par la diffusion d'événements sportifs), les copies d'émissions (12%). L'éditeur note que « dans la toute grande majorité des cas, la RTBF ne peut déroger à la règle générale qui veut que de telles demandes soient rejetées : en effet elles portent très souvent sur des documentaires et, dans une moindre mesure, sur des fictions dont la RTBF n'est pas détentrice des droits de copie ». Il souligne qu'« en revanche, les copies à destination pédagogique (étudiants, enseignants) sont prises en considération ».

La catégorie « Emetteurs » qui regroupait 3% des courriers et courriels traités comprenait en 2007 essentiellement des demandes d'information concernant la TNT ; l'« Information » (6%) recouvrait surtout des commentaires ou suggestions quant à la manière de traiter et de hiérarchiser l'information dans les journaux télévisés. Les sujets « Personnel » (avis et opinions émis à propos de l'actualité) drainaient 7% des échanges pour 4 % aux différents présentateurs. Ces derniers, pointe l'éditeur, « continuent de susciter intérêt, félicitations ou critiques plus ou moins vives. L'enthousiasme, les félicitations comme les critiques portent d'abord sur des critères comme le look général (tenue, vêtements, coiffure), la manière de présenter (diction, empathie, humour), et dans une moindre mesure, sur le contenu des présentations ».

Au nombre des demandes TV les plus fréquentes, l'éditeur relève la question du sous-titrage, (principalement lors d'interviews de personnalités du nord du pays) et RTBF Sat (grille de programme, manière de capter la chaîne). Il indique également que « la programmation de documentaires est appréciée et suscite une bonne part des demandes : références, compléments d'information, copies, coordonnées des producteurs ou réalisateurs ».

Il note également que « le JT, programme le plus exposé de la grille TV, rassemble à lui seul plus de 10% des réactions de téléspectateurs. Les plaintes (contenu, hiérarchie) représentent 35% de celles-ci, les demandes (références, adresses) 30%, les suggestions (thèmes, sujets) 20%, les félicitations 6% et les avis personnels 10% ».

Enfin, l'éditeur met en exergue la diffusion des finales du Concours reine Elisabeth – piano 2007 – en direct sur Arte Belgique qui a suscité 137 réactions au nombre desquelles 62 plaintes de la part de téléspectateurs qui ne pouvaient capter Arte Belgique. Il indique que « le dispositif alternatif mis en place (direct sur RTBF Sat et sur Internet, différé sur La Deux) a toutefois donné satisfaction dans l'ensemble ».

L'analyse des plaintes lui a appris que 60% des téléspectateurs mécontents de la diffusion en direct sur Arte Belgique « étaient raccordés à un téléopérateur flamand ou à Belgacom TV – Telenet » pour lesquels n'existait pas d'accord de règlement de droits avec Arte Geie, « ou ne disposaient pas d'un raccordement à la télédiffusion, par choix ou par impossibilité géographique ».

Le CSA pointe l'intérêt et la qualité du travail mené par le service de médiation et de relations avec les publics. Afin d'assurer la transparence du service, il recommande à l'éditeur d'envisager la publication sur son site du rapport de médiation afin d'assurer au mieux la transparence du service et sa relation aux usagers.

b. Information des usagers (art. 38)

Le service de médiation et de relations avec le public doit disposer d'une page spécifique sur le site internet de la RTBF sur laquelle doit figurer un formulaire permettant d'entrer en contact avec la RTBF, la procédure de traitement des plaintes et demandes ainsi que les différentes informations de base sur l'entreprise telles que visées à l'article 6 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion et par l'arrêté du gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004.

L'éditeur indique que depuis fin novembre 2007 le service de médiation et de relations avec les publics « *s'est doté d'une nouvelle application de traitement des messages et courriers qui lui sont adressés* ». La page médiation du site de l'entreprise mène à une page d'accueil qui renvoie à une série d'entrées thématiques, propose d'accéder aux rubriques les plus consultées ainsi qu'aux dernières questions posées et est dotée d'un formulaire (questions ou thèmes) qui grâce à un puissant moteur de recherche mène les correspondants vers les différentes pages du site RTBF où ils devraient trouver réponse à leurs questions. L'éditeur précise que « *cette application réduit considérablement le trafic des demandes d'information auxquelles le service avait précédemment à faire face. Avec comme conséquence de réduire le pourcentage de plaintes dont une partie était générée par les recherches infructueuses* ».

Les internautes qui ne trouvent pas réponse à leurs interrogations ont en effet la possibilité – via la thématique « médiation » - d'envoyer leurs remarques, félicitations ou plaintes par le biais d'un formulaire en ligne (« contact »), par courrier ou par fax. La rubrique « Médiation et relations avec le public » décrit la procédure appliquée aux différents courriers reçus ainsi que les recours possibles existants, auprès du CSA et du service de médiation de la Communauté française.

Avant l'entrée en vigueur de cette nouvelle application, les courriels étaient enregistrés au départ des seuls formulaires de la rubrique « Contact » du site Internet de la RTBF, disponible à partir de toutes les pages ou sous-pages du site. L'adresse mediation@rtbf.be utilisée avant la mise en œuvre des formulaires était toujours en service. Cette adresse était notamment destinataire en copie des formulaires adressés directement aux émissions (radio principalement, télévision dans une moindre mesure). Les réactions et plaintes qui arrivaient via cette adresse étaient enregistrées dans l'application spécifique à la médiation et traitées.

Les informations de base relatives à la RTBF telles que visées à l'article 6 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion et par l'arrêté du gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004 relatif à la transparence des éditeurs de services de radiodiffusion sont accessibles via le chemin « [RTBF > données financières](#) » amorcé depuis la rubrique « entreprise » disponible à partir de chaque page du site. Les informations relatives aux différents services édités par la RTBF sont disponibles via « [entreprise > activités](#) ». La liste des membres du conseil d'administration ne figure pas au nombre des informations de base publiées sur le site.

Le rapport annuel qui doit également être accessible via le site internet de la RTBF apparaît également à la rubrique « données financières » (« [entreprise > RTBF > données financières](#) »). En novembre 2008, il reprenait encore le rapport de l'année 2006.

Le CSA note qu'une partie des informations relatives à la transparence sont manquantes. Les données relatives au rapport au annuel ne sont, par ailleurs, pas tenues à jour.

10. Collaborations (art. 39)

a. Production indépendante (art. 39)

La RTBF doit entretenir des liens étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants européens et plus spécialement de la Communauté française et participer au dialogue mené au sein des instances mises en place par la Communauté française, notamment avec le Centre du cinéma et de l'audiovisuel. Sur ce point l'éditeur, sans autre précision, déclare qu'« *un dialogue permanent existe entre les départements en charge des coproductions (fictions cinéma, téléfilms, séries documentaires, courts et moyens métrages), des achats de programmes, de communication et de promotion* ».

b. Presse écrite (art. 40)

La RTBF entretient des liens étroits avec les entreprises de presse écrite, quotidienne ou périodique. Elle déclare plusieurs collaborations régulières avec la presse, particulièrement en radio. Elle évoque ainsi les revues de presse quotidienne, les émissions « Le Club de la presse » - au cours de laquelle des journalistes de la presse écrite commentent et analysent les événements marquants de la semaine écoulée - , « Bonjour quand même » - avec *Télémostique* -, « Les décideurs du vendredi » - avec *Trends* -, « Culture club » - avec *Le Soir* et *La Libre Belgique* -, « Bon week-end quand même » - avec *Plus magazine* -, « Entre Première » - avec *La Libre* -, « Quand les jeunes s'en mêlent » - associée au *Swarado* et au *Ligueur* - et « Viva Agenda Mosquito » -avec *Télémostique*.

c. Cinéma (art. 41)

La RTBF a pour obligation de passer des accords d'échanges d'espaces promotionnels destinés à la promotion de films distribués en salle et à la promotion des manifestations cinématographiques. Elle doit dans ce cadre accorder une attention particulière à la promotion de films européens et aux films produits en Communauté française.

En 2007, la RTBF a conclu 21 partenariats multichaînes avec des festivals et manifestations de cinéma dont, entre autres, le Festival Verviers au Film de l'eau, le Festival 5 sur 5 (La Louvière), le Festival Media 10/10 (Namur), le Festival Anima (Bruxelles), le Festival du Cinéma Belge (Floreffe)... Différents partenariats « cinéma » ont également été conclus spécifiquement avec les radios dont 3 pour VivaCité et 7 pour Pure FM.

L'entreprise a en outre contribué à la promotion du cinéma en soutenant 74 avant-premières (72 en 2006, 75 en 2005, 76 en 2004), dont 52 consacrées à des films européens (42 en 2006, 48 en 2005, 51 en 2004), dont 16 à des films belges (Communauté française).

d. Communauté éducative (art. 42)

L'éditeur déclare annoncer les programmes susceptibles d'intéresser les enseignants sur le site dédié du service de l'enseignement du Ministère de la Communauté française et fournir des archives de programmes à vocation pédagogique.

Concernant les contacts étroits qu'il doit entretenir notamment avec les écoles de journalisme, de cinéma et d'audiovisuel ainsi qu'avec le Conseil de l'éducation aux médias et les associations d'éducation aux médias, il déclare pour les premières accueillir des stagiaires, pour les secondes acheter des courts métrages et pour le troisième y être représenté et participer de manière active aux réunions.

Le CSA note que les contacts de l'entreprise avec la communauté éducative sont à ce stade peu développés. Il l'invite à y remédier dans la mesure de ses moyens.

e. Acteurs culturels (art. 43)

La RTBF doit créer en son sein une interface culturelle en charge des contacts et des relations avec les acteurs du secteur de la culture, pour accroître la présence et la mise en valeur auteurs de la Communauté française et de leurs œuvres.

En date de remise du rapport, la RTBF souligne que « l'organisation d'une interface culturelle entre la RTBF et les acteurs du secteur de la culture a été confiée à Mme Carine Bratzlavsky, également

responsable de Arte Belgique ». Elle précise qu'« à ce jour, les bases permettant la mise sur pied de cet organe de concertation ont été posées ».

L'interface dans laquelle « RTBF et acteurs culturels doivent pouvoir exprimer de la même manière leurs attentes et besoins » sera, selon elle, « constituée d'un organe de base composé d'un noyau restreint de membres permanents désignés par l'administration de la Communauté française – Directions générales de la Culture et de l'Audiovisuel -, de la personne en charge de la concertation culturelle à la RTBF et d'observateurs issus du cabinet du (des) Ministre(s) ayant la Culture et l'Audiovisuel dans ses (leurs) attributions. En fonction des thématiques abordées et des projets d'action concrets, les acteurs culturels, les fonctionnaires, les membres des cabinets ministériels et les responsables de la RTBF concernés seraient invités à se concerter et mettre en œuvre les synergies souhaitées dans le cadre de groupes de travail thématiques ».

L'éditeur note que les thématiques du soutien à la création, des rapports entre culture et enseignement et de la mise en valeur du patrimoine de la Communauté française pourraient figurer à l'agenda futur de cet organe.

Le CSA note qu'en 2007, l'obligation n'était pas remplie. Néanmoins, il constate que l'éditeur a veillé à prendre des dispositions pour pouvoir la rencontrer. Il l'invite à accélérer le processus d'échange dans la mesure de ses possibilités afin de mener au mieux cette mission liée au développement culturel.

f. Aide à la création radiophonique (art. 43)

La RTBF qui a pour obligation de verser au Fonds d'Aide à la Création Radiophonique 2% du produit des recettes nettes de publicité commerciale en radio indique avoir versé en 2008 un montant de 265.995,45 euros - montant correspondant à l'aide calculée pour l'année 2007. Il fournit les pièces attestant de la véracité de sa déclaration (voir extrait compte joint 22 avril 2008). Le montant dû pour l'année 2006 versé en août 2007 s'élevait à 265.137,13 euros.

Le Ministère de la Communauté française confirme ces versements.

Dans le courant de l'année 2007, l'entreprise déclare avoir diffusé dans le cadre de l'émission « Par ouï-dire » 5 (3 en 2006) œuvres soutenues par le Fonds d'aide à la création radiophonique, 10 émissions (6 en 2006) coproduites dans le cadre de « Du côté des ondes » et avec le FACR - un programme d'aide à la production réunissant RTBF, SACD France, SACD Belgique, SCAM et Promotion des lettres de la Communauté française - et soutenues par le FACR, et 10 (5 en 2006) autres programmes soutenus par « Du côté des ondes ». Ces diffusions permettent à l'entreprise d'atteindre le quota de 20 heures par an imposé par le contrat de gestion.

Selon l'éditeur, les œuvres diffusées représentent un total de 25 heures.

L'éditeur précise que trois de celles-ci ont été primées dans des festivals.

g. Télévisions locales (art. 44)

La RTBF doit veiller à développer des synergies en matière d'échanges d'images, de reportages, de programmes, de coproduction de magazines, de diffusion de programmes, de prestations techniques et de services, de participation commune à des manifestations régionales. Elle doit à cette fin entretenir des contacts avec l'association représentative des télévisions locales.

Sur ce point, l'éditeur indique que « des synergies existent permettant aux télévisions locales et à la RTBF de partager de la matière (services) ». Il évoque les captations télévisées des matches de basket

de division 1 ainsi que des échanges d'images, de reportages ou de séquences, via « Les Niouzz », « Ca bouge » ou l'actualité.

Les rapports annuels des 12 télévisions locales, plus précis sur ce point, mettaient en avant des collaborations spécifiques autour du festival du rire de Rochefort (MATélé), de la radio filmée (Télé Bruxelles) ou la conception d'une émission commune sur l'économie (RTC Télé Liège) mais témoignaient surtout d'un désinvestissement de la RTBF dans les collaborations existantes.

Le CSA constate le délitement progressif des synergies entre TVL et RTBF. Il note également que l'entreprise publique n'entretient pas de contact avec la Fédération des télévisions locales susceptibles de relancer la coopération. Il rappelle qu'il avait déjà noté un manquement sur ce point lors du contrôle 2006,

h. Coopérations internationales (art. 45)

L'éditeur doit tendre à promouvoir les échanges et la production commune de programmes de radio et télévision et contenus audiovisuels avec les organismes (prioritairement publics) de radio et télévision des pays européens et de la Francophonie. Il rappelle que la RTBF est présente sur les huit réseaux que développe TV5 Monde (Europe, France-Belgique-Suisse, Afrique, Orient, Asie, Québec-Canada, Amérique latine, Etats-Unis). En 2007, comme les années précédentes, il déclare à ce propos que « *plus d'un millier d'émissions de la RTBF ont ainsi été diffusées à travers le monde* ». L'éditeur pointe notamment les journaux télévisés, les émissions « Questions à la Une », « Les images de l'année », « C'est la vie en plus », « Mille-Feuilles », « Matière grise », « Télétourisme », « Une brique dans le ventre », « C'est du Belge », les concerts au Palais royal, le défilé du 21 juillet ainsi que les messages royaux diffusés à l'occasion de la fête nationale et du nouvel an.

Dans le cadre de ses relations de partenariat avec les organismes à vocation internationale, la RTBF déclare poursuivre une politique de coproduction avec Arte, « *impliquant aussi des producteurs indépendants de la Communauté française* ». 7 de ces coproductions ont été diffusées dans le courant 2007 sur Arte, 8 autres devaient être diffusées ultérieurement (voir aussi le point consacré à la fenêtre belge d'Arte – art. 21).

Par ailleurs, l'éditeur déclare que le journal télévisé fournit des séquences à la rédaction d'Euronews qui fait également partie de l'offre TNT de la RTBF.

Conformément au contrat de gestion, la RTBF est membre de l'Union européenne de radiodiffusion (UER), du Conseil international des radios-télévisions d'expression française (CIRTEF), des Radios publiques francophones (RPF) et de la Communauté des télévisions francophones (CTF), associations avec lesquelles elle échange des programmes (captations d'événements sportifs, cultes, concerts, sujets news à destination ou en provenance des autres télévisions du réseau UER, émissions de Radio France, Radio Suisse Romande et Radio Canada); coproduit des émissions (« Reflets Sud » avec le CIRTEF, « Librairie francophone » - La Première - et « L'Actualité francophone » - La Première -, des feuilletons radiophoniques sur des personnalités culturelles avec RFP); propose à la diffusion des émissions libres de droit (« Dunia », « 1001 cultures », « Planète en question » pour la télévision, « Tête à tête », « Semence de curieux », « Mythographies », « Mémo » en radio) pour les médias du Sud qui le souhaitent (CIRTEF); bénéficie ou dispense de l'assistance technique (UER-radio et télévision); participe à des programmes de formation radio (CIRTEF) qui se concrétisent par des détachements et mises à disposition de personnel, ainsi que par des prêts de matériel et de l'assistance technique. La RTBF accueille également le secrétariat général du CIRTEF dans ses locaux, boulevard Reyers.

12. Gestion du personnel

a. Dialogue (art.46)

L'éditeur qui doit maintenir un niveau qualitativement élevé dans ses relations paritaires et dans le dialogue avec les journalistes indique sur ce point que la société des journalistes de la RTBF, association de fait créée le 25 janvier 2005, tient informés tous les membres du personnel de l'entreprise via un site disponible en interne. Outre ses statuts, composition et modalités d'accès, elle y diffuse ses communiqués ainsi que les comptes rendus des rencontres ou questions posées aux membres de la hiérarchie de l'information ou de l'entreprise.

b. Egalité (art. 49)

L'éditeur qui doit veiller à l'absence de toute discrimination au sein de l'entreprise déclare que tous les emplois « *sont ouverts sans discrimination de sexe, d'âge ou de nationalité, hormis les conditions d'accès prévues par la loi, notamment pour ce qui concerne les recrutements d'agents* ». Aucune disposition spécifique répondant à l'obligation de veiller à réaliser un plan relatif à l'égalité femmes-hommes en son sein n'a été prise dans le courant 2007. L'éditeur a toutefois désigné début 2008 un chargé d'études sur ces questions.

13. Publicité (art. 55)

a. Recettes nettes de publicité (art. 55)

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 et des moyens complémentaires affectés à la production audiovisuelle indépendante n'excèdent pas, selon les données financières fournies par l'entreprise publique, les 27% des recettes totales de l'entreprise en 2007, posés à l'article 55.4 du contrat de gestion..

Recettes 2007

Recettes nettes de publicité en radio	18.633.000	
Recettes nettes de publicité en télévision	37.499.000	
Recettes nettes de publicité télétexte	139.000	
Recettes nettes de publicité Internet	407.000	
Total recettes nettes de publicité	56.679.000	20,76%
Recettes totales de l'entreprise	272.952.300	

b. Règles publicitaires (art. 56)

i. Radio et télévision

L'analyse de la liste des programmes des quatre semaines d'échantillon de télévision de l'exercice (du 19 au 25 mars 2007, du 4 au 10 juin 2007, du 30 juillet au 5 août 2007 et du 19 au 25 novembre 2007) révèle que la publicité représente entre 6,98% et 8,56% sur La Une, et entre 3,28% et 5,47% sur La Deux de l'ensemble des programmes diffusés.

L'éditeur ne peut diffuser plus de 12 minutes de publicité par heure de programme. Plusieurs dépassements ont été constatés sur La Une lors de la deuxième et de la quatrième semaine

d'échantillon, et sur La Deux, lors de la deuxième et de la troisième semaine. La plupart de ces dépassements de faible importance (entre 10 secondes et 1 minute) n'ont pas lieu d'être considérés comme tels dès lors que les jingles (4 secondes) annonçant et désannonçant les écrans publicitaires et les césures entre messages (1 seconde) ne sont pas pris en considération dans le décompte conformément à l'article 58 c) du contrat de gestion⁷.

Toutefois, deux dépassements d'ampleur plus importante subsistent après le décompte⁸.

Après analyse des quatre semaines d'échantillon, le CSA relève également qu'à une reprise, l'éditeur n'a pas respecté l'obligation de ne pas diffuser de publicité dans les cinq minutes qui précèdent ou suivent un programme destiné spécifiquement aux enfants. Par ailleurs le CSA note qu'à certaines occasions, la période tampon est inférieure aux cinq minutes exigées. Il invite l'éditeur à la respecter plus scrupuleusement.

ii. Télévision

Le temps de transmission publicitaire des échantillons respecte la durée journalière moyenne de 6 minutes par heure de transmission imposée sur chacun des services de médias audiovisuels linéaires de télévision. A une reprise cette moyenne est dépassée, dépassement qui ne subsiste pas dès lors que jingles et bleus sont décomptés conformément à l'article 58 c) du contrat de gestion.

Le temps de transmission publicitaire des services de médias audiovisuels linéaires de télévision entre 19 et 22 heures ne dépasse pas les 25 minutes autorisées, à deux exceptions près, qui s'annulent dès lors que jingles et césures sont retirés du décompte, conformément au contrat de gestion.

⁷ « Pour l'application de l'article 56.1, c) et 57 a) et b), ne sont pas comptabilisés dans les temps de transmission quotidien, horaire et de soirée, visés au présent article : (...) c) les « jingles » ou moyens optiques ou acoustiques marquant annonçant et désannonçant les écrans publicitaires, et les « bleus » ou césures entre les messages publicitaires au sein d'un même écran publicitaire (...) ».

⁸ Ces dépassements horaires interviennent sur la deuxième semaine d'échantillon (du 4 au 10 juin 2007), l'un sur La Une, l'autre sur La Deux.

AVIS DU COLLEGE D'AUTORISATION ET DE CONTRÔLE

Sur le plan des missions générales, le Collège note que la RTBF a veillé à remplir pour l'exercice 2007 les missions qui lui étaient dévolues comme acteur du développement social et culturel et moteur de l'évolution technologique.

En 2007, l'entreprise a globalement respecté ses obligations en matière de protection et de promotion de la diversité, d'accessibilité, de référence en matière de qualité, d'excellence, d'éthique, de citoyenneté, de transparence, d'équité, de créativité, de découverte et d'innovation, de multiculturalité par la promotion d'autres cultures et par un regard sur les grands enjeux des autres peuples, sociétés et nations.

Elle a cherché à s'adresser à l'ensemble du public sans en négliger ses différentes composantes et lui a proposé des programmes et des contenus audiovisuels de qualité et diversifiés contribuant au renforcement de la diversité culturelle, à la fois généralistes et spécifiques comprenant notamment des programmes d'information, de développement culturel, d'éducation, d'éducation permanente, d'éducation aux médias, de divertissement, de sport, des programmes destinés à la jeunesse et des œuvres d'auteurs, de producteurs, distributeurs, compositeurs et artistes-interprètes de la Communauté française. Elle a privilégié la production propre et la coproduction de programmes.

Elle a généralement respecté les principes légaux en vigueur, a veillé à observer les règles éthiques et déontologiques et a appliqué les dispositions décrétales et réglementaires en matière de signalétique à l'égard des mineurs.

Elle a garanti l'accès égalitaire des usagers à ses différents services généralistes et à tout ce qui fait l'événement, a visé la complémentarité de son offre linéaire et non linéaire et a encouragé l'émergence de nouveaux services.

Le Collège note toutefois la relative disparité des émissions d'éducation permanente, surtout présentes en radio. En télévision, il constate que des programmes « clé sur porte » et parrainés contribuent à remplir cette mission. Il insiste de nouveau pour que l'éditeur précise, à l'usage du régulateur, mais également à son propre usage, ce qu'il entend par « éducation permanente » afin de permettre une approche plus précise et concrète de la réalisation de cette obligation.

Le Collège remarque également que si dans l'ensemble, l'éditeur semble se préoccuper de tous les publics en proposant un large éventail de programmes, il rencontre peu à ce jour les spécificités du public enfants et jeune, surtout en radio.

Enfin, le Collège relève que l'éditeur lui a transmis les documents nécessaires à l'exercice du contrôle. Il prend note de la mise en place pour l'exercice 2008 du nouveau logiciel destiné à améliorer l'échantillonnage TV. Pour les échantillons radio, le Collège invite l'éditeur à ajuster sa collecte d'information aux nécessités du contrôle afin d'assurer l'exercice pertinent de ce dernier.

Sur le plan des obligations particulières qui incombent à l'éditeur, le Collège retient que la plupart d'entre elles ont été globalement remplies, qu'il s'agisse de production, d'information, de culture, d'éducation permanente, de divertissement, de sports, de jeunesse, de publics spécifiques, d'outils de diffusion, de médiation, de collaborations avec d'autres acteurs, de gestion du personnel ou de publicité.

Considérant la nouveauté de certaines missions, prenant en compte les objectifs de moyens assignés de manière générale à l'éditeur, le Collège relève que améliorations doivent être apportées :

- dans la mise en évidence sur son site internet de l'accès aux autres sites de la Communauté française et plus particulièrement au site www.culture.be ;
- dans la politique de mise à disposition des infrastructures aux producteurs ;
- dans la programmation de séquences d'éducation aux médias plus spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents, tant en radio qu'en télévision ;
- dans la mise en valeur et/ou le développement de la couverture accordée aux disciplines sportives moins médiatisées et des sports pratiqués par les handicapés ;
- dans la diffusion et la production de programmes jeunesse, essentiellement en radio ;
- dans la politique d'échanges de l'entreprise avec la communauté éducative ;
- dans la mise en œuvre rapide et efficace de l'interface culturelle en charge des contacts et des relations avec les acteurs du secteur de la culture ;
- dans le déploiement du plan relatif à l'égalité femmes-hommes au sein de l'entreprise.

Dans le souci d'assurer au mieux la transparence de l'important travail de médiation et de relation avec les publics qu'il réalise, le Collège recommande à l'éditeur d'envisager la publication, sur son site, du rapport d'activités de ce service.

Considérant les obligations de résultat qui lui sont conférées, le Collège attire l'attention de l'éditeur sur l'affaiblissement :

- de la part de l'engagement réservé aux documentaires ;
- du nombre de courts métrages primo-diffusés ;
- du pourcentage d'œuvres de fiction européenne.

Enfin, le Collège note que certaines obligations qui s'inscrivent dans la continuité du précédent contrat de gestion n'ont pas été suivies d'effet. Ainsi, la RTBF n'a pas respecté, dans le courant de l'exercice, l'obligation de :

- publier l'ensemble des informations relatives à la transparence ;
- veiller à développer avec les télévisions locales de la Communauté française des synergies en matière d'échange d'images, de reportages et de programmes, de coproduction de magazines, de diffusion de programmes, de prestations techniques et de services, de participation commune à des manifestations régionales et d'entretenir à cette fin des contacts avec l'association représentative des télévisions locales ;
- de limiter le temps de transmission consacré à la publicité commerciale de 12 minutes à l'intérieur d'une période d'une heure d'horloge ;
- de ne pas diffuser de publicité dans les cinq minutes qui précèdent ou suivent les programmes spécifiquement destinés aux enfants de moins de 12 ans, et identifiés comme tels par la RTBF dans ses grilles de programmes.

En conséquence, sur ce point, le Collège d'autorisation et de contrôle transmet copie de cet avis au secrétariat d'instruction du Conseil supérieur de l'audiovisuel aux fins d'instruction, conformément à l'article 158 §1^{er} du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion, et au gouvernement en vue de l'application éventuelle de l'article 70 du contrat de gestion.

Fait à Bruxelles, le 11 décembre 2008.