

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n°38/2009

Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2008

En exécution de l'article 136 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA est chargé de rendre un avis sur la 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, 37, 40, 42, 44, et 46 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, 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 2008 au Conseil supérieur de l'audiovisuel le 7 septembre 2009. Des compléments d'informations ont été demandés et des questions ont été posées par le CSA.

Le présent contrôle évalue d'une part les missions générales de l'entreprise et analyse d'autre part 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 2008, les **grilles de programmes TV** de l'éditeur n'ont pas connu de changements majeurs et s'inscrivent dans la ligne de la réorganisation mise en place lors de l'exercice 2007.

Sur la Une, on notera l'apparition du « 7^{ème} jour » pendant le JT de la mi-journée le dimanche. Par ailleurs, certains documents, magazines ou émissions d'informations ont cédé leur place à des séries durant l'après-midi, comme le dimanche en deuxième partie de soirée. En revanche, comparativement à l'exercice précédent, on retrouve plus de documentaires, magazines ou productions propres les autres soirs de la semaine.

La Deux, malgré un mouvement de déspecialisation entrepris en 2007 suite à la mise en place du décrochage culturel sur Arte, programme davantage de magazines et de documentaires le matin et l'après-midi, contrairement aux évolutions de La Une. De plus, un espace culte est créé le dimanche en matinée. En revanche, on notera une petite progression des séries en fin d'après-midi et en début de soirée. Le JT gestuel a été diffusé en direct sur La Trois et ensuite en fin de soirée sur la Deux ainsi que sur Internet. Enfin, si les émissions pour enfants restent bien présentes durant la journée, de même que la culture en seconde partie de soirée, le sport subit, pour sa part, une forte diminution de manière générale.

L'éditeur propose en moyenne une production propre cumulée de 10 heures 13 minutes (pour 12 heures 7 minutes en 2007). Cette production subit donc une forte baisse et atteint son score le plus bas depuis 2004.

Exercice	Moyenne ¹
2004	11h38
2005	12h50
2006	11h01
2007	12h07
2008	10h13

Evolution de la production propre moyenne

En 2008, la diffusion de **longs métrages de fiction** connaît une augmentation sur la RTBF (396 pour 339 en 2007), tandis que le nombre de courts métrages diminue légèrement (46 pour 50 en 2007).

L'objectif d'une proportion de 55% consacrée aux œuvres européennes – tout programme hors information, manifestations sportives, jeux, publicité, télétexte - est largement rencontré par la RTBF (comme en 2007), qui en diffuse 76,36% sur la Une et 82,19% sur la Deux.

Comme les années précédentes, l'entreprise se distingue par un nombre important d'émissions dédiées à l'**information**. Les **émissions sportives** ont occupé 1332 heures d'antenne en télévision. Alors que près d'un tiers de ces heures étaient consacrées au football lors de l'exercice précédent, il n'occupe plus que 20% de la durée des émissions consacrées au sport.

La **culture** occupe une place importante dans la grille de programmes : des émissions régulières sont diffusées sur La Une et particulièrement sur La Deux, souvent en fin de soirée. Les rediffusions, sur ces deux chaînes, des émissions spécifiques créées dans le créneau Arte complètent l'offre culturelle. En radio, l'offre culturelle est principalement concentrée sur La Première et Musiq'3. A l'instar de l'exercice précédent, 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** est développée en télévision et en radio de manière transversale, à travers différentes émissions recouvrant l'éducation aux médias, la sensibilisation à l'environnement,

¹ La moyenne 2008 est entendue selon le contrat de gestion avec les parts coproduction au prorata du budget réellement engagé.

la vulgarisation scientifique, ou à travers les séquences des JT ou de l'émission « Au quotidien ». Les émissions d'information, magazines de société, documentaires, débats et entretiens recouvrent de manière transversale également les questions relatives à la pédagogie des enjeux démocratiques.

L'ensemble des matinées et la fin d'après-midi de La Deux leur sont dédiés aux **programmes jeunesse**.

En 2008, les **grilles radio** ont surtout connu des ajustements de forme. 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 2008, la RTBF a investi **6.509.260 euros dans la production indépendante** de la Communauté française. Elle a coproduit 67 documentaires, 37 téléfilms (dont des mini séries), 6 séries belges, 21 films de long métrage.

3. Evolution technologique

Le CSA constate que la RTBF a poursuivi en 2008 ses expériences de diffusion en numérique. Elle procède notamment à des diffusions expérimentales de RTBFi en DRM. Elle a également créé de nouveaux services sur internet, notamment celui consacré à l'Expo 58 et multiplié les possibilités d'accès à ses contenus par le déploiement de services non linéaires sur différentes plates-formes de distribution (cf. infra)

4. Principes légaux, éthiques et déontologiques

Les **dispositions légales** relatives au droit de l'audiovisuel ont globalement été respectées dans le courant 2008.

Le Collège d'autorisation et de contrôle a été amené à prendre 3 décisions concernant la RTBF durant l'année 2008, dont une a conduit à la notification de griefs. La décision du 29 mai 2008 relative à la diffusion, dans un journal télévisé, d'un reportage sur la situation au Kenya comportant des images susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs a donné lieu à l'établissement d'un grief mais n'a pas entraîné de sanction compte tenu des mesures prises par la RTBF (dialogue avec les plaignants, avertissement plus explicite dans la diffusion ultérieure du JT et thème traité dans une émission du programme « Intermédias »).

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

En la matière, la RTBF a mis en place les mécanismes de contrôle suivants :

« Le comité de visionnage procède au visionnage et à la classification de programmes d'initiative ou sur demande des services producteurs ou acheteurs.

Par souci de cohérence à l'égard des téléspectateurs, le comité applique la signalétique déjà apposée lors de diffusions sur d'autres chaînes, belges ou françaises.

Si le programme n'a jamais été signalisé, la signalétique est choisie après visionnage et délibération du comité. Chaque visionnage fait l'objet d'un rapport, qu'il y ait décision d'apposer ou non une signalétique.

Quel que soit le type de programmes (hors JT), les contrôles, alertes et demandes de signalétique ont lieu au moment de l'achat ou de la mise en production (acheteur, producteur), lors du visionnage pour « prêt à diffuser », à l'occasion de la décision de programmation, lors de la rédaction des « infos presse », lors de la fabrication de la bande-annonce et in fine, en régie de diffusion. »

Dans le cas des journaux télévisés, « les séquences du Journal télévisé devant faire l'objet d'un avertissement par le présentateur sont visionnées en réunion de rédaction. La décision de procéder ou non à un avertissement est prise par l'éditeur et/ou le chef de rédaction et/ou le directeur de l'information et si nécessaire, après consultation du comité de visionnage ».

L'éditeur communique la composition actuelle de son comité de visionnage et concède n'avoir pas averti le CSA, selon les modalités inscrites à l'article 2 §2 de l'arrêté du 1^{er} juillet 2004, des modifications qui y ont été apportées « en raison de la modification des structures de la direction de la télévision. » L'éditeur précise que « le noyau de base de ce comité est resté inchangé, particulièrement en ce qui concerne ses membres permanents qui visionnent systématiquement les programmes susceptibles d'être soumis à une signalétique »

Le tableau suivant synthétise les données fournies par l'éditeur sur les 4 semaines d'échantillon :

-10 sur 4 semaines :	La Une	La Deux	Total
Films		2	2
Téléfilms	2		2
Séries		17	17
Documentaires		9	9

-12 sur 4 semaines :	La Une	La Deux	Total
Films		4	4
Téléfilms			
Séries			
Documentaires			

Sur base de l'échantillon, l'on constate un usage de la signalétique plus important sur la Deux que sur La Une, dû principalement à la diffusion de séries américaines (The Unit, Dead Zone, FBI portés disparus, les Griffin) et de documentaires (Medical Detective, Scène de crime).

Sur la Une, les seules occurrences de programmes signalisés (-10) sont différents épisodes de la série française « Boulevard du palais ». Tous les programmes signalisés -12 sont des films et sont diffusés sur La Deux. Comme en 2007, aucun programme déconseillé aux -16 ans n'a été diffusé sur période de l'échantillon.

Durant les 4 semaines d'échantillon, sur les 1033 programmes de fiction diffusés, 25 ont été signalisés (dont 4 programmes déconseillés aux -12 ans) et sur les 1195 programmes hors fiction diffusés, 15 ont été signalisés (tous déconseillés aux -10 ans).

Par rapport à l'échantillon de l'exercice 2007², le total des programmes « déconseillés aux moins de 10 ans » est comparable (32 en 2007 pour 30 en 2008) mais ceux-ci étaient répartis à peu près également sur la Une (15) et sur la Deux (18) en 2007 alors qu'ils sont essentiellement concentrés sur la Deux en 2008, la Une ne diffusant plus, notamment, le documentaire américain déconseillé aux moins de 10 ans (Medical Detective) ni de films déconseillés aux moins de 10 ans sur les 4 semaines d'échantillon en 2008.

Les programmes déconseillés aux moins de 12 ans étaient plus nombreux en 2007 (8 pour 4 en 2008) et consistaient majoritairement en films (5 sur 8) diffusés sur la Deux ; en 2008 ces programmes, au nombre de 4, consistent exclusivement en films et sont également diffusés sur la Deux. La présence de programmes déconseillés aux moins de 12 ans sur la Une était uniquement due, en 2007, à la diffusion de la série « Rome ».

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 quotidiennement au moins 7 heures de programmes télévisés réalisés en propre. Pour l'exercice 2008, la RTBF déclare avoir proposé en première diffusion, pour La Une et La Deux, durant les semaines d'échantillon, une moyenne quotidienne, hors rediffusions et boucles, de 10 heures 13 minutes 18 secondes, parts en coproductions comprises, pour 12 heures 7 minutes de programmes de production propre en 2007.

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'« il a été fait appel ponctuellement à des services en sous-traitance, notamment pour des émissions enregistrées hors studios RTBF ». L'éditeur cite les émissions suivantes : « Une brique dans le ventre, La Chaîne, Signé Taloche, Escapade gourmande. Émissions partiellement sous-traitées : C'est du belge, Matière grise ».

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

² Données 2007 sur 4 semaines d'échantillon :

-10 sur 4 semaines :	La Une	La Deux	Total
Films	3	3	6
Téléfilms	1		
Séries	6 (la Crim' 5x)	8 (FBI)	14
Documentaires	5 (Medical Detective)	5 (Medical Detective)	10
Magazine		2	2

-12 sur 4 semaines :	La Une	La Deux	Total
Films		5	5
Téléfilms			
Séries	2 (Rome)		2
Documentaires		1	1

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 « la garantie de l'indépendance rédactionnelle de la RTBF est un préalable à tout contrat ou convention de partenariat. Les collaborations dans le domaine de l'information visent particulièrement les « baromètres politiques » périodiques et la confrontation des analyses établies par les rédactions respectives des partenaires ». Il ajoute qu' : « en radio comme en télévision, les rédactions de la RTBF collaborent régulièrement avec des supports de presse écrite, notamment pour la mise au point de sondages ».

Le volume moyen d'effectifs de production radiotélévisée était, hors personnel d'appoint, 1.725,85 Etp (équivalent temps plein) en 2008, pour 1.751,30 en 2007 et 1.752,98 en 2006. Le CSA, observant une légère baisse du volume moyen d'effectifs de production radiotélévisée, constate que l'engagement prévu par le contrat de gestion de maintenir au moins un volume moyen d'effectifs de production radiotélévisée équivalent à celui atteint en moyenne sur l'année 2006 n'est pas complètement atteint en 2008.

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 2008, 6.509.260 euros à des contrats cadres ou ponctuels (coproduction, achats ou préachats de droits de diffusion, achats de formats et de concepts audiovisuels, commandes, 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 3,5 % du chiffre d'affaires de l'entreprise en télévision³.

Calcul du montant minimum affecté à la production indépendante

Subvention annuelle 2007	184.541.420		
Part prise en considération (2008)	*	70%	129.178.990
Publicité TV	+		37.499.000
Publicité télétexte	+		139.000
Assiette	=		166.816.994
Obligation minimum	*	3,5%	5.838.595

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

Ventilation des montants affectés à la production indépendante (réalisé)

COPRODUCTIONS 2008	Numéraire	Services	Total
Téléfilms	1.920.268,52	44.733,48	1.965.002
Films	578.669	233.100	811.769
Documentaires	1.028.907	236.589	1.265.496
Spirou (animation)	150.000		150.000

³ 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.

Séries belges			
- Melting Pot – saison 2	635.914	312.552	948.466
- A tort ou à raison	568.478	116.190	684.668
- Camping d'Hollywood	25.000		25.000
- Les fils d'Acier	25.000		25.000
- J'adore la Belgique	25.000		25.000
- D'amour et de chocolat	25.000		25.000
Total coproduction	4.982.237	943.164	5.925.401
Sous-traitance*		583.859	583.859
TOTAL affecté à la production indépendante	4.982.237	1.527.023	6.509.260

* Les émissions concernées sont « Une brique dans le ventre », « La chaîne », « Talents wallons », « Signé taloche », « Escapade gourmande », « C'est du belge », « Matière grise ».

L'éditeur déclare également que : « la part consacrée aux **coproductions de documentaires** (1.265.496 euros) représente **21,67%** du budget affecté à la production indépendante. La part consacrée aux **coproductions de longs, courts et moyens métrages de fiction ou d'animation, aux fictions télévisées telles que téléfilms, séries et collections et aux documentaires** (5.925.401 euros) représente **101,48%** du budget affecté à la production indépendante (obligation = 90%). L'apport en numéraire représente 76,54% du total ».

Conformément au contrat de gestion, plus de 50% (67,24%) de l'engagement a été consacré à des œuvres majoritaires et plus de deux tiers des budgets consacrés à la coproduction (84,08%) 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 (1.265.496 euros) représente, après vérification, 21,35% (pour 19,91% en 2007) de l'engagement, soit légèrement plus 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 a notamment coproduit 7 fictions cinématographiques belges : « Les aveux de l'innocent », « Carnaval », « C'est la tangente que je préfère », « Miss Montigny », « Tout un hiver sans feu », « Free zone », « Comme t'y est belle », « Komma », « Bunker Paradise ».

La RTBF déclare avoir contribué à hauteur de 3.669.184 euros en apport en cash, services et droits de diffusion, parallèlement à l'exercice du droit de tirage sur le 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, selon la répartition suivante :

2008	Cash + services + droits de diffusion
Longs métrages	525.680
Documentaires	1.178.502
Téléfilms	1.965.002
Total	3.669.184

Selon le Ministère de la Communauté française, la part RTBF dédiée aux longs métrages, complémentairement au droit de tirage dans le fonds spécial a été pour 2008 de 693.182 €.

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 de 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

L'éditeur précise que 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, l'éditeur déclare que : « *la RTBF 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) ». L'éditeur ne mentionne plus les télévisions locales dans cette liste, mais décrit ces partenariats dans les points consacrés aux collaborations avec les télévisions locales (art.44) et dans le cadre de coopérations internationales (art. 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' *« hormis les mises à disposition d'installations dans le cadre des coproductions ou des aides apportées aux Associations représentatives reconnues, aucune utilisation des outils de production n'a été relevée en 2008 »*. A l'instar de l'exercice précédent, le CSA constate que cette mise à disposition apparaît peu usitée et mériterait d'être davantage valorisée.

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 et qui intègre des objectifs chiffrés de numérisation d'archives.

L'éditeur déclare que la Sonuma (Société de Numérisation des Archives de la RTBF) a été constituée officiellement en janvier 2009. Le capital de la Sonuma se répartit entre la Région wallonne (50%), la RTBF (40%) et la Communauté française (10%).

L'objectif de la société est de procéder à la numérisation et à l'hébergement de la totalité de la production propre de la RTBF, ce sur un délai de cinq ans. La Sonuma sera chargée de commercialiser les archives numérisées et de gérer leur mise à disposition du public et de la communauté scientifique ou éducative.

L'éditeur déclare qu'en 2008, des archives ont été mises à disposition à la demande, à des fins pédagogiques. En outre, le site « monexpo58 » a été ouvert au public, en consultation, à partir d'avril 2008.

L'éditeur communique de surcroît un tableau des heures à numériser en télévision et en radio, selon le support et la période d'utilisation à la RTBF, pour un total d'heures à numériser de 65.610 heures en télévision, et 47.935 heures en radio.

L'éditeur ajoute ne pas être en mesure à ce stade de donner une liste des programmes qui seront archivés / numérisés ou non et précise que la collection d'archives étant vaste, sa numérisation dans les meilleures conditions exigera une méthodologie de sélection rigoureuse basée, entre autres, sur les critères suivants :

- La valeur patrimoniale de l'archive (ce qu'elle représente pour notre communauté), est-elle le témoin d'une époque, d'un savoir-faire, d'une mode ou encore d'une forme de pensée, constitue-t-elle un programme-clé de l'histoire de la télévision ?
- La valeur éditoriale de l'archive : peut-elle enrichir les programmes actuels, peut-elle faire l'objet d'une rediffusion radio ou TV, quelle émission peut-elle intéresser ?
- La valeur commerciale de l'archive : peut-elle trouver des clients (producteurs, réalisateurs, organisateurs d'événements)
- La valeur pédagogique et scientifique de l'archive : peut-elle servir de support pour des enseignants, peut-elle être une source contemporaine pour des scientifiques et chercheurs ?

- La qualité matérielle du support et l'obsolescence des appareils de lecture : le support est-il abimé ou non, doit-il être restauré d'urgence (vinaigre), peut-il être conservé en l'état, dispose-t-on encore du matériel pour le lire ?

Pour finir, l'éditeur précise que la SONUMA se chargera de numériser les programmes produits et diffusés par la radio télévision de service public depuis ses origines jusqu'à la fin de 2007 et que la RTBF numérisera les productions audiovisuelles diffusées depuis le 01/01/2008. L'ensemble des contenus sera, le cas échéant, commercialisé par la SONUMA.

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 2008 pour La Une 82,14% (94% en 2007) du temps de diffusion et pour La Deux 81,93% (82,8% en 2007) des échantillons analysés, pour une obligation d'atteindre au moins 55% du temps de diffusion de ces œuvres sur l'ensemble de ses services linéaires de télévision.

Après vérification, le CSA constate que La Une a diffusé 76,36% d'œuvres européennes, tandis que La Deux en diffusait 82,19%. La diffusion d'œuvres européennes sur la Une est en baisse. Néanmoins, **l'obligation est largement respectée.**

ii. Œuvres francophones

La RTBF déclare qu'en 2008, 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 49,88% (63,63% en 2007) et 64,00% (75,7% en 2007) 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.

Après vérification, le CSA constate que La Une a diffusé 55,61% d'œuvres francophones, tandis que La Deux en diffusait 71,91%. Malgré une forte baisse de ce pourcentage sur ses deux chaînes, la **RTBF 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 33,74% (25,6% en 2007) du temps d'antenne et pour La Deux 42,54% (38,0% en 2007). L'évaluation de la RTBF s'entend hors informations, manifestations sportives, jeux, communication publicitaire et services de télétexte..

Après vérification, le CSA constate que La Une a diffusé 21,51% d'œuvres européennes indépendantes récentes, tandis que La Deux en a diffusé 25,97%. **L'obligation est respectée.**

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 du système « Wat's on », annoncé dans le cadre du contrôle 2007 et mis en place par la RTBF de manière à être fonctionnel pour l'exercice 2008.

Le CSA constate que pour l'exercice 2008, de nombreuses cases contenaient pour toute information la mention « no data », tandis que de nombreuses incohérences ont été relevées dans les données fournies. (Par exemples : l'émission « Bla bla » parfois considérée comme non francophone ; un épisode de la série « Julie Lescaut » considéré comme non européen ; sont notamment considérés

comme non francophone dans certains cas : l'émission du « Beau vélo de Ravel » à Namur, un épisode du dessin animé « Cédric » ou un épisode de « Télétourisme » ; les épisodes de « Plus belle la vie », sont considérés comme œuvres indépendantes dans certains cas et pas dans d'autres).

L'éditeur a indiqué que la mise en œuvre du système interne de monitoring « What's on », dépend de nombreux acteurs en son sein, étant donné que les informations encodées le sont par les équipes en charge de la mise à l'antenne de chacune des émissions et que l'information relative aux modalités d'encodage est difficile à diffuser. Le système gagnera donc en performance au fur et à mesure de son utilisation.

Pour le contrôle de cet exercice, le CSA a néanmoins procédé à une vérification nécessitant un ré-encodage important de la part de ses services. Le CSA apprécie les possibilités nouvelles d'évaluation – tant interne qu'externe – que représente ce nouvel outil et note qu'il s'agissait de la première année d'utilisation par l'éditeur. Considérant l'importante proportion d'erreurs de codification des programmes, il invite l'éditeur à améliorer celle-ci considérablement et à optimiser les fonctionnalités dans le cadre de la remise du rapport annuel du prochain exercice.

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* ».

En matière de radiodiffusion sonore, l'éditeur ajoute qu'« *aucun manquement au respect des horaires n'a été signalé en radio* ».

2. Mission d'information

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

i. En général

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, « *deux textes fondamentaux de la RTBF* », disponibles sur son site internet, garantissent « *une information objective, honnête, indépendante, rigoureuse,*

pluraliste, complète, analytique, interpellant et suscitant la réflexion et le débat sur les enjeux démocratiques de la société ».

Le règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel a été modifié par décision du CA du 21 mars 2008 (couverture des événements sponsorisés, institution d'un Conseil de déontologie interne). L'éditeur indique que « ces modifications ont fait l'objet de consultations en interne (comité de direction, SDJ, commission paritaire) ».

Conformément à son contrat de gestion, la RTBF diffuse des programmes d'information avec l'objectif de couvrir l'actualité internationale (35,26% des séquences du JT), fédérale, communautaire, régionale et locale (Le « Tour des Régions » du lundi au vendredi sur la Première, décrochages sur VivaCité) et ce dans des domaines divers. Elle porte une attention particulière aux enquêtes, aux reportages et à l'investigation en diffusant un programme télévisé hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage : « Questions à la Une » (32 éditions en 2008) 3 mercredis par mois et en alternance avec « Devoir d'enquête ».

L'information radio domine sur La Première : aux journaux parlés s'ajoutent des magazines plus spécifiques et des programmes de « débats, entretiens, forums » comme « Matin Première », « Face à l'info », « Eco Matin », « Eco Soir » et « Eco Nuit », « Le fait du Jour », « Transversales », « L'invité culturel », « Entre'Première », « la semaine de l'Europe », « Afrik'hebdo », ...

Les autres services contribuent plus ponctuellement à l'information culturelle (« l'ensemble de la chaîne » pour Musiq'3, « 5 heures cinéma » sur Pure fm, « Plein écran » sur Classic 21) ou économique (« Chronique économique » sur Classic 21 et sur Musiq'3). VivaCité est particulièrement dédiée à l'information régionale 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 »).

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 », tous trois sont diffusés sept jours sur sept. L'obligation est donc respectée également le week-end, ce qui n'était pas le cas, au sens strict, en 2007. Le « 6 minutes » est diffusé du lundi au vendredi.

La RTBF remplit également son obligation de diffuser un journal d'information générale destiné à la jeunesse du lundi au vendredi hors vacances scolaires selon un horaire approprié : en 2008, 211 éditions des « Niouzz » ont ainsi été diffusées à 17 heures 45 minutes 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 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 quotidiens d'information générale du lundi au vendredi dont une édition d'information interrégionale (26 le week-end et les jours fériés) et 21 journaux en décrochage (3 x 7), du lundi au vendredi.

Les chaînes musicales diffusent également des journaux parlés d'information générale : 6 journaux spécifiques sont diffusés du lundi au vendredi sur Pure FM. Deux d'entre eux (8h et 18h) le sont également sur Musiq'3 et Classic 21, et un autre encore (7h) 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 également disponible. Les journaux parlés peuvent être écoutés en direct ou à la demande sur les sites respectifs des chaînes radio.

Les dossiers thématiques publiés sur le site en 2008 concernaient, comme en 2007, le Tour de France, ainsi que les élections américaines, la rentrée politique et les journées cross-médias consacrées à la vieillesse et au pétrole.

v. Débats, forums, entretiens d'actualités

En radio, l'éditeur 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 » et « L'Invité culturel ».

L'éditeur répond 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 : en télévision, il diffuse les émissions « Mise au point » et « Répondez @ la question » 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 » et « L'Invité culturel ».

Il en va de même pour les programmes portant sur l'actualité et les enjeux internationaux : la RTBF a consacré un peu plus d'un tiers de ses séquences de JT à l'actualité internationale. 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 »...

Matin Première a dédié une émission spéciale à l'élection présidentielle américaine ; cet événement a également fait l'objet d'émissions spéciales en télévision.

b. Information en période électorale (art. 19)

Il n'y a pas eu d'élections durant l'exercice contrôlé.

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

a. Radio et télévision

La RTBF doit veiller au droit à l'information culturelle d'un très 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.

L'éditeur déclare 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* ».

En radio, de nombreuses séquences ou programmes sont dédiées à la culture, que ce soit sur La Première (« Culture club », « Tout le monde a une histoire », « 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 VivaCité (« Le Maga », « Carnet de bord », les émissions en langue régionale, « Vu à la radio » sur VivaBruxelles ...), sur Musiq'3 (« Le point du jour », « A bon entendeur », « Illico », « Musique et autres muses », « Le passé composé », « Autour de Babel », « Hamlet », « Musiq'Académies », « Indicatif présent », « Terre de sons », « Le feuilleton », ...), sur Classic 21 (« Making Of ») ou sur Pure FM (« 5 heures cinéma », « 5 heures DVD », « Pure démo », « Pure Blog »).

En télévision, l'éditeur a consacré dans son journal « *Le 13h00* » une séquence culturelle quotidienne - livres et cinéma à jour fixe, les autres disciplines artistiques se répartissant les autres jours. L'agenda culturel *50 degrés Nord*, produit pour Arte Belgique, a été rediffusé en fin de soirée sur La Une. Cet agenda quotidien fait le tour des manifestations culturelles en Wallonie et à Bruxelles. L'éditeur a également proposé le mensuel « *Mille-Feuilles* », consacré aux nouveautés littéraire, « *Screen* » et « *Screen agenda* » dédiés aux sorties en salles et enfin « *Télétourisme* » et « *Télétourisme quotidien* » évoquant les richesses de notre patrimoine architectural.

L'éditeur précise sa déclaration : « *L'ensemble des séquences et émissions d'information tend à équilibrer les plages consacrées à chaque discipline artistique ou culturelle. Les émissions spécifiques recouvrent les disciplines plus populaires* ».

b. Spectacles vivants

i. Télévision - Spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques

La RTBF doit programmer et diffuser au moins 50 spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) et chorégraphiques (ballets) par an, dont au moins 12 sont produits en Communauté française, avec un minimum de quatre nouvelles captations par an.

En 2008, la RTBF a diffusé 193 spectacles (112 en première diffusion) dont des spectacles musicaux classiques (36 – 27 en première diffusion), de chants ou d'opéras (26 – 20 en première diffusion), de danse (6 – 4 en première diffusion). Pour les spectacles musicaux non classiques, la RTBF communique 125 (61 hors rediffusion) spectacles diffusés en 2008 sur « D6bels », une émission de La Deux dédiée à la chanson française, au rock, au pop et à l'information culturelle. Elle remplit ainsi largement son obligation de diffuser au moins 50 spectacles musicaux classiques et non classiques, lyriques, et chorégraphiques par an.

Pour citer quelques exemples, la RTBF a diffusé en 2008 : pour la danse, le ballet de « Gisèle » et « Rudolf Noureev, l'attraction céleste », pour l'opéra « La forza del destino de Verdi » et « Concert hommage à Pavarotti en Jordanie », pour les spectacles musicaux classiques, « André Rieu, le grand concert Maastricht », et « Night of the proms » et pour les spectacles musicaux non classiques, « Direct Journal des Francos » et « Raphaël – Live une nuit au Zénith Paris ».

Toutes ces émissions ont été diffusées sur La Deux, à l'exception de quelques spectacles musicaux classiques et de chant diffusés sur la Une ou sur Arte Belgique pour le « Concours Musical Reine Elisabeth ». Soixante de ces émissions ont été produites en Communauté française. 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 8 spectacles primodiffusés qui ont fait l'objet d'une captation en 2008. Outre les sessions du Concours reine Elisabeth, l'éditeur signale le Concert prélude à la fête nationale, le Concert de Noël et le Portrait d'Augustin Dumay par Gérard Corbiau.

ii. Télévision - Spectacles de scène

La RTBF doit programmer et diffuser en télévision au moins 12 spectacles de scène par an (théâtre, humour,...) produits en Communauté française, dont au moins 10 doivent être des œuvres théâtrales, avec un minimum de 4 nouvelles captations théâtrales par an.

La RTBF communique la liste de 27 pièces (17 en première diffusion) de théâtre diffusées en 2008 sur La Une et sur la Deux, ainsi que la liste des diffusions de 15 pièces (11 en première diffusion) de théâtre wallon.

Parmi ces diffusions théâtrales, l'éditeur signale 3 productions en Communauté française (« L'arme fatale », « Vous en prendrez bien deux louches » et « Remets ta robe ») et déclare que l'ensemble des 15 pièces de théâtre wallon sont toutes des productions effectuées en Communauté française, pour un total de 18 productions en Communauté française.

La RTBF transmet également 5 captations théâtrales effectuées en 2008 et 12 captations théâtrales captées lors de la « Semaine de l'Humour belge 2008 ».

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 701 concerts ou spectacles musicaux et lyriques au cours de l'exercice, dont 554 sur Musiq'3. Parmi ces diffusions, 285 concernent des captations propres de la RTBF dont la grande majorité est réalisées en Communauté française. Il s'agit principalement :

- sur La Première, de captations pour l'émission « Le monde est un village » ;
- sur Vivacité, de captations pour l'émission « Le Beau vélo de Ravel » ;
- sur Musiq'3, de concerts classiques du BOZAR, de La Monnaie, du Conservatoire royal de Bruxelles, de la salle philharmonique de Liège, ... ;
- sur Classic 21, de concerts (Arno, Hooverphonic, Ozark Henry, ...) et de sets acoustiques (William Dunker, Stinky Lou & The Goon Mat, Vegas, Chili Pom Pom Pee) ;
- sur Pure FM, de couverture de festivals (Nuits Botanique, Ardentes, Dour, Brussels Summer Festival, ...).

L'obligation (300 concerts dont la moitié communautaires) est rencontrée.

c. Courts métrages

L'éditeur fournit la liste de 26 courts et moyens métrages inédits proposés en 2008 sur la deux. Au total, 70 titres différents ont été multi-diffusés au cours de l'exercice 2008 (219 diffusions), pour 55 heures 58 minutes d'antenne sur l'année. Parmi ces courts métrages, 34,29% d'entre eux étaient diffusés pour la première fois en 2008.

L'éditeur indique que tous les courts métrages diffusés en 2008 sont belges, à l'exception de 7.

Après vérification, le CSA constate que l'éditeur a diffusé 68 courts métrages différents sur l'année 2008. De ce fait, c'est 38,23% d'entre eux qui étaient diffusés pour la première fois.

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.

d. Programmation musicale

Pour rendre compte de ses obligations en matière de programmation musicale en radio, la RTBF a mis en place un système de monitoring interne portant sur une semaine de programmes par mois. Le CSA salue la mise en place d'une structure de contrôle interne, qui donne à la RTBF une meilleure vision de la manière dont les obligations sont rencontrées sur les différentes chaînes. Toutefois, cette solution interne – fondée sur un échantillon à période fixe - ne peut se substituer à l'exercice du contrôle externe par le CSA, sur base d'un échantillon séparé et aléatoire, à savoir 8 journées de 24 heures collationnées tout au long de l'année. Si les résultats du contrôle interne, communiqués par la RTBF, ne manquent pas d'intérêt, seuls les résultats du contrôle effectué sur les huit journées demandées par le CSA ont été pris en compte pour vérifier dans quelles mesures ces obligations de diffusion ont été rencontrées.

Sur base d'un calcul établi sur ces huit journées d'échantillon, l'éditeur déclare qu'en moyenne annuelle, les services généralistes de la RTBF (La Première et VivaCité) ont diffusé ensemble 48,47% (53,02% en 2007) de titres chantés sur des textes en langue française. Après vérification, le CSA constate que les chaînes généralistes ont diffusé 48,41% de chansons francophones. L'obligation de diffuser, sur ses deux services généralistes, au moins 40% d'œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française, est atteinte.

Il en va de même pour l'obligation de diffuser 30% de ces mêmes œuvres sur chacune des chaînes généralistes : l'éditeur déclare en avoir diffusé 39,27% sur La Première (45,98% en 2007), et 52,61% sur VivaCité (56,02% en 2007). Après vérification, le CSA constate que La Première a diffusé 38,24% de chansons francophones et Vivacité 52,96%.

Selon l'éditeur, la chaîne musicale qu'il désigne, Classic 21, a diffusé sur cette même période des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française dans les proportions suivantes :

- 13,85%, en se référant à l'échantillon annuel de 8 jours de programmation, fixé par le CSA ultérieurement à la diffusion ;

- 15,76 %, en se référant à l'échantillon annuel de 12 semaines de programmation, fixé par la RTBF préalablement à la diffusion.

Après vérification le CSA constate que Classic 21 a diffusé 13,10% 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 n'est pas atteinte.

L'éditeur conteste la méthodologie utilisée par le CSA pour établir le taux de diffusion des œuvres musicales sur des textes en langue française. Selon l'éditeur, un échantillon de 8 journées de 24h est trop réduit pour être représentatif de la programmation musicale de l'ensemble de l'année. En effet, toujours selon l'éditeur, les dates reprises dans l'échantillon « *peuvent correspondre à des journées de programmation spécifiques, comme le dimanche où Classic 21 aborde une thématique fortement américaine dans sa programmation* ». Il avance que sa propre évaluation interne se base sur un échantillon plus important de 12 semaines (soit la première semaine de chaque mois). Sur base de cet échantillon, l'éditeur déclare avoir diffusé 15,76% de musiques sur des textes en français pour l'année 2008. L'éditeur rappelle enfin qu'il remplit largement sur ses autres chaînes généralistes les obligations en matière de diffusion d'œuvres musicales francophones.

Le Collège rappelle que le recours à un échantillon pour le contrôle de la programmation musicale relève avant tout d'une démarche de simplification administrative. Le détail des informations demandées, et les efforts nécessaires à l'éditeur pour les fournir, justifient le recours à une telle méthode. Cet échantillon est collecté au fur et à mesure de l'année, et respecte la représentativité des jours de la semaine ainsi que des périodes de vacances, principaux facteurs susceptibles de faire varier la programmation d'une journée à l'autre. Le Collège est bien entendu disposé à élargir l'échantillon dans le futur, dans un dialogue avec l'éditeur, pour autant qu'il fournisse l'accès à l'outil mis en œuvre pour établir les données dans la durée prévue et que cet outil réponde aux exigences d'un contrôle détaillé des obligations.

Bien que l'analyse interne de l'éditeur se base sur un échantillon plus large, le Collège ne peut en aucun cas la prendre pour référence de base au contrôle. Tout d'abord, le caractère non aléatoire et fixé à l'avance des périodes d'échantillon est susceptible d'induire un biais dans la qualité de l'évaluation, assez bien connu dans l'observation scientifique : un programmateur conscient d'être soumis à une évaluation la première semaine de chaque mois adoptera généralement un comportement plus vigilant au respect des obligations durant ces périodes. L'échantillon de 8 journées évite cet effet [- dénommé « effet de cobaye » -] en ne communiquant les dates de contrôle qu'après coup.

En outre, les conclusions de l'évaluation interne de l'éditeur ont été fournies sans le détail de la méthodologie utilisée (ni conduites ni enregistrements) permettant la vérification par le CSA de l'exactitude des déclarations, contrairement aux 8 journées pour lesquelles les services du CSA ont pu vérifier, à l'appui des conduites et des enregistrements, l'exactitude des déclarations.

Enfin, s'il est exact que certaines des 8 journées « *peuvent correspondre à des journées de programmation spécifique* » et leur programmation ne pas être représentative du reste de la programmation annuelle, l'éditeur ne précise pas en quoi la programmation des 8 journées

sélectionnées s'est réellement écartée de la programmation habituelle. En l'occurrence, le seul dimanche repris dans les 8 journées d'échantillon y représente 12,5% de la programmation, alors que cette proportion est de 14,28% sur l'échantillon repris pour l'évaluation interne. Le différentiel ne peut donc résulter d'une surreprésentation de dimanches dans l'échantillon, au contraire. Pour les autres journées, après écoute des enregistrements, le CSA n'a pas, pour sa part, noté d'éléments qui indiquent une programmation exceptionnellement différente de la programmation habituelle.

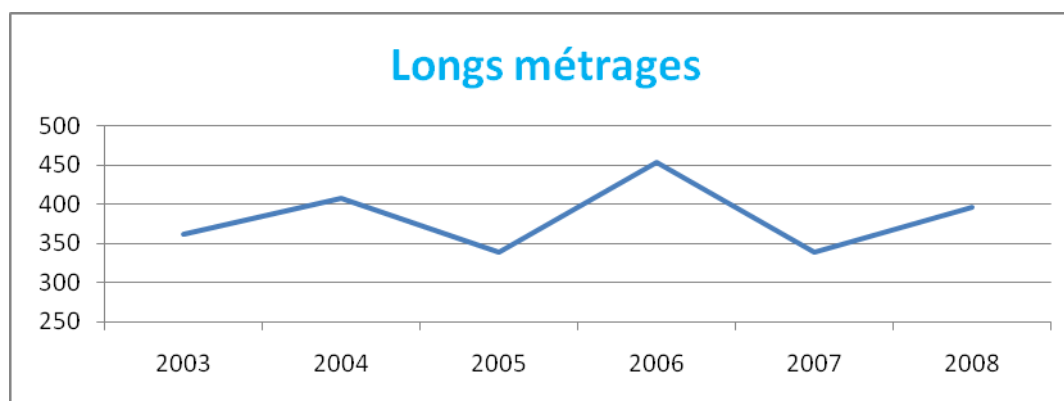
En 2008, l'éditeur déclare avoir diffusé, sur l'ensemble des services généralistes et Pure FM, 10,40% d'œuvres émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs de la Communauté française (12,38 % en 2007). Après vérification le CSA constate que cette diffusion s'élève globalement à 10,28%. Pure FM a diffusé 10,15 % d'œuvres de la Communauté française, La Première 12,07% et Vivacité 9,59%. L'obligation de diffuser, sur l'ensemble de la programmation musicale de ses chaînes généralistes et d'une de ses chaînes musicales qu'elle désigne, au moins au moins 10% d'œuvres de musiques non classique émanant de compositeurs, d'artistes producteurs ou de producteurs de la Communauté française, est tout juste atteinte.

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate une baisse généralisée de la diffusion des œuvres musicales francophones et des œuvres musicales de la Communauté française dans ses services sonores. Cette différence peut trouver potentiellement son origine dans l'évolution de la méthodologie du contrôle. .

e. Œuvres cinématographiques et visuelles

i. Longs métrages de fiction cinématographique

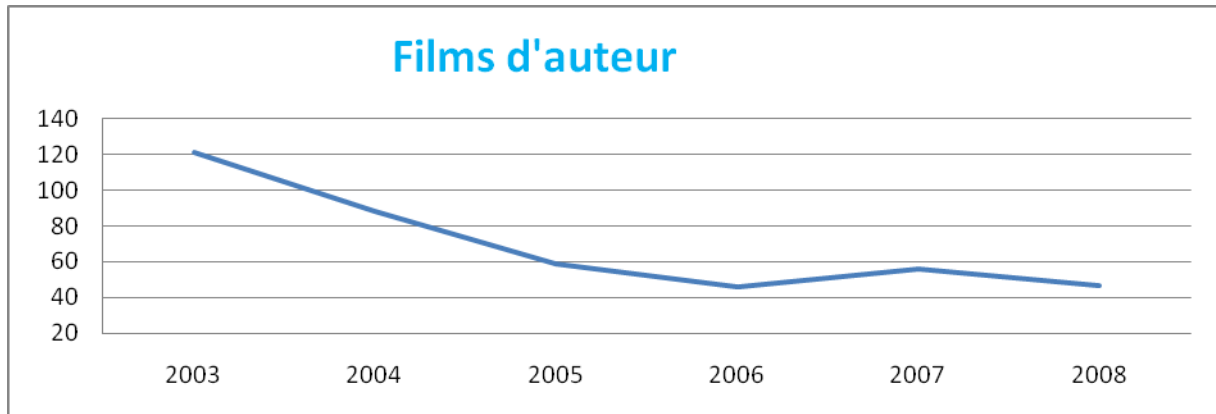
La RTBF qui a pour mission de programmer et de diffuser annuellement en télévision des œuvres cinématographiques et télévisuelles de qualité dont au moins 120 films longs métrages déclare avoir diffusé 396 (339 en 2007) longs métrages de fiction cinématographique dont 35,61% (46,9% en 2007) (141 pour 159 en 2007) émanaient de distributeurs de la Communauté française et 47,47% (53,98% en 2007) (188 pour 183 en 2007) sans les œuvres belges - 50,76% avec les œuvres belges - étaient européens.



En 2008, 47 (56 en 2007) de ces longs métrages (12% pour 16,52 % en 2007) étaient des films d'auteur, avec une rediffusion (46 films d'auteur en première diffusion). L'éditeur précise en effet qu'il « *inclut deux types de fictions cinématographiques dans la catégorie cinéma d'auteur : le ciné-club du monde et le cinéma belge, tous deux se partageant la case de diffusion du samedi en fin de soirée sur La Deux. Il y donc lieu d'ajouter aux 34 « ciné-clubs du monde » diffusés, 12 films de « cinéma belge », soit un total de 46 films d'auteur* ». L'obligation du contrat de gestion de diffuser annuellement 40 œuvres

cinématographiques à caractère plus difficile destinées à des publics spécifiques relevant du cinéma d'auteur est ainsi respectée.

La RTBF précise que 13 (19 en 2007) longs métrages de fiction cinématographique diffusés étaient des productions belges.



ii. Œuvres de fiction européennes

Après vérification de son rapport communiqué initialement, la RTBF a transmis au CSA une nouvelle déclaration fondée non plus sur des données annuelles mais sur les périodes d'échantillons des 4 semaines de programmes de télévision dont il relève que les pourcentages d'œuvres européennes sur l'ensemble de sa programmation de fiction (longs métrages, courts métrages, séries et téléfilms) sont respectivement de 54,72%, 61,98%, 70,55% et 56,81%.

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 chaînes télévisées généralistes de la RTBF.

Selon l'éditeur, 206 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.

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 l'instar de l'exercice précédent, à 11 reprises sur Arte (et chaque fois rediffusé sur La Deux) alors que l'obligation porte sur 1 numéro par mois. A ce sujet, la RTBF précise que « *Un avenant à la convention du 25 septembre 2006 entre Arte et la RTBF conclue pour une durée de deux ans, avec l'accord de la tutelle de la RTBF, indique en son article 1^{er}, que ladite convention est prolongée, à dater du 25 septembre 2008, pour une durée indéterminée. Au nombre des dispositions modifiées par cet avenant, l'article 2.2. de la convention initiale : « Il est précisé que la fenêtre ARTE Belgique sera composée, une fois par mois, 10 mois par an, le mardi de environ 22h40 à 00h10, d'une émission relative à des*

événements culturels forts de la Communauté française, valorisant notamment le documentaire, étant entendu que le jour et l'horaire de cette émission pourront varier en fonction des changements de la grille d'Arte. »

La RTBF considère que « cette modification des dispositions initiales était indispensable, Arte ne pouvant, compte tenu de l'organisation de ses grilles de programmes en été, honorer son engagement initial de diffusion 12 mois par an ».

La RTBF affirme qu'elle poursuit une politique de coproduction avec Arte, impliquant des producteurs indépendants de la Communauté française, et communique le tableau des diffusions en 2008 sur Arte Geie et celle des œuvres produites ou dont la production a été entamée en 2008, pour diffusion ultérieure sur Arte. Ce tableau mentionne pour chaque programme le nom des réalisateurs et des producteurs qui ont travaillé en coproduction avec Arte et/ou la RTBF, ainsi que la date de diffusion passée ou future.

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 ainsi que les questions relatives à la pédagogie de la culture. Les contenus audiovisuels présentent l'offre d'accueil et des 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 (« Intermedias TV »), les enjeux de société (« Opinion publique », « C'est la vie en plus »), la sensibilisation à l'environnement (« Le jardin extraordinaire », « La clef des champs »), la vulgarisation scientifique (« C'est pas sorcier », « Matière grise »), le lien social (« reflets Sud », « Ca bouge »). De nombreuses

séquences des JT ou de « Au quotidien » contribuent à alimenter la mission d'éducation permanente de l'entreprise.

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* ». 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 en télévision dans « Ça bouge » un hebdomadaire diffusé à 35 reprises dans le courant de l'exercice 2008, qui remplit la fonction d'« *agenda d'éducation permanente* ». On la retrouve également dans les séquences d'« Au quotidien » ou du JT. 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)

Selon son contrat de gestion, 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 programmes réguliers sur ce sujet.

Pour ce faire, l'éditeur renseigne 48 émissions « Intermédias » (40 en radio et 8 en télévision) consacrées tant à la médiation qu'à l'éducation aux médias. Au sein de celles-ci, 15 séquences ont été dédiées à l'éducation aux médias, dont 4 en rapport avec la publicité.

En outre, l'éditeur déclare que des séquences, parties d'émissions ou émissions complètes consacrées à l'éducation aux médias et à l'éducation à la publicité ont été proposées dans les « Niouzz » (5 dont 1 sur la pub), « Au quotidien » (13, dont 3 sur la pub), « Mise au Point », les différentes éditions du journal télévisé (6 sur la pub), « Opinion publique » (1 sur la pub), « Questions à la Une » (11), « Ca bouge » (7 dont 1 séquence en rapport avec la publicité et 6 séquences consacrées à des festivals⁴).

Enfin, l'éditeur signale que la RTBF est membre du Conseil Supérieur de l'Education aux Médias (CSEM). A ce titre, « *elle a participé activement au développement de la session-pilote de Media Coach, un programme européen de formation certifiée à l'éducation aux médias, programme géré pour la CFWB par Médias Animation (réunions préparatoires, information en interne à la RTBF, accueil des stagiaires durant une « journée RTBF », mise au point des critères d'évaluation des projets, participation au jury).* »

En ce qui concerne les séquences d'éducation aux médias plus spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents, à l'instar de l'exercice précédent, celles-ci sont peu présentes dans la grille de programmes, tant en radio qu'en télévision et l'émission Intermédias identifiée par l'éditeur comme dévolue à cette mission est programmée en radio, le vendredi matin et en télévision, en fin de soirée « vers 22h30 », horaires paraissant peu propices à la réalisation de sa mission envers les enfants et adolescents.

⁴ Festival du Film méditerranéen, Filmer à tout prix, Festival cinéma d'Attac, Pink Screen, Festival du Film arabe de Bruxelles, Cité Babel.

L'éditeur expose la manière dont il considère que la RTBF doit remplir sa mission en matière d'éducation aux médias. Il estime « *s'inscrire dans une démarche scolaire d'une part et dans une démarche d'éducation permanente des adultes d'autre part.* » Il précise ainsi que l'émission « InterMédias » aborde les médias dans l'optique de la définition de l'éducation aux médias donnée dans le décret portant création du Conseil supérieur de l'Éducation aux Médias⁵. Il estime que la diffusion de l'émission le vendredi matin offre un support pédagogique « *pouvant être utilisé en direct par les enseignants* » et rappelle que l'émission est passée d'un rythme mensuel à un rythme hebdomadaire en cours d'année. Il signale que cette émission est proposée en podcast et donc disponible à tout moment.

L'émission diffusée en télévision est rediffusée en week-end sur la Une et multidiffusée sur La Trois et RTBF Sat. Enfin, la « Communauté InterMédias » sur internet « *comprend toutes les tranches d'âge d'internautes intéressés par les débats relatifs aux médias et à leur utilisation* » ; les vidéos présentant les coulisses de l'émission, commentées par des étudiants en écoles de communication, y sont également disponibles.

Les séquences répertoriées dans les émissions « Ca bouge », 1 séquence sur la communication sur le SIDA par le théâtre, que l'éditeur inclut dans les émissions d'éducation aux médias consacrées à la publicité et 6 séquences consacrées à des festivals- relèvent plus de l'éducation permanente que de l'éducation aux médias.

Pour la jeunesse, étant donné les informations complémentaires apportées par l'éditeur, le Collège estime que les enfants et adolescents ont un accès adéquat aux émissions consacrées à l'éducation aux médias mais il constate qu'aucune de ces émissions n'est conçue à destination d'un tel public. « Les Niouzz » ont consacré 5 séquences à l'éducation aux médias ; celles-ci restent donc fort peu nombreuses.

Pour le grand public, la RTBF privilégie aussi la diffusion de séquences au sein de programmes variés et souvent populaires, plutôt que la diffusion d'une émission spécifique. Ces séquences sont donc intégrées utilement dans des programmes très divers (« Au quotidien », le « JT », « Opinion publique », « Intermédias » et « Questions à la Une ») Elles sont relativement peu nombreuses. Le Collège note en outre qu'à des fins pédagogiques, ces séquences pourraient être utilement identifiées, voire regroupées, selon un dispositif approprié, en collaboration avec des instances telles que le nouveau Conseil supérieur d'éducation aux médias, afin de faciliter leur accès et utilisation pour tous les acteurs impliqués ou concernés par l'éducation aux médias

En conséquence, le Collège invite l'éditeur à renforcer son dispositif, tant dans l'identification des séquences et programmes consacrés à l'éducation aux médias, que dans la multiplication des séquences dans les programmes généraux et spécialisés. En particulier, il souligne l'importance d'accorder une plus grande attention à la production de séquences ou programmes d'éducation aux médias destinés aux enfants et adolescents et adaptés à ce public.

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

⁵ « *On entend par éducation aux médias, l'éducation visant à donner la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes. Par messages médiatiques, on entend le contenu informatif et créatif des textes, sons et images véhiculés par divers moyens de communication y compris la publicité, dont la télévision, le cinéma, la vidéo, les sites web, la radio, les jeux vidéo et les communautés virtuelles.* »

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.

L'éditeur pointe pour l'année 2008 l'émission « InterMédias », qui « *fonctionne en collaboration avec le Service Médiation et relations avec les publics de la RTBF. Celui-ci fournit toutes les informations utiles en vue d'aborder des questions de médiation dans les émissions radio ou TV et dispose d'un pseudonyme « Médiation RTBF » afin de répondre, lorsque le cas se présente, à des interpellations déposées sur le site d'InterMédias* ».

L'éditeur cite différents thèmes de médiation plus spécifiquement abordés dans InterMédias :

- mars 2008 : La violence dans les journaux télévisés – séquence sur les émeutes au Kenya
- avril 2008 : Doublage ou sous-titrage des programmes et interviews ? Qu'en est-il des V.O. sous-titrées ?
- mai 2008 : Matin Première en télévision, rediffusion du 12 minutes de la veille : les pour et les contre
- juin 2008 : Retour sur les thèmes abordés dans les deux premières émissions : décision du CSA concernant la séquence d'émeutes au Kenya et demande au Parlement de la Communauté française de sous-titrer les interviews en néerlandais et en anglais dans le JT
- septembre 2008 : L'avenir de la télévision – questions à François Tron, directeur des antennes
- octobre 2008 : La « Trash TV » : télé réalité en questions, la télé pour les bébés, ...
- novembre 2008 : L'info télé : le choc du futur (débat et questions/réponses qui s'est poursuivi en radio et sur le site de l'émission, en liaison aussi avec un Question à la Une sur le même thème)
- décembre 2008 : Interactivité : questions et réponses au départ du site InterMédias.

En conclusion, ce sont 8 émissions qui sont citées par l'éditeur comme ayant été diffusées à intervalles réguliers sur l'ensemble de l'année en télévision pour remplir l'obligation de programmer et diffuser régulièrement un programme de médiation et relations avec les publics. L'émission InterMédias est également présente en radio, sous format hebdomadaire, le vendredi matin sur La Première. Elle se décline également sur Internet.

5. Divertissement (art. 25)

La RTBF déclare diffuser des émissions de variétés et d'humour qui « *privilégient la participation de talents de la Communauté française, confirmés ou émergents* » : « Bonnie & Clyde », « Signé Taloché », « On a tous quelque chose en nous de ... », « Gala Cap 48 », « 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, l'éditeur précise avoir proposé au moins deux émissions télévisées de jeu correspondant aux critères définis par l'article 25 du contrat de gestion : « GpiG », une émission de jeu proposant une approche ludique de vulgarisation scientifique et « La chaîne », une émission de jeu mettant en avant le patrimoine de la Communauté française.

En radio, elle a proposé le jeu « Fintro » de Matin Première sur La Première, « Qui dit mieux » et « Le Mix » sur Vivacité.

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). La RTBF précise que « *La procédure prévue à l'article 15 des dispositions générales du Règlement des concours RTBF* » n'a, à ce jour, jamais dû être appliquée, la référence aux articles du règlement général ou des règlements spécifiques étant suffisante pour répondre aux contestations éventuelles ».

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* ».

En télévision, 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 2008, plus de 1332 heures d'émissions sportives télévisées ont été diffusées, dont 200 heures 32 minutes dédiées à des rediffusions diverses. Ces heures dédiées au sport se distribuaient comme suit :

Disciplines	Durée
Football	257:08:23
Tennis	243:42:39
Cyclisme	193:56:33
Sports moteurs	177:04:02
Magazines sportifs (Week-end sportif)	79:43:47
Athlétisme	20:29:21
Basket	16:13:04
Equitation	4:33:06
Hockey	1:35:10
Divers	332:56:36
Tennis de table	4:44:03

En basket, l'éditeur a diffusé les matches de clubs belges et Euro 2008-2009 ; en sports moteurs les rallyes et F1 ; en tennis les circuits WTA (Sydney, Anvers, Miami, Tour Championship), Roland Garros, US Open, Fed Cup, Coupe Davis ; en Athlétisme : la Cross Cup, la Golden League, le Meeting de Liège, le Championnat de Belgique de Cross Country, le Meeting indoor de Gand ; en Football : l'Euro 2008 (en intégralité), la Coupe UEFA, le Tour final D2, la Super Coupe de Belgique et en cyclisme : le Championnat de Belgique de Cyclo-cross, Het Volk, le Paris-Nice, le Milan-San Remo, le Grand Prix de l'E3, la Flèche brabançonne, les classiques, le Tour de Belgique, le Tour de France, le Championnat du monde de VTT, le Tour de Wallonie, le Championnat du Monde. Pour finir, l'éditeur a diffusé les cérémonies d'ouverture et de clôture en direct, ainsi que des épreuves diverses, des jeux olympiques de Pékin.

En radio, la RTBF diffuse sur Vivacité des programmes d'information sportive à raison d'au moins 9h28 minutes par semaine, sous la forme de bulletins d'information sportive, de retransmissions en direct, de programmes de commentaires sportifs ainsi que de programmes d'accompagnement sportif entrecoupé de pauses musicales

Le contrat de gestion prévoit que la RTBF veille à couvrir l'éventail le plus large de disciplines sportives, en s'intéressant notamment aux disciplines moins médiatisées et aux sports pratiqués par les handicapés.

Pour les sports pratiqués par les handicapés, l'éditeur précise que s'il n'a pas proposé de retransmission de compétition sportive par des personnes handicapées, « des séquences de Au quotidien et du journal télévisé y ont été consacrées », faisant référence aux « Special olympics handicapés mentaux » et « Cap 48 ». Pour les disciplines moins médiatisées, l'éditeur fait apparaître celles-ci dans ses magazines sportifs ou non. En radio, les programmes de direct répertoriés font état de retransmissions en direct de sports comme le hockey (5 directs), le karting (1 direct), le jumping (5 directs) et le tennis de table (10 directs), soit 21 directs sportifs sur 512 (4.1%).

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)

L'éditeur déclare avoir diffusé 211 éditions des « Niouzz », le JT à destination des jeunes et les séquences studio quotidiennes « Ici Blabla » et « Rikiki Likiki » destiné aux tout-petits.

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* ».

L'éditeur précise que « *La politique de la RTBF en matière d'émissions pour la jeunesse correspond aux missions générales de l'entreprise : informer, éduquer, divertir, cultiver. Les émissions proposées veulent rencontrer ces missions, dans une forme et un langage adaptés au jeune public* ». La RTBF n'a pas mis de nouveaux programmes pour la jeunesse à l'antenne en 2008.

L'éditeur déclare enfin que « Une équipe dépendant de la direction générale de la radio a développé en 2008 un projet de webradio destiné aux jeunes « C'Top », qui a vu le jour en 2009 ».

En radio, l'on peut distinguer, dans les programmes destinés à la jeunesse, deux types de publics.

D'une part, un public d'adolescents qui fait l'objet de programmes spécifiques, à travers la chaîne musicale thématique Pure FM ainsi que le programme hebdomadaire « Quand les jeunes s'en mêlent » sur La Première, qui bénéficie d'une visibilité et d'une notoriété importantes.

D'autre part, les enfants de moins de 12 ans pour lesquels la production de la RTBF est particulièrement faible en radio si l'on excepte l'émission d'autopromotion « Bla Bla » sur VivaCité (« VivaBlaBla »), séquence remplacée, durant l'été, par une séquence le samedi à la même heure où des enfants présentent leur commune visitée le jour même par le « Beau vélo de Ravel ». Cette faiblesse était déjà pointée par le Collège d'autorisation et de contrôle pour l'exercice 2007. Elle reste

valable pour l'exercice 2008 dans la mesure où « la RTBF n'a pas mis de nouveaux programmes pour la jeunesse à l'antenne », malgré le lancement, en 2009, d'une nouvelle webradio destinée aux enfants, « C'TOP », dont la diffusion exclusive sur Internet ne permet pas une diffusion équivalente à des programmes repris par ses services diffusés en FM.

L'éditeur explique que C'TOP accueille également des reportages réalisés par les enfants, dans une dynamique qu'il qualifie de « *relativement ambitieuse* ». Sur le mode de diffusion, il invoque l'article 31.2c du contrat de gestion qui lui offre la possibilité de développer de nouvelles chaînes complémentaires, notamment vers la jeunesse, et affirme que cela correspond « *aux tendances actuelles de consommation des médias audiovisuels par les jeunes qui, de plus en plus, seraient enclins, contrairement à ce que le CSA indique, à utiliser Internet au détriment du média radio linéaire traditionnel.* »

Du point de vue du CSA, les exigences du contrat de gestion telles qu'énoncées en son article 27 amènent effectivement à une véritable réflexion sur l'évolution des pratiques médiatiques du jeune public. A l'heure du développement des nouvelles technologies, la radio conserve des spécificités qui garantissent sa pérennité, et gagnerait donc à faire l'objet d'une appropriation par le jeune public. Les objectifs poursuivis par le contrat de gestion en la matière, pourraient être atteints par de nouvelles articulations réfléchies entre les différents moyens de diffusion afin d'en garantir leur promotion et leur visibilité mutuelles.

Le Collège invite la RTBF à voir quelles synergies il peut trouver sur ses chaînes linéaires afin de donner aux contenus spécifiquement produits dans le cadre de l'initiative positive de C'TOP une valorisation à plus large échelle.

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 des programmes relatifs aux cultes religieux et aux manifestations laïques via son émission « En quête de sens », qui regroupe les émissions « La pensée et les hommes », « Il était une Foi », « Présence protestante », « Shema Israël », « Orthodoxie » concédées à des associations représentatives reconnues.

La RTBF programme également la météo, la sécurité routière, la bourse (« Cotes et cours ») et des avis de recherche de personnes disparues ou suspectées de crimes et délits, à la demande d'une autorité judiciaire.

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) dont elle dispose conformément au contrat de gestion n'a subi aucune modification au cours de l'exercice.

Le plan d'urgence contient les procédures d'alerte et d'avertissement à la population susceptibles d'être diffusées, tant pendant qu'après les programmes, en cas de catastrophe naturelle, d'accident industriel ou nucléaire, d'attentat comportant des risques graves pour la population ou d'événement similaire.

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

En matière de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes et malentendantes, la RTBF déclare avoir diffusé un total de 634 heures et 54 minutes de programmes. L'objectif de 600 heures est atteint. Toutefois, on peut déplorer que le volume de programmes sous-titrés soit en baisse par rapport à l'année 2007 (695 heures 25 minutes), ce qui est contraire à l'esprit du contrat de gestion qui prévoit une augmentation progressive du volume de programmes sous-titrés tous les deux ans. Ces programmes sont essentiellement le Journal télévisé (366 éditions) et la météo, C'est pas Sorcier, Melting Pot Café, Les Carnets du Bourlingueur, Matière Grise, Médical Détectives ainsi que des documentaires, Rome Saison II, ...

La promotion de ces sous-titrages a été réalisée par une mention dans les documents de presse ainsi qu'à l'antenne.

S'agissant de la traduction gestuelle, les 366 éditions du JT de 19h30 ont fait l'objet d'une traduction gestuelle diffusée en direct sur La Trois et en fin de soirée sur la Deux ainsi que sur Internet. 206 éditions des Niouzz ont fait l'objet d'une traduction gestuelle dans sa rediffusion du lendemain matin. Les obligations en matière de traduction gestuelle du JT de début de soirée sont donc rencontrées en 2008.

Enfin, en matière d'offres d'emploi facilement accessibles aux personnes sourdes et malentendantes, l'éditeur indique que les offres d'emploi du FOREM sont diffusées en page 704 du télétexte, et celles d'ACTIRIS en page 710.

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

La RTBF transmet le relevé des émissions concédées diffusées en 2008.

En télévision, l'éditeur diffuse régulièrement, le week-end en matinée, des émissions concédées à des associations représentatives reconnues religieuses et laïque d'une part, et à des associations représentatives reconnues dans les domaines idéologique, économique et social, d'autre part : « OpinionS », « MR Mag' », « 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 »).

Chaque programme comprend une émission de 28 minutes 30 secondes, rediffusée dans son intégralité, et complétée par une rediffusion, écourtée, de 10 minutes.

En radio, des tribunes politiques, économiques et sociales de 6 minutes sont diffusées du lundi au jeudi en soirée. Des émissions religieuses et philosophiques sont diffusées le week-end en début de soirée (« La Pensée et les hommes », « Le cœur et l'esprit », « La Voix protestante », « Orthodoxie », « Shema Israël »).

L'éditeur signale que « *les installations et moyens de production sont mis à disposition suivant demande spécifique des ARR et accord du conseil d'administration* ».

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 2008, 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 » de 19h30 proposé sur la Trois avec une traduction gestuelle.

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 une grande partie de leurs programmes en podcasting et en radio à la demande.

Outre les services de radio diffusés simultanément en FM et sur Internet, la RTBF a lancé en 2008 plusieurs webradios thématiques :

Nom	Date	Contenu
Francosphère	Janvier	Chanson francophone
VivaCité en concert	Janvier	
Classic 21 Sixties	Janvier	Rock , Pop et variétés des années '60
Classic 21 Eighties	Janvier	Rock, Pop et variétés des années '80
Les Classiques ont 20 ans	Janvier	20è anniversaire des « Classiques » de Marc Ysaye
Pure Street	Janvier	Musique Hip-Hop (Pure FM)
Musiq'3 Babel	Janvier	Boucle des émissions "Autour de Babel"
Francosonik (avec RFP)	Janvier	Jeunes talents dénichés par les radios jeunes francophones (Pure FM – Belgique, Couleur 3 – Suisse, Le Move – France, Bande à part – Canada
Expo 58	Avril à octobre	Radio dédiée à l'Expo 58 et son environnement musical
RTBF Musique Festival	Juin à septembre	Couverture des festivals de l'été, notamment les Francofolies de Spa
Radio Brel	Octobre à décembre	Consacrée à Jacques Brel
Spéciale Noël	Décembre	Musique de fête

Certains programmes de télévision peuvent être revus sur Internet comme les journaux télévisés de 13h00 et de 19h30, Questions à la Une, Au quotidien, Intermédias, les magazines sportifs, les Niouzz. L'éditeur précise que cette offre est amenée à se développer. Les productions propres de la RTBF sont disponibles en « video on demand » (vod) sur les plateformes numériques de Belgacom TV et Telenet.

L'éditeur précise que les publics visés par les services non linéaires « doivent disposer du matériel informatique nécessaire. Les thématiques proposées couvrent des catégories de public larges. Les enfants ont été ajoutés au panel en 2009 avec C'Top ».

Pour décrire d'une manière générale sa politique en matière de nouveaux services de medias audiovisuels, l'éditeur affirme mener une politique volontariste : « *une équipe renforcée a été mise en place et des budgets d'investissement permettent de développer l'offre de diffusion en ligne, podcast, ROD et VOD et, en 2009, de catch up TV* ». L'éditeur affirme qu'en moyenne sur l'année 2008, les internautes ont visité 183.721 pages par jour, tous sites confondus.

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.

Le lien hypertexte entre le site internet de la RTBF et le site <http://www.culture.be>, tel que prévu par le contrat de gestion, est bien présent sur le site de la RTBF.

b. Service universel (art. 32)

Les services de la RTBF sont diffusés par le biais de nombreux modes de diffusion. Cette diversité allie les modes de diffusion les plus courants (par exemple, la FM en radio et le câble coaxial en télévision) aux modes de diffusion moins répandus, mais répondant à des besoins spécifiques où à une vision d'avenir (par exemple, la disponibilité de La Première par appel d'un numéro de téléphone, le DVB-T, etc.)

Radios

	FM	AM	Ondes Courtes	DAB	DVB-T	Câble (coaxial et bifilaire)	Téléphone Portable	Satellite	Internet (streaming)
La Première	X			X	X	X	X (n°Proximus)		X
Vivacité	X	X		X (VivaBXL)	X	X			X
Musiq3	X			X	X	X			X
Classic21	X			X	X	X			X
PureFM	X			X	X	X			X
RTBFi	X (Kinshasa)	X	X					X	X

Télévisions

	Hertzien analogique	Hertzien numérique (TNT - DVB-T)	Câble coaxial	Câble bifilaire	Satellite
La Une	X	X	X	X	
La Deux	X	X	X	X	
RTBF Sat					X (Astra)
La Trois		X			

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 2008.

Au cours de l'année, le service Médiation a, selon la RTBF, enregistré et traité 17.054 courriels (15.333 en 2007 et 21.985 en 2006 – effet Bye Bye Belgium -). La RTBF indique que les courriers postaux ne représentent plus qu'une part marginale (182 lettres en 2008) des demandes et sont englobés dans les statistiques générales.

68% (72 % en 2007) d'entre eux concernaient la télévision, 20% (11,64% en 2007) la RTBF en tant qu'institution, 7% les nouveaux médias, 3% la radio (pour 13,53% en 2007), 1% le cross médias et 1% de divers.

L'éditeur explique que: « Grilles et contenu des programmes constituent l'essentiel des réactions concernant la **télévision**, qu'il s'agisse de demandes d'informations (...) ou au contraire de réclamations à propos de modifications de programmes (...). Parmi les programmes dont le contenu entraîne commentaires et critiques, le JT est largement en tête, particulièrement lorsque l'actualité se développe autour d'affrontements idéologiques ou politiques.

En **radio**, les courriels portent majoritairement sur des demandes de références discographiques ou littéraires, mais aussi d'adresses ou coordonnées d'associations ou de personnes interviewées.

Les aspects techniques (...) constituent le gros des courriels « **Nouveaux Médias** » : ces demandes montrent l'intérêt croissant de publics moins au fait des nouvelles technologies, pour des services comme le podcasting ou la ROD.

La rubrique « **RTBF** » regroupe des demandes concernant l'entreprise (travaux d'étudiants, visites guidées), mais aussi des avis, suggestions ou demandes qui concernent la RTBF dans ses aspects « marketing » (autocollants, gadgets) ou dans le cadre de ses partenariats culturels ou sportifs (jeux, demandes d'entrées) ».

44% des courriels étaient des demandes, 31% des avis, 14% des plaintes, 6% des suggestions, 3% des félicitations et 2% de divers.

L'éditeur indique qu' : « Au total, ces courriels résultent de 140.596 visites au départ desquelles 246.850 pages RTBF ont été vues (le mois durant lequel il y en a eu le plus étant celui de février, tandis que le mois de juillet en compte le moins. La moyenne est de 1,8 pages vues par visite) ».

Comme pour l'exercice précédent, 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 encourage à l'éditeur à publier sur son site le rapport de médiation – comme il le propose par ailleurs - 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 présente le fonctionnement du site de relations avec le public : « La page d'accueil du site médiation permet aux correspondants de naviguer ou de poser des questions au départ des catégories Télévision, Radio, Entreprise, Médiation et relations avec les publics. C'est dans cette zone du site que l'on peut trouver la procédure de traitement des courriels et les coordonnées du Service du médiateur de la Communauté française et du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (...). Les informations fournies ou les liens proposés permettent aux usagers de naviguer sur les différentes pages du site RTBF, qu'elles concernent les programmes de radio ou de télévision, l'information, l'entreprise en tant que telle. Elles permettent également l'accès par liens aux radios en ligne ou aux secteurs de vidéo à la demande. »

L'éditeur explique qu' « Un formulaire dirigé automatiquement vers la Médiation, permet d'autre part de reformuler des questions restées sans réponse, ou encore d'émettre avis, suggestions, félicitations ou réclamations concernant les programmes ou les antennes de la RTBF. L'équipe du service Médiation de la RTBF est composée de trois personnes dont la bonne connaissance de la RTBF, de sa structure et de ses grilles de programmes radio et TV constituent une garantie de traitement rapide des messages reçus. Ceux-ci étant constitués pour près de 45% de demandes, il y a lieu de pouvoir y répondre très vite s'il s'agit de demandes concernant des programmes à diffuser ou dans la foulée de la diffusion lorsqu'il s'agit d'informations complémentaires. Le traitement des plaintes demande, cela va de soi, des délais de vérification, écoute et visionnage plus importants, afin de pouvoir répondre de la manière la plus circonstanciée aux critiques, fondées ou non, des usagers ».

La RTBF indique également que : « Les informations visées par le décret du 27/02/2003 et par l'arrêté du 03/12/2004 figurent dans le rapport annuel de l'entreprise, édité sur le site Internet à la rubrique

« Entreprise ». Le rapport fourni au CSA en vue de son contrôle annuel vise, à l'instar de ce qui était pratiqué les années précédentes, la manière dont l'entreprise remplit ses missions de service public. Le rapport annuel (ou des rapports périodiques) du service médiation pourra être publié dans la nouvelle mouture de la page « Entreprise » du site RTBF ».

Le CSA note que les informations de base relatives à la RTBF – services édités, membres du C.A., données financières - sont accessibles sur son site internet depuis la rubrique « entreprise » disponible à partir de chaque page du site.

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, à l'instar de l'exercice précédent, 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)

Le contrat de gestion prévoit que la RTBF entretienne des liens étroits avec les entreprises de presse écrite, quotidienne ou périodique de la Communauté française. 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 *Télemoustique* -, « Les décideurs du vendredi » - avec *Trends* -, « Culture club » - avec *Le Soir* et *Le Vif/L'Express* -, « Le Jeu des Dictionnaires » - avec *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 *Télemoustique*.

L'éditeur communique la liste de ses partenariats effectués en 2008 avec la presse écrite, répertoriés par titre de journal ou magazine, par chaîne radio, TV ou Internet et par émission. En télévision, l'éditeur cite notamment un partenariat du journal *Le Soir* avec *La Une* pour l'émission « Mille feuilles », un partenariat de la Dernière Heure avec *La Une* pour l'émission « Y'a pas pire conducteur » et un partenariat de Ciné Télé revue avec *La Une* pour « Une brique dans le ventre ». Cependant, la grande majorité des partenariats concernent la radio.

Outre ces partenariats, l'éditeur déclare que « l'émission Répondez @ la question fait appel, parmi ses intervieweurs, à un journaliste de la presse écrite, l'émission *Matin Première* en radio et en télévision propose chaque jour les revues de presse belge et internationale », et enfin que « *Le Club de la presse* (vendredi à 18h15 sur *La Première*) invite des journalistes de la presse écrite à débattre de l'actualité de la semaine ».

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 2008, la RTBF a conclu 20 partenariats multichaînes avec des festivals et manifestations de cinéma dont, entre autres, le « Ciné pocket film festival », le Festival « Afrique XL », le festival « A travers champs », le Festival « Ecran Total – Arenberg 2008 », le « Festival du film méditerranéen », etc. Différents partenariats « cinéma » ont également été conclus spécifiquement avec les radios dont 1 pour VivaCité, 6 pour Pure FM et 3 pour la Première.

L'entreprise a en outre contribué à la promotion du cinéma en soutenant 68 avant-premières (74 en 2007, 72 en 2006, 75 en 2005, 76 en 2004), 67,65% de ces avant-premières étaient de films européens, dont 16,18% de films de la Communauté française.

d. Communauté éducative (art. 42)

A l'instar de l'exercice précédent, l'éditeur déclare annoncer les programmes susceptibles d'intéresser les enseignants sur le site 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, il déclare accueillir de nombreux étudiants stagiaires et acheter des courts métrages qui ont été réalisés, comme travaux de fin d'année, à l'Insas, à l'IAD et à l'INRACI. Concernant ses relations avec le Conseil d'éducation aux médias et les associations d'éducation aux médias, la RTBF, en tant que membre effectif du CEM, « *entretient des relations continues avec les associations d'éducation aux médias (Medias Animation, CAV Liège, CAF) », les opérations « Ouvrir mon quotidien » et « Journalistes en classe* ». En 2008, la RTBF fut un partenaire actif, avec Média Animations, de l'expérience pilote de formation certifiée à l'éducation aux médias, MediaCoach qui sera reconduite en 2009.

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 des auteurs de la Communauté française et de leurs œuvres.

L'éditeur déclare que : « *L'interface culturelle en charge des contacts et des relations avec les acteurs du secteur de la culture a tenu ses premières réunions en 2008.*

Cet organe de concertation se réunit dans les locaux du Ministère de la Communauté française, plutôt qu'à la RTBF, pour des questions de neutralité et de pluralisme.

Sa Présidence est assurée par le Secrétaire général du Ministère de la Communauté française, ou par son représentant ».

L'éditeur explique que l'organe de concertation fonctionne à différents niveaux distincts : « *un **noyau permanent** de taille réduite, responsable de l'organisation et du calendrier des travaux, ainsi que de la synthèse des propositions et de leur mise en œuvre ; des **réunions ouvertes** à des acteurs culturels invités (en fonction du thème abordé), et qui se tiendront en alternance avec les réunions du noyau permanent ; des **groupes de travail** thématiques (facultatif) ».*

En ce qui concerne la fréquence des rencontres et la composition des différents organes, l'éditeur indique que : « *Le « noyau permanent » se réunira maximum 4 fois par an. Il est composé, outre du Président de l'organe de concertation en la personne du Secrétaire général du Ministère de la Communauté française (ou son représentant), des personnes suivantes : M. Eric FRÈRE (Secrétariat*

général-porteur du projet), Mme Sandra PREUD'HOMME (Secrétariat général-coordinatrice), Mme Carine BRATZLAWSKY (RTBF) + deuxième personne à désigner par la RTBF, Mme Christine GUILLAUME (DG Culture), Mme Myriam LENOBLE (DG Audiovisuel), un représentant du Ministre de la Culture, un représentant du Ministre de l'Audiovisuel. La composition et la fréquence des « réunions ouvertes », sont décidées par le « noyau permanent » en fonction des sujets traités. Dans un premier temps, des interlocuteurs-relais, tels les auteurs de rapports antérieurs, des agents de la DG Culture, des responsables de programmation à la RTBF, des représentants d'associations professionnelles de créateurs ou d'artistes, des responsables de grandes institutions culturelles, etc. seront conviés.

Enfin, l'objet des rencontres se divise en : « une synthèse des travaux et rapports réalisés antérieurement quant aux attentes du secteur culturel à l'égard de la RTBF (cf. travaux des commissions, etc.), ainsi que toutes les informations utiles à l'élaboration d'une première liste de problématiques sectorielles susceptibles d'être abordées, un état des lieux de la programmation culturelle existante ainsi que des demandes formulées par les opérateurs culturels à la RTBF sera dressé. L'audition ultérieure d'experts invités permettra de compléter et d'actualiser les données ainsi rassemblées ».

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

La RTBF qui a pour obligation de verser au Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (FACR) 2% du produit des recettes nettes de publicité commerciale en radio indique avoir versé en 2009 un montant de 261.008,32 euros - montant correspondant à l'aide calculée pour l'année 2008. Le montant dû pour l'année 2007 versé en avril 2008 s'élevait à 265.995,45 euros.

Considérant que cette contribution relève bien des missions de service public de la RTBF, le montant déclaré des recettes publicitaires commerciales nettes de la RTBF en radio pourra faire l'objet d'une vérification comptable par les services du CSA lors du prochain exercice.

Le Ministère de la Communauté française confirme par ailleurs ces versements.

Pour l'année 2008, l'éditeur déclare avoir diffusé 4 émissions subsidiées par le FACR, pour une durée totale de 4 heures : « Leçon de couture », « Il y avait un petit murent », « UHT, Ultra haute température », « Les scrutateurs du désert ». Il a également diffusé 5 émissions subsidiées par le FACR et « Du côté des ondes » (appel à projets RTBF, Promotion des Lettres, SACD et SCAM Belgique, SACD France) pour une durée totale de 19 heures : « 1, 2, 3 piano », « Gens de la terre », « Chekspoints », « Les spotters », « La chienne de Naha ». Enfin, il a diffusé 6 émissions (dont une en 9 épisodes) subsidiées par « Du côté des ondes », pour une durée totale de 15 heures : « Les cigognes ne repartent plus », « Mot compte triple », « L'idée d'honorer le Nord », « Ituri la nuit », « La princesse de cristal », « Choisir sa vieillesse ».

Selon l'éditeur, les œuvres diffusées représentent un total de 38 heures (25 heures en 2007).

L'éditeur précise qu'une de ces émissions a reçu le Prix de la meilleure réalisation aux Radiophonies en septembre 2008 à Paris.

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.

L'éditeur indique, à l'instar de l'exercice précédent, 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 les images d'actualité.

L'éditeur ajoute avoir entretenu des contacts et des concertations permanents avec les télévisions locales dans les discussions et négociations constitutives du CDJ (Comité de Déontologie journalistique) et avoir ainsi entretenu une collaboration avec la fédération des télévisions locales pour la mise sur pied de ce Comité.

L'éditeur énumère les collaborations qu'elle a développées, en 2008, avec les télévisions locales. Elles sont regroupées en quatre catégories :

- Les accords de production basket et football (échanges de services) : RTBF / No télé, Télésambre, Télévesdre, TV Lux, Ma Télé (Rochefort) ;
- Les Niouzz : coproduction RTBF / Télévisions locales : Antenne centre, Canal C, Canal Zoom, No Télé, RTC Télé Liège, Télésambre, Télévesdre, TV Com, TV Lux
L'éditeur précise que « *Ces accords de coproduction ont conduit à la production / diffusion de 80 séquences d'environ 2 minutes chacune, durant l'année 2008. En outre, les plateaux des Niouzz sont enregistrés à RTC Télé Liège (location payante)* » ;
- Les échanges d'images réguliers avec le JT ;
- Les collaborations entre VivaCité et Télé Bruxelles, qui se concrétisent par la diffusion des images du studio de Viva Bruxelles sur l'antenne de Télé Bruxelles, de 6 à 9 heures, par la Séquence quotidienne d'un journaliste de Télé Bruxelles dans l'émission de Viva Bruxelles, entre 7h00 et 8h00, par la collaboration rédactionnelle et partage d'informations et enfin par des partenariats sur des événements en commun.

Les rapports annuels des 12 télévisions locales, plus précis sur ce point, mettaient en avant des collaborations spécifiques comme le festival du rire de Rochefort, ou d'échanges d'images dans le cadre de l'information générale, de prestations techniques et de services divers, ...

Comparativement à l'exercice 2007, pour lequel la description de ces collaborations témoignaient surtout d'un désinvestissement de la RTBF dans les collaborations existantes, le Collège a constaté une amélioration et une collaboration active dans le nombre de collaborations dans le cas de quatre télévisions, une stabilisation ou une volonté de les inciter dans le cas de deux télévisions et un délitement progressif constant en 2008 dans le cas des 6 télévisions restantes (la moitié des télévisions locales).

Le CSA constate donc une double dynamique : un effort marqué dans les collaborations entre la RTBF et un tiers des télévisions locales, couplé au délitement progressif des synergies avec les autres.

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 2008, 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 », « Matière grise », « Télétourisme », « Une brique dans le ventre », « Les carnets du boulingueur », le concert de clôture du Concours Reine Elizabeth, le défilé du 21 juillet ainsi que les messages royaux.

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 feuillets 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 (SDJ) 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.

L'éditeur rappelle que les statuts de la SDJ prévoient que « *tout journaliste de la RTBF jusque et y compris le grade de secrétaire de rédaction est, s'il le souhaite, membre de la Société des journalistes de la RTBF, à l'exception de ceux ou celles ayant travaillé au sein d'un cabinet politique dans les deux années précédentes. Tout membre peut participer aux délibérations de l'association. La participation aux décisions implique d'être en ordre de cotisation* ». La RTBF ajoute que « *les liens avec les acteurs de l'entreprise se nouent et se développent notamment par la politique de coproduction de fiction « série belge »* ».

b. Egalité (art. 49)

L'éditeur doit veiller à l'absence de toute discrimination dans sa gestion des ressources humaines et réaliser un plan relatif à l'égalité femmes-hommes en son sein. L'éditeur a désigné début 2008 un chargé d'études sur les questions relatives à l'égalité.

L'éditeur ajoute qu'au cours de l'année 2008, « *une étude interne visant à recenser sous forme de base de données exploitable les informations des 30 dernières années en la matière, a été entamée.*

Les premiers constats qui ont pu être tirés montrent :

- *La RTBF a mené une politique de recrutement égalitaire hommes-femmes. Pour autant, ceci ne peut se traduire dans les chiffres compte tenu de la spécificité des métiers à la RTBF et de choix d'études faits permettant d'y accéder ;*
- *Jusqu'il y a peu, les règles d'accession à la fonction publique (y compris RTBF) imposaient des conditions de nationalité belge, puis européenne ;*
- *En terme de promotion sociale, toujours en raison de ses métiers spécifiques, la RTBF a offert des opportunités d'évolution de carrière spécifiques, ce qui a conduit à une pyramide des*

grades inversée par rapport au reste de la fonction publique (25 à 30% de niveau 1, population de niveau 2+ majoritaire) ».

Concernant la non réalisation du plan relatif à l'égalité femmes-hommes en son sein, l'éditeur estime que *« d'une manière constante, la RTBF veille attentivement à ce qu'aucune discrimination n'existe dans la gestion des ressources humaines de l'entreprise. Ce souci permanent n'entraîne cependant pas de lui-même la réalisation d'un plan relatif à l'égalité femmes-hommes au sein de l'entreprise »* et que, *« jusqu'à présent, le plan demandé, limitatif dans son objet, n'a pas été formalisé ».*

L'éditeur considère qu' *« un plan de lutte contre les discriminations qui ne porterait que sur la seule notion d'égalité entre femmes-et hommes ne (...) semble pas répondre au courant de pensée actuel, plus tourné vers l'égalité des chances pour toutes les catégories sociales (une distribution équitable des chances pour chacun en fonction de ses particularités) et la diversité »* et s'être inscrit ces dernières années dans ce courant de pensée plus large que le seul plan prévu dans le contrat de gestion.

Concrètement, l'éditeur déclare avoir concrétisé sa préoccupation pour ce sujet jusqu'à présent, principalement par la désignation d'une personne attentive à ces questions et ajoute que *« cette désignation n'est cependant pas formalisée ».*

L'éditeur évoque *« les situations changeantes de la réorganisation actuelle »*, où *« l'égalité des chances se doit d'être - et est - une préoccupation permanente puisque les situations à risque se renouvellent à tout moment, dans les différents domaines de la vie sociale de l'entreprise ».*

Par conséquent, *« pour aller au-delà d'un plan figé concernant un futur organisationnel incertain, l'entreprise pense répondre plus adéquatement à la préoccupation par :*

- *la réalisation prochaine d'un plan d'intentions ;*
- *la désignation d'une personne (conseiller, médiateur ou autre fonction) chargée de veiller à la réalisation du plan et de répondre aux éventuelles préoccupations relatives à ces problèmes, de la part des cadres ou du personnel ;*
- *une sensibilisation des responsables impliqués dans les décisions pour que la préoccupation contre les inégalités existe à tous les moments-clés de situation à risque d'inégalité.*
- *une meilleure socialisation de cette préoccupation pour rendre visibles ses efforts auprès de tout le personnel ».*

Le CSA se montrera particulièrement attentif au cours de l'examen du prochain exercice à la réalisation concrète des différentes solutions citées, en vue de veiller à l'égalité femmes-hommes en son sein. Il accueille très favorablement l'ambition affichée de la RTBF d'élargir sa réflexion à tous types de discriminations, tout en soulignant que la discrimination sur base du genre et/ou du sexe, relevant souvent de mécanismes sociologiques différents, fait généralement l'objet de mesures spécifiques et distinctes.

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 28% des recettes totales de l'entreprise en 2008, posés à l'article 55.4 du contrat de gestion.

Recettes 2008

Recettes nettes de publicité en radio	18.442.000	
Recettes nettes de publicité en télévision	40.343.000	
Recettes nettes de publicité télétexte	72.000	
Recettes nettes de publicité Internet	479.000	
Total recettes nettes de publicité	59.336.000	20.89%
Total recettes de l'entreprise	283.997.900	

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 28 janvier au 3 février 2008, du 19 au 25 mai 2008, du 25 au 31 août 2008 et du 15 au 21 décembre 2008) révèle que la publicité représente entre 6,09% et 8,35% sur La Une, et entre 3,56% et 4,65% sur La Deux de l'ensemble des programmes diffusés.

L'éditeur ne peut diffuser plus de 12 minutes de publicité par heure de programme. Après vérification complète des quatre semaines d'échantillon, le CSA constate qu'il n'y a pas eu de dépassement horaire. L'obligation est ainsi respectée.

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 trois occasions, la période tampon est inférieure aux cinq minutes exigées.

L'éditeur affirme que bien qu'il soit soucieux du respect de la règle des cinq minutes relatives à la publicité avant et après les programmes pour enfants, il a cependant connu « *quelques difficultés ponctuelles dans sa mise en œuvre* ». Dans le premier cas, « *il s'agit d'une erreur technique, un écran publicitaire qui aurait dû être diffusé plus tard a été malencontreusement diffusé après « Les Niouzz »* ».

Dans les trois autres cas relevés par le CSA, l'éditeur confirme que « *la durée entre l'émission « Les Niouzz » et l'écran publicitaire a été légèrement inférieure à cinq minutes (environ 4 minutes 37 secondes)* ». L'éditeur estime que « *cela est dû à une programmation basée sur une durée type d'un écran d'autopromotion, alors que les écrans fournis étaient d'une durée plus courte* ». L'éditeur déclare prendre « *à cet égard les dispositions nécessaires afin qu'il soit dans tous les cas vérifié que la durée des cinq minutes est bien respectée* ».

ii. Limitations horaires spécifiques à la 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, le temps de transmission publicitaire sur la Une entre 19 et 22 heures dépasse les 25 minutes autorisées (dépassement d'une minute).

iii. Limitations horaires spécifiques à la radio

Le temps de transmission publicitaire des huit journées d'échantillons respecte le plafond horaire de 12 minutes par heure d'horloge sur chacun des services linéaires.

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 2008 les missions qui lui étaient dévolues comme acteur du développement social et culturel et moteur de l'évolution technologique.

En 2008, 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.

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

Considérant les obligations de résultat qui lui sont conférées, le Collège attire par contre l'attention de l'éditeur sur l'affaiblissement ou l'absence d'amélioration :

- dans le maintien du volume moyen d'effectifs de production radiotélévisée équivalent à celui atteint en moyenne sur l'année 2006 ;
- comme pour l'exercice précédent, dans le nombre de courts métrages primo-diffusés ;
- tant en radio qu'en télévision, de la programmation (identification et production) de séquences d'éducation aux médias plus spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents, et plus généralement de programmes de radios à destination des enfants ;
- dans la réalisation concrète des différentes solutions évoquées par l'éditeur pour contribuer à l'égalité femmes-hommes au sein de l'entreprise.
- dans le développement avec les télévisions locales de la Communauté française de 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 des contacts à tenir à cette fin avec l'association représentative des télévisions locales

Enfin, le Collège constate que la RTBF, dans le courant de l'exercice :

- en radio, n'a pas diffusé, sur la programmation musicale d'une de ses chaînes musicales (Classic 21), au moins 15% d'œuvres de musique non classique sur des textes en langue française ;
- en télévision, a diffusé à trois reprises au moins, de la 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 télévision, a dépassé à une reprise au moins la durée de 25 minutes de temps de transmission quotidien consacré à la publicité sur chacune des chaînes de la RTBF entre 19h et 22h.

En conséquence, sur ce point, le Collège d'autorisation et de contrôle décide de notifier à la RTBF les griefs de ne pas avoir respecté, durant l'exercice 2008, en contravention à l'arrêté du 13 octobre 2006 portant approbation du contrat de gestion de la RTBF (articles 20.4, 56.5 et 57), les obligations précitées.

Fait à Bruxelles, le 3 décembre 2009.