

Collège d'autorisation et de contrôle

Décision du 28 mars 2013

(Avis n° 128/2012)

En cause la Radio-télévision belge de la Communauté française - RTBF, dont le siège est établi Boulevard Reyers, 52 à 1044 Bruxelles ;

Vu le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, et en particulier les articles 136, §1^{er}, 12° et 159 à 161 ;

Vu l'avis du Collège d'autorisation et de contrôle n° 128/2012 du 6 décembre 2012 relatif au contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2011 ;

Vu les griefs notifiés à la RTBF par lettre recommandée à la poste du 13 décembre 2012 :

« de ne pas avoir diffusé de programme régulier d'éducation aux médias à destination des enfants en radio, de ne pas avoir diffusé de programmes réguliers de médiation et de relations avec le public en radio et de ne pas avoir diffusé de programmes réguliers à destination des enfants de moins de douze ans en radio durant l'exercice 2011, en contravention aux articles 23, 24 et 27 de son contrat de gestion » ;

Vu le mémoire en réponse de la RTBF du 14 février 2013 ;

Entendu MM. Jean-Paul Philippot, administrateur général, Francis Goffin, directeur général de la radio, François Tron, directeur général de la télévision, Laurent Finet, adjoint à la direction générale de la radio, Jean-Pierre Vial, juriste et Mme. Coralie Pastor, responsable des programmes « Ouftivi », en la séance du 21 février 2013 ;

1. Exposé des faits

Dans son avis n° 128/2012 relatif au contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2011, le Collège a constaté des manquements dans trois domaines :

- la diffusion de programmes réguliers d'éducation aux médias à destination des enfants en radio ;
- la diffusion de programmes réguliers de médiation et de relations avec le public en radio ;
- la diffusion de programmes réguliers à destination des enfants de moins de douze ans en radio.

2. Argumentation de l'éditeur de services

2.1. Sur le premier grief

S'agissant de son obligation de diffuser des programmes réguliers d'éducation aux médias à destination des enfants en radio, l'éditeur estime l'avoir remplie grâce à la déclinaison radio du concept « Ouftivi ».

L'éditeur expose que, chaque semaine, l'équipe d'« Ouftivi » se rend dans une classe pour initier les enfants au monde de la radio. Les enfants travaillent alors avec leur enseignant pour, *in fine*, produire un contenu qui sera éventuellement diffusé. Par ailleurs, l'équipe d'« Ouftivi » est également présente

lors de certains événements pour organiser des ateliers radio avec les enfants. C'est dans ce cadre qu'on pu être réalisés les programmes suivants :

- des rubriques diffusées dans le cadre du « Beau vélo de RAVeL » ;
- des « Petites bulles » (capsules d'1 minute 30) dans lesquelles des enfants expriment leur compréhension d'une maxime ;
- des reportages réalisés durant les rencontres Théâtre Jeune Public.

L'éditeur relève que, dans la conception scandinave de l'éducation aux médias, l'implication du public dans la création du média constitue un élément fondamental. Il indique qu'avec les enfants, il a voulu privilégier cette approche concrète et pratique où les enfants créent le média plutôt qu'une approche plus « ex-cathedra » où des adultes viennent expliquer le média aux enfants. Selon l'éditeur, en effet, les enfants écoutent peu le média radio et ils sont donc beaucoup plus susceptibles d'être réceptifs à une éducation aux médias « pratique » qu'à un programme auquel ils n'auront pas participé et que peu écouteront.

L'éditeur indique que la faible quantité de contenus réalisés ne peut être invoquée pour minimiser son travail. En effet, il aurait pu, en se concentrant sur quelques classes, réaliser une formation plus approfondie des enfants et en tirer davantage de contenus diffusables, mais il a fait le choix éditorial de toucher davantage d'enfants quitte à produire moins de séquences diffusables. Ainsi, par exemple, même si les « Petites bulles » diffusées sur VivaCité ne représentent pas un volume important, il faut savoir qu'elles sont, pour chaque classe traitée, le fruit de trois semaines de travail des enfants avec l'équipe d'« Ouftivi » et leur enseignant.

A une question posée par le Collège, l'éditeur indique avoir accompli les premières démarches visant à collaborer avec le Conseil Supérieur de l'éducation aux médias, comme le prévoit son nouveau contrat de gestion. Il entend bien travailler avec lui pour mettre sur pied son plan stratégique d'éducation aux médias que le nouveau contrat de gestion le charge de mettre en place pour 2014.

2.2. Sur le deuxième grief

S'agissant de son obligation de diffuser des programmes réguliers de médiation et de relations avec le public en radio, l'éditeur estime l'avoir remplie avec deux émissions diffusées sur La Première, à savoir « Intermédias », diffusée une fois par semaine jusqu'en juin 2011, et « @.com », diffusée tous les jours de semaine à partir de la fin août 2011.

S'agissant d'« Intermédias », l'éditeur met en évidence la rubrique « La question » lors de laquelle une question émanant d'un auditeur, téléspectateur ou internaute était posée sur le travail de l'éditeur à un responsable de la RTBF ou, parfois, à une personne extérieure. A titre d'exemple, il cite notamment l'intervention de Jean-Pierre Jacqmin (directeur de l'information à la RTBF) sur l'idée de fusionner les émissions « Mise au point » de la RTBF et « De zevende dag » de la VRT, ou l'intervention de Pierre Bonte (responsable des applications cross-médias de la RTBF) sur l'application i-Phone de la RTBF.

S'agissant d'« @.com », l'éditeur indique que, si cette émission ne répond plus directement à des questions précises posées par les auditeurs, elle aborde néanmoins des thématiques relatives aux médias en général et à la RTBF en particulier. Selon l'éditeur, il s'agit là aussi d'une manière de répondre aux questionnements du public, même si cela se fait de manière indirecte, en répondant à des questions plus générales. A titre d'exemple de sujets abordés, l'éditeur cite notamment le fonds pour le journalisme, les études d'audience réalisées par le CIM, le lancement de la chaîne « Star TV », la présentation du nouveau rédacteur en chef du *Soir*, la présentation de « La minute du chat » sur La Une, le Mémorial Van Damme en télévision, la présentation de l'émission « C'est du belge », les premiers enregistrements de l'émission « The Voice », etc.

En parallèle, l'éditeur indique également traiter ponctuellement de sujets répondant aux questionnements du public dans diverses autres émissions telles que la rubrique « Média-Tic » sur La Première ou « Le Journal des médias » sur Pure FM.

L'éditeur estime qu'en traitant de manière générale les sujets de l'actualité médiatique, il répond aux questions que se pose le public et remplit par là son obligation de médiation et de relations avec les publics.

S'il admet que la médiation implique de répondre aux questions individuelles posées par le public, ceci est, dit-il, parfois compliqué à mettre en œuvre à l'antenne au vu du degré parfois très détaillé de certaines interpellations, parfois militantes. Il peut en outre être délicat de faire débattre à l'antenne un professionnel des médias avec un citoyen « ordinaire » ne disposant pas de la même expérience ou de la même crédibilité. L'éditeur s'estime donc davantage en rapport avec son public lorsqu'il répond à des questionnements plus généraux de la « majorité silencieuse » en traitant des sujets qui secouent l'opinion publique.

Enfin, l'éditeur estime qu'à l'heure actuelle, son dialogue avec le public glisse de plus en plus vers le support Internet et, en particulier, les réseaux sociaux. Il convient, estime-il, de tenir compte de cette évolution naturelle du champ de la médiation.

2.3. Sur le troisième grief

S'agissant de son obligation de diffuser des programmes réguliers à destination des enfants de moins de douze ans en radio, l'éditeur estime l'avoir remplie en diffusant les programmes suivants :

sur La Première : « Quand les jeunes s'en mêlent » et « Tout autre chose » ;

sur VivaCité : diverses séquences réalisées dans le cadre du concept « Ouftivi » et diffusées à différents moments, à savoir :

de janvier à juin, chaque semaine dans l'émission « Bruxelles aller-retour » (uniquement sur VivaBruxelles) ;

à partir de fin avril, chaque semaine dans l'émission « Faut pas chercher » ;

en été, chaque semaine dans l'émission « Le Beau Vélo de RAVel » ;

de novembre à décembre, tous les jours sous forme de capsules d'1 minute 30 appelées « Les petites bulles » ;

sur Musiq'3 : « Musiq'Académies » et quelques émissions spéciales et ponctuelles réalisées dans le cadre de la journée des familles au Bozar ;

sur Classic 21 : quelques séquences destinées aux adultes mais pouvant parler aux enfants (par exemple sur les dangers de Facebook) et la captation du spectacle « L'histoire du rock racontée aux enfants » ;

en webradio : diverses émissions, dont certaines réalisées avec l'intervention des enfants dans le cadre du concept « Ouftivi ».

L'éditeur se justifie quant au caractère limité de son offre en radio pour les enfants en soutenant que ces derniers sont peu tournés vers le média radio, sur Internet et *a fortiori* sur la bande FM. Il doute que des émissions régulières destinées aux enfants trouvent un réel public. Il reconnaît toutefois que cette désaffection invoquée des enfants pour le média radio pourrait être moins importante si les programmes de radio qui leur sont destinés faisaient l'objet de plus de promotion.

A une question du Collège sur l'intérêt qu'il pourrait exister à rediffuser des programmes d'archives de qualité destinés aux enfants tels que « Pierre et le loup » ou des spectacles d'Henri Dès, l'éditeur répond que ceci figure parmi ses projets et qu'il compte également, à l'avenir, diffuser différents programmes ponctuels destinés aux enfants, comme par exemple des contes.

3. Décision du Collège d'autorisation et de contrôle

3.1. Sur le premier grief

Selon l'article 23 du contrat de gestion 2007-2012 de la RTBF :

« La RTBF, tant en radio qu'en télévision, accorde une attention particulière aux questions relatives à l'éducation aux médias et à la consommation publicitaire, en ce compris par des séquences spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents. A cette fin, la RTBF programme et diffuse régulièrement, selon des périodicités décidées par son conseil d'administration, des programmes et des séquences, et dans la mesure du possible, offre à la demande, des contenus audiovisuels et des séquences répondant à ces objectifs. »

La RTBF doit donc diffuser *de manière régulière* – que ce soit quotidiennement, hebdomadairement ou même à une fréquence moins soutenue – des programmes et séquences d'éducation aux médias spécifiquement destinés aux enfants en radio.

En l'espèce, même s'il n'a pas diffusé régulièrement de programmes ou de séquences d'éducation aux médias à proprement parler, l'éditeur estime avoir rempli son obligation, si pas à la lettre, du moins dans son esprit en allant dans des classes et en apprenant aux enfants comment se crée le média radio. Il soutient qu'il s'agit là d'une manière plus efficace d'éduquer les enfants au média radio et que l'objectif poursuivi par l'article 23 du contrat de gestion est dès lors rempli.

Le Collège accueille avec enthousiasme la démarche inductive mise en place par l'éditeur. Apprendre aux enfants, de manière pratique, comment sont élaborés les programmes de radio constitue effectivement une manière très intéressante d'éduquer les enfants aux médias.

Cependant, l'éducation aux médias n'implique pas uniquement d'expliquer comment les programmes sont conçus et réalisés. L'éducation aux médias est en effet définie dans les termes suivants par l'article 1^{er}, 1^o du décret du 5 juin 2008 portant création du Conseil supérieur de l'Education aux Médias et assurant le développement d'initiatives et de moyens particuliers en la matière en Communauté française :

« 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. »

Aussi, pour important que soit le fait d'expliquer aux jeunes comment les programmes sont concrètement réalisés, l'éducation aux médias implique également un autre aspect qui consiste à développer, dans le chef du public visé, un esprit critique et une réflexion par rapport aux médias. Outre le fait d'apprendre comment est réalisée une émission, il est important que les enfants soient aussi initiés aux autres enjeux des médias, comme ceux des choix éditoriaux ou de la communication commerciale, à laquelle l'article 23 du contrat de gestion fait d'ailleurs référence. Or, pour expliquer à grande échelle de tels enjeux aux enfants, le seul moyen reste la diffusion régulière de programmes comportant des contenus d'éducation aux médias, comme l'impose l'article 23 du contrat de gestion.

Le nouveau contrat de gestion 2013-2017 de la RTBF confirme d'ailleurs cette conception de l'éducation aux médias puisqu'il impose désormais à l'éditeur l'obligation plus précise, dans son article 36, de diffuser *« des programmes ou séquences de programmes d'éducation aux médias consacrés spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment du placement de produits), à l'internet et*

aux nouvelles technologies de l'information, destinés plus aux jeunes, et plus particulièrement aux enfants ou aux adolescents ».

En ne diffusant pas régulièrement des programmes et séquences d'éducation aux médias destinés aux enfants en radio, l'éditeur n'a donc pas respecté le prescrit du contrat de gestion.

Le grief est, par conséquent, établi.

Contrairement à ce qu'invoque l'éditeur, des programmes conformes à l'exigence du contrat de gestion ne sont pas nécessairement voués à être des programmes de type « ex-cathedra » où des adultes s'adressent à des enfants passifs. Les enfants peuvent également être impliqués dans ce genre de programmes et ceux-ci peuvent être réalisés dans un format attractif pour les enfants.

L'argument selon lequel les enfants ne consommeraient presque pas le média radio ne peut davantage être invoqué par l'éditeur pour se dispenser de diffuser des programmes présentant un contenu d'éducation aux médias. Il s'agit en effet d'une affirmation péremptoire que l'éditeur n'étaye pas par des chiffres ou études concrètes. Si le contrat de gestion 2007-2012 de la RTBF lui imposait de diffuser des programmes et séquences d'éducation aux médias spécifiquement destinés aux enfants en radio, il lui incombait de diffuser de tels programmes afin, justement, d'attirer les enfants vers ce média.

Cela étant, l'on ne peut faire abstraction du nouveau contrat de gestion de la RTBF dont les articles 29 et 36 laissent désormais à l'éditeur le choix du type de service qu'il jugera le plus pertinent pour éduquer les enfants aux médias. Cette plus grande flexibilité offerte à la RTBF témoigne d'une volonté de lui conférer un pouvoir d'appréciation plus large quant aux formats médiatiques correspondant à ses différents publics.

En outre, bien qu'incomplète, la démarche accomplie par l'éditeur pour initier, sur le terrain, les enfants à la création radiophonique, est une démarche positive qu'il faut encourager.

A condition de compléter, à l'avenir, cette démarche par des séquences et programmes réguliers correspondant à l'autre aspect de l'éducation aux médias et comportant des contenus d'éducation aux médias s'adressant aux enfants, l'éditeur remplira la mission que lui confient ses anciens et nouveaux contrats de gestion.

A cet égard, l'éditeur a, lors de son audition, adopté une attitude proactive et sans réserve quant à sa volonté de collaborer avec le Conseil Supérieur de l'éducation aux médias et de mettre sur pied un plan stratégique d'éducation aux médias pour 2014.

Pour ces raisons, le Collège n'estime pas opportun de sanctionner l'éditeur pour le premier grief.

3.2. Sur le deuxième grief

Selon l'article 24 du contrat de gestion 2007-2012 de la RTBF :

« La RTBF tant en radio qu'en télévision, programme et diffuse régulièrement, selon des périodicités décidées par son conseil d'administration, un programme et, offre à la demande dans la mesure du possible, des contenus audiovisuels, de médiation et de relations avec les publics, dont l'objectif est notamment de répondre aux interrogations et réactions de ses publics. »

La RTBF doit donc diffuser de manière régulière – que ce soit quotidiennement, hebdomadairement ou même à une fréquence moins soutenue – un programme de médiation et de relations avec les publics en radio.

En l'espèce, l'éditeur considère deux types de programmes radiophoniques comme entrant dans cette catégorie :

le programme « Intermédias », dans lequel des professionnels des médias, internes ou externes à la RTBF, ont régulièrement répondu à l'antenne à des questions concrètes posées par des auditeurs, téléspectateurs ou internautes de la RTBF ;
les programmes « @.com » et, dans une moindre mesure, « Média-Tic » et « Le journal des médias », dans lesquels ont été abordées diverses questions générales touchant à l'actualité des médias.

A l'estime du Collège, seul le programme « Intermédias » peut être considéré comme programme de médiation et de relations avec les publics.

Si les notions de médiation et de relations avec les publics ne sont pas à proprement parler définies par le contrat de gestion, ce dernier permet toutefois d'y apporter un éclairage, notamment dans son article 37 relatif au service de médiation de la RTBF. Cet article dispose notamment ce qui suit :

« 37.1. Le service de médiation et de relations avec les publics reçoit et centralise l'enregistrement des courriers et des courriels de félicitations, d'avis, de demandes de renseignements ou de plaintes adressés par les usagers du service public.

Ce service répond de manière circonstanciée aux courriers et courriels des usagers portant sur des demandes de renseignement ou sur des plaintes (...).

37.3. Le service de médiation et de relations avec les publics n'assume pas la responsabilité des programmes de médiation et de relations avec le public en radio et en télévision visés à l'article 24, mais met à disposition des personnes en charge de ces programmes de médiation et de relations avec le public, l'ensemble des courriers et courriels rassemblant les avis et plaintes formulés par les usagers du service public, afin que ces personnes responsables puissent y apporter des éclairages propres dans les programmes susvisés. »

L'article 30 du nouveau contrat de gestion 2013-2017 de la RTBF, bien que pas encore en vigueur en 2011, permet également d'éclairer les notions de médiation et de relations avec les publics. Il dispose en effet ceci :

« La RTBF diffuse et offre à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, un programme ou des séquences de programmes de médiation, dont au moins dix émissions par an en télévision diffusées à une heure raisonnable sur une chaîne et rediffusée sur une autre, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics, telles qu'elles sont formulées soit auprès du service de médiation de la RTBF, soit directement auprès des producteurs de ce programme et de ces séquences, la RTBF étant libre de produire ce programme et ces séquences dans le format qu'elle souhaite, avec un

panel équilibré d'invités, comprenant, selon la pertinence éditoriale, des responsables de la RTBF, des plaignants et, le cas échéant, des experts académiques et des représentants de la société civile.

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

Il découle des dispositions du contrat de gestion 2007-2012 et de leur explicitation par le nouveau contrat de gestion que la médiation vise à répondre aux demandes de renseignements et aux plaintes du public. Elle peut prendre deux formes : en tout état de cause, une réponse personnalisée émanant du service de médiation et, le cas échéant, une réponse plus générale apportée à l'antenne dans un programme dédié. Lorsqu'un sujet est traité dans un tel programme, ce programme doit être un espace de dialogue où les responsables de la RTBF ne sont pas les seuls à intervenir : des plaignants et/ou des experts académiques ou représentants de la société civile doivent pouvoir également prendre part au débat.

Bien entendu, la RTBF, dans le cadre de sa liberté éditoriale, dispose du choix de ses contradicteurs et de leur mode d'intervention : les plaignants ne doivent pas nécessairement être présents à l'antenne, mais le programme doit refléter un échange entre différentes positions. Ceci est d'ailleurs le propre de la notion de médiation qui renvoie à un rapport entre deux ou plusieurs parties.

A cet égard, en ce que sa rubrique « La question » permettait de confronter un professionnel des médias à une question concrète posée par un auditeur, téléspectateur ou internaute de la RTBF, l'émission « Intermédias » telle que diffusée dans sa version radiophonique jusqu'en juin 2011 correspondait à la notion de médiation.

Il n'en va pas de même des autres programmes cités par l'éditeur. Certes, « @.com », « Média-Tic » et « Le Journal des Médias » ont régulièrement abordé des questions d'actualité des médias intéressant l'opinion publique. Cela n'en fait pas pour autant des espaces de dialogue entre la RTBF et son public sur des questions ou griefs directement liés à ses activités. Même lorsque les sujets abordés concernaient spécifiquement la RTBF, ils ne visaient pas à répondre aux préoccupations du public mais davantage à présenter des programmes, ce qui relève plus de l'autopromotion que de la médiation.

Le Collège ne dénie en rien la qualité et l'intérêt que les programmes « @.com », « Média-Tic » ou « Le Journal des Médias » peuvent avoir pour le public. Ils permettent en effet, comme le dit l'éditeur, de répondre aux questionnements généraux qui traversent l'opinion publique sur l'actualité des médias. Il convient toutefois de faire la part entre ce qui relève de la médiation et ce qui relève davantage de l'éducation aux médias, de l'autopromotion ou autre.

Dès lors que l'éditeur n'a diffusé de programme radiophonique régulier d'éducation aux médias et de relations avec les publics que jusqu'au mois de juin 2011, le prescrit du contrat de gestion n'est rempli que pour la moitié de l'année et le grief est donc établi.

Le fait que le terrain de la médiation glisse de plus en plus vers l'Internet et les réseaux sociaux ne change rien à ce prescrit. Pour une partie du public de la RTBF, le média radio reste un support sur lequel il s'attend à des programmes de médiation et il n'appartient pas à la RTBF de se dispenser unilatéralement d'une obligation inscrite dans son contrat de gestion.

Cela étant, force est de constater qu'à partir de l'exercice 2013, le nouveau contrat de gestion de la RTBF, en laissant désormais à l'éditeur le choix du type de service qu'il jugera le plus pertinent pour

rencontrer l'obligation, ne lui imposera plus de diffuser des émissions de médiation spécifiquement en radio (sans toutefois l'exclure). Aussi, même si le grief est bien établi pour l'année 2011, le Collège, qui se prononce en 2013, ne peut faire abstraction du contexte actuel. Il apparaît peu opportun de sanctionner aujourd'hui des faits qui, bien qu'infractions en 2011, ne le sont plus en 2013. Le Collège décide dès lors de ne pas sanctionner l'éditeur pour le deuxième grief.

3.3. Sur le troisième grief

Selon l'article 27 du contrat de gestion 2007-2012 de la RTBF :

« La RTBF programme et diffuse des programmes réguliers, au moins du lundi au vendredi, aux heures d'écoute appropriées, et, dans la mesure du possible, offre à la demande des contenus audiovisuels, adaptés, originaux, de qualité et qui permettent notamment d'éveiller les consciences et de susciter la réflexion à destination de la jeunesse, et plus particulièrement des enfants de moins de douze ans, en faisant appel, dans la mesure du possible, aux talents artistiques de la Communauté française.

« Pour ce faire, la RTBF maintient une production propre et diffuse régulièrement en radio et en télévision des programmes pour la jeunesse. »

La RTBF doit donc diffuser *de manière régulière* – que ce soit quotidiennement, hebdomadairement ou même à une fréquence moins soutenue – des programmes à destination des enfants en radio.

En l'espèce, l'éditeur cite différents programmes diffusés sur ses radios hertziennes qu'il convient d'examiner :

« Quand les jeunes s'en mêlent » : il s'agit bien d'un programme diffusé régulièrement en 2011 mais il est destiné aux adolescents plutôt qu'aux enfants à proprement parler, c'est-à-dire les jeunes de moins de douze ans.

« Tout autre chose » : si ce programme abordait régulièrement des questions liées aux enfants, il ne s'agissait pas d'un programme spécialement destiné aux enfants.

Les diverses séquences réalisées dans le cadre d'« Ouftivi » sur VivaCité : plusieurs de ces séquences constituent des programmes destinés aux enfants (séquences dans « Bruxelles Aller-Retour », « Faut pas chercher » et « Le Beau Vélo de RAVel ») mais n'ont été diffusées sur l'entièreté du réseau qu'à partir de la fin du mois d'avril. Quant aux capsules « Les petites bulles », il est permis de douter qu'il s'agisse réellement de séquences destinées aux enfants. Si elles sont, certes, réalisées avec des enfants dans le cadre de l'éducation aux médias, leur contenu, qui consiste pour les enfants à exprimer leur compréhension d'une maxime, apparaît plus comme destiné à attendrir les adultes qu'à réellement s'adresser aux enfants.

« Musiq'Académies » : ce programme, qui s'intéresse aux académies de musique, est susceptible d'intéresser les enfants qui sont nombreux à fréquenter celles-ci. Toutefois, comme « Tout autre chose », il ne s'agit pas d'un programme spécialement destiné aux enfants.

Les différentes émissions ponctuelles diffusées sur Musiq'3 et sur Classic 21 : bien que s'adressant effectivement spécialement aux enfants, les émissions et séquences ponctuelles citées par la RTBF dans son rapport annuel ne constituent pas des programmes réguliers.

Force est donc de constater que, mis à part à Bruxelles, la RTBF n'a pas pendant toute l'année 2011 diffusé de programmes réguliers spécialement destinés aux enfants de moins de douze ans sur ses services radiophoniques hertziens. L'obligation n'est en effet remplie qu'à partir de la fin du mois d'avril.

Le fait qu'elle ait, par ailleurs, créé des programmes spécialement destinés aux enfants pour sa webradio « Ouftivi » ne suffit pas à combler cette lacune. L'article 27 du contrat de gestion impose en effet la diffusion de programmes réguliers « en radio et en télévision », or, il ressort d'une lecture plus

globale de ce contrat de gestion qu'il n'utilise ces termes que pour désigner les services radiophoniques et télévisés « classiques ». La diffusion en webtv ou webradio y est qualifiée de diffusion « sur Internet » et y est distincte des diffusions en radio et en télévision. Il en découle dès lors qu'une diffusion de programmes pour enfants sur une webradio uniquement ne répond pas à l'exigence de diffusion « en radio » contenue à l'article 27 du contrat de gestion.

Le grief est, par conséquent, établi.

En outre, comme le Collège l'a déjà exposé à l'occasion de l'examen du premier grief, l'éditeur ne peut tirer argument d'une éventuelle désaffection des enfants pour le média radio – qu'il n'établit pas – pour échapper à une obligation qui implique justement dans son chef la mission d'attirer les enfants vers ce média en y offrant des contenus attractifs.

Le Collège prend toutefois acte de la volonté de l'éditeur de diffuser, à l'avenir, davantage de contenus destinés aux enfants en radio et d'en assurer une meilleure promotion.

En outre, le Collège constate qu'à partir de l'exercice 2013, le nouveau contrat de gestion de la RTBF, dans son article 37, en laissant désormais à la RTBF le choix du type de service qu'elle jugera le plus pertinent pour rencontrer l'obligation, ne lui imposera plus de diffuser des programmes à destination des enfants spécifiquement en radio (sans toutefois l'exclure). Aussi, même si le grief est bien établi pour l'année 2011, le Collège, qui se prononce en 2013, ne peut faire abstraction du contexte actuel. Il apparaît peu opportun de sanctionner aujourd'hui des faits qui, bien qu'infractionnels en 2011, ne le sont plus en 2013. Le Collège décide dès lors de ne pas sanctionner l'éditeur pour le troisième grief.

Fait à Bruxelles, le 28 mars 2013.