

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n° 101-2016

Contrôle de la réalisation des obligations prévues par le contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2015

Table des matières

1.	Offre de services de médias audiovisuels (art. 6 et 42 CG) et moyens de diffusion (art. 46 CG).....	4
1.1	Télévision (SMA télévisuels)	4
1.2	Radio (SMA sonores).....	4
1.3	SMA non linéaires.....	5
	Catalogue de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande	6
	Catalogue de contenus sonores à la demande	6
1.4	Offre en ligne de référence et réseaux sociaux	7
	Sites internet	7
	Le nouveau service « RTBF.be/ticket »	8
	Réseaux sociaux	8
2.	Production.....	8
2.1	Production propre (art. 11).....	8
	En télévision.....	8
	En radio.....	9
2.2	Webcréation et productions « transmédia » (art. 10).....	9
2.3	Mise à disposition des infrastructures (art. 16.2)	10
2.4	Production indépendante (art.12).....	11
	Investissements	11
	Fonds spécial (art. 12.5).....	13
	Fonds spécial pour les séries belges (art. 12.4.3)	15
	Soumission de projets	16
2.5	Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (art. 25.5 d & art. 56.2)	17
2.6	Archives et plateforme pédagogique avec la Sonuma (art. 17).....	18
	Exploitation des archives	18
	Mise à disposition des archives	18
	Plateforme numérique.....	18
3.	Information	19
3.1	Déontologie de l'information	19
3.2	En télévision.....	19

3.3	En radio.....	19
3.4	Nouvelles plateformes.....	20
3.5	Modération sur les plateformes numériques.....	20
4.	Éducation permanente (art. 28).....	21
4.1	En télévision.....	21
4.2	En radio.....	21
4.3	Éducation aux médias (art. 29, 36 et 37).....	21
	En télévision.....	22
	En radio.....	22
	Hors antenne.....	22
	Education aux médias pour les enfants et la jeunesse.....	24
5.	Culture (articles 24 à 26).....	24
	En télévision.....	24
	En radio.....	25
5.1	Captations.....	26
	En télévision (art.25.4, a).....	26
5.2	Collaborations avec les acteurs culturels (art.56.1).....	27
5.3	Quotas.....	27
	En télévision (art. 19).....	27
	En radio (art. 25.5).....	27
5.4	Mise en valeur sur les nouvelles plateformes.....	29
6.	Sport (art.34).....	30
6.1	En télévision.....	30
6.2	En radio.....	30
7.	Programmes pour la jeunesse (art.36 & art. 28bis).....	30
7.1	Programmes pour enfants (art.37).....	30
7.2	Programmes destinés aux adolescents et à la production desquels ils sont associés (art.38).....	31
8.	Concertation et partenariats (art. 14 & 51).....	32
8.1	Tissu associatif (art. 28).....	32
8.2	Presse écrite.....	33
8.3	Partenariats internationaux (art. 14 a).....	33
8.4	Télévisions locales (art. 56).....	34
8.5	VRT.....	35
8.6	Enseignement.....	35
9.	Services au public.....	36

9.1	Programmes concédés	36
	Cultes et manifestations laïques	36
	Associations représentatives	36
9.2	Informations de service	37
9.3	Plan d'urgence (art. 39.2)	37
9.4	Médiation	37
	Programmes de médiation avec les publics (article 30, §1)	37
9.5	Respect des horaires (art. 21)	40
10.	Accessibilité des programmes aux publics déficients sensoriels (art. 40)	41
	Publics sourd et malentendant	41
	Publics aveugle et malvoyant	41
11.	Gestion du personnel	42
11.1	Dialogue	42
11.2	Égalité et diversité	42
11.3	Finances	43
	Coût net de la mission de service public (art. 64)	43
	Transparence et informations financières	44
12.	Evaluation des nouveaux services	45
13.	Publicité	47
13.1	Recettes nettes de publicité (art. 71.4)	47
	Recettes publicitaires 2011-2015	48
	Publicité dans les services en ligne	49
	Avis du Collège d'autorisation et de contrôle	49

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 concrétisation par la RTBF des obligations prévues par son contrat de gestion. Cet avis se fonde sur le rapport d'activités que l'éditeur de service public établit annuellement selon les modalités décrites par le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

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

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

La RTBF a transmis son rapport annuel 2015 dans les délais prévus. Cependant, la version initiale ne contenait pas l'entièreté des éléments figurant dans le questionnaire préalablement élaboré en concertation entre le CSA et la RTBF. Dès lors le CSA a requis des compléments d'informations et a posé des questions spécifiques. La RTBF a répondu de manière réactive à ces sollicitations.

Enfin, conformément à ce qui est prévu à l'article 87 du contrat de gestion, l'administrateur général de la RTBF, Monsieur Jean-Paul Philippot, a été reçu en audition le 24 novembre 2016 par le Collège d'autorisation et de contrôle.

1. Offre de services de médias audiovisuels (art. 6 et 42 CG) et moyens de diffusion (art. 46 CG)

1.1 Télévision (SMA télévisuels)

En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes complémentaires et clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs, constituant l'offre principale de la RTBF en télévision. La Une, La Deux et La Trois rencontrent cette obligation.

Originaire d'internet, le programme « Pure Vision » est en outre désormais disponible sur plateforme fermée Proximus TV, VOO, Numéricable et Telenet.

1.2 Radio (SMA sonores)

En radio, la RTBF doit éditer cinq services de médias sonores complémentaires : deux généralistes et trois musicaux (classiques et non classiques) ainsi qu'un programme international. En 2015, elle a proposé cinq services radiophoniques linéaires destinés aux auditeurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, à savoir :

Chaîne	Public visé	Caractéristiques
La Première	Tout public	Radio généraliste de référence pour les amateurs d'information et de culture
Vivacité	Familles	Radio généraliste proche de son public grâce à son ton et son ancrage régional, chaîne de l'information sportive, chaîne de

		proximité
Musiq3	Tout public	La radio de tous les classiques, mais aussi du jazz, de l'opéra, de la musique de films, de la chanson française, captations pour diffusion de concerts en direct ou en différé
Classic 21	Tout public	Chaîne musicale avec une programmation axée sur les classiques du rock et de la pop, radioguidage (flashes Mobilinfo)
Pure FM	Jeunes adultes	Radio des jeunes qui mise sur la découverte de nouveaux talents belges et internationaux, présente sur presque tous les festivals

La RTBF a également poursuivi en 2015 l'édition de RTBF International (RTBFi), la chaîne radio internationale de la RTBF. RTBFi diffuse une grande partie des émissions de La Première et de Vivacité et permet aux francophones résidant à l'étranger d'être à l'écoute de la Belgique, de son actualité politique, sociale, économique, culturelle, sportive et musicale.

La disponibilité en 2015 des différents services selon les plateformes de diffusion peut être synthétisée comme suit :

Diffusion Radio										
Chaîne	FM	Ondes moyennes	Ondes courtes	DAB	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Streaming Internet
La Première	oui	oui	non	oui	non	oui	oui	oui	oui***	oui
Vivacité	oui	oui	non	oui	non	oui**	oui	non	oui***	oui
Classic 21	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Musiq3	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Pure FM	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
RTBFi	oui*	oui	non	non	non	non	non	non	oui****	oui
7 Webradios	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui

* Kinshasa

** Viva Bruxelles

*** TélésAT

**** AB3 en Afrique (Bande C)

L'obligation est rencontrée.

1.3 SMA non linéaires

L'offre de services de médias audiovisuels non linéaires de la RTBF comporte un catalogue de télévision de rattrapage, un catalogue de vidéos à la demande et un catalogue de contenus sonores à la demande tels que détaillés par l'article 42 quater du CG.

En outre, en vertu de l'article 42 sexies a, b et c, la RTBF rend accessible sur son site internet :

- Des services de médias audiovisuels linéaires, par la diffusion simultanée de ses chaînes de radio et de ses chaînes de télévision (pour les programmes dont elle dispose des droits requis).
- Son catalogue de services de médias audiovisuels non linéaires comprenant des contenus originaux ;
- Les webradios spécifiques suivantes : francofolies, francosphères, classic21 '60, classic 21 '80, classic21 classics, pure fm2, la webradio ouftivi et toute autre webradio spécifique relevant directement de ses missions de services public.

Catalogue de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande

Le catalogue de vidéo à la demande est composé essentiellement des vidéos issues de la programmation linéaire des trois services télévisuels de la RTBF (La Une, La Deux, La Trois).

Le service de « replay » s'étend gratuitement à 7 jours et est proposé via : les distributeurs (Proximus, KPN, VOO et Telenet), des applications mobiles (tablettes, smartphones), certaines plateformes de TV connectée (Samsung et Sony), les principales consoles de jeux-vidéos (Sony PS3 et PS4, Xbox One).

En 2015, la RTBF a lancé sa première offre exclusive de SVOD¹ via la plateforme VOD de Proximus TV : le « pass culture ». Pour 3.95 EUR par mois, l'abonné dispose d'un accès illimité à un catalogue de contenus culturels tels que des émissions en avant-première, des archives, des émissions de la RTBF en télévision de rattrapage, des co-productions.

La plateforme AUVIO

La plateforme AUVIO rassemble sur internet toute l'offre audio et vidéo de la RTBF. Elle est accessible depuis chaque site de la RTBF, tels que les sites dédiés à l'information, le sport ou la culture ainsi que les sites des radios.

D'une part, la RTBF propose gratuitement ses programmes en replay pendant les 7 jours suivant la diffusion sur une de ses trois chaînes TV. Les productions vidéos (pour la TV, la radio ou pour internet) fabriquées en interne par les équipes de la RTBF sont à disposition sur AUVIO de manière illimitée.

D'autre part, la RTBF diffuse en direct les programmes TV pour lesquels elle dispose des droits, ainsi que Pure Vision. L'onglet « direct » de la plateforme AUVIO (anciennement LiveCenter) donne également accès aux cinq radios de la RTBF.

Catalogue de contenus sonores à la demande

La RTBF dispose sur son onglet « radio » de son site Internet d'un catalogue d'émissions disponibles en podcast ou « radio on demand » ainsi que un lien vers « les audios les plus écoutés », sur AUVIO. La plupart des programmes des cinq chaînes radio de la RTBF sont disponibles sur leur site respectif, via l'onglet « podcast/ROD » ou « podcast ».

Webradios

En 2015, la RTBF a augmenté le nombre de ses webradios qui sont désormais au nombre de 9.

Web Radio	Caractéristiques
Classic 21 60'S	Webradio des Golden Sixties ou des « Vynile Victimes » - Christine Goor.
Classic 21 70'S	Le son des années 70 – Les classiques de Marc Ysaye
Classic 21 80'S	Le son des années 80 – Bernard Dobbeleer.
Classic 21 90'S	Le best des années 90 rock, pop et grunge
Classic 21 Metal	Une radio musicale consacrée au genre « metal »
Classic 21 Blues	Une radio musicale consacrée au genre « blues »
Ouftivi	Webradio des jeunes de 8 à 13 ans, le complément à l'offre jeunesse de La Trois

¹ Subscription video on demand

Pure FM 2	Le complément à l'offre de Pure FM. En 2015, le flux de Pure FM 2 a été temporairement adapté au 10 ^e anniversaire des Ardentes
La Première – La Vie en Rose	Webradio 100% chansons françaises, en suite numérique de l'émission quotidienne d'Alexandra Vassen

La RTBF a également proposé en 2015 des webradios temporaires :

- Une radio 100% Pink Floyd, pour célébrer le 50^{ème} anniversaire du groupe, pendant six mois ;
- Des webradios de saison autour des Francos, de la Fête de la musique, des Fêtes de Noël (pendant quelques semaines).

1.4 Offre en ligne de référence et réseaux sociaux

Le développement de la RTBF sur les nouvelles plateformes est un axe important du contrat de gestion 2013-2017.

Sites internet

Le périmètre de l'offre en ligne de la RTBF est déterminé de manière limitative et précise dans l'article 42 sexies de son contrat de gestion.

En effet, le déploiement de l'offre d'information en ligne de la RTBF a fait l'objet de litiges juridiques au terme desquels la Commission européenne, interrogée dans le cadre d'une procédure concernant le financement de l'activité gratuite rtbf.be/info de l'éditeur de service public, a amené le législateur à redéfinir plus précisément les missions de service public liées à ce déploiement sur internet. La Belgique s'est alors engagée à prévoir une liste précise et limitative des services en ligne qui entrent dans le mandat de service public de la RTBF. Ceux-ci sont définis à l'article 42 du contrat de gestion, tel que modifié par avenant le 16 décembre 2014. Le contrôle de l'exercice 2015 est donc effectué sur cette nouvelle base.

En ce qui concerne plus spécifiquement les contenus écrits, ils sont encadrés par quatre principes :

- Ils doivent viser à répondre aux articles 22 à 41 du contrat de gestion, c'est-à-dire toutes les missions programmatiques en matière : d'information, de culture, d'éducation, d'éducation permanente, de sports, de jeunesse... ;
- Ils doivent mettre l'accent sur les images et les sons ;
- Ils doivent être en lien avec les sujets développés dans les programmes de radio et télévision ;
- Ils doivent être produits ou traités par la RTBF dans ses propres rédactions.

Le site internet de la RTBF se décline en différents onglets, notamment : « Info », « Sport », « Culture », « Tendance », « OUftivi » et « Webcréation ». S'ajoutent à cette offre, les sites spécifiques des radios de la RTBF et la plateforme AUVIO. La quasi-totalité de l'offre audiovisuelle de la RTBF est disponible via ces sites thématiques. Une page « éducation aux médias » est accessible via le site RTBF entreprise, elle reprend les contenus que la RTBF diffuse dans le cadre de cette mission.

En 2015, la RTBF a lancé trois nouveaux sites pour l'info, le sport et la culture. Les améliorations proposées visent notamment à mieux s'adapter aux différents supports (smartphones, tablettes) pour un meilleur confort de lecture, un chargement des pages plus rapide, un référencement plus ergonomique des liens vidéos et sons. Les trois sites proposent des articles écrits, soit avec des liens vidéo et audio, soit en lien avec l'actualité traitée en radio et en télévision. Les sites proposent également des retranscriptions d'interviews ou de séquences de programmes en intégralité ou par sujet. Parmi les nouvelles fonctionnalités 2015, on retrouve les formats « à la Une », « le Flash Info » et le « Fil info ».

Ensuite, le blog RTBF.be/Tendance vise, selon la RTBF, à regrouper « toutes les tendances mode, déco, bien-être et détente », à donner « un ton différent avec des astuces, des infos pratiques et des conseils » et à être « un espace réservé aux jeunes talents belges bloggeurs. » Dans le cadre de son contrôle 2015, le CSA note néanmoins que les liens entre certains articles ou rubriques et la programmation de la RTBF sont limités.

Enfin, les sites internet de la RTBF contiennent également certains contenus qui ne sont diffusés que sur le web à l'instar de ce qui est prévu par l'article 42 sexies CG (points d à k). Il s'agit notamment des grilles et guides électroniques des programmes, des contenus promotionnels pour ses propres services, des informations de service (météo, bourse, info-traffic...), de chroniques, de cartes blanches, de dossiers thématiques (tels que le dossier sur la guerre 14-18).

Le nouveau service « RTBF.be/ticket »

Le 1^{er} septembre 2015, la RTBF a lancé une nouvelle plateforme de ventes de tickets sur son site, en partenariat avec la FNAC. Les contenus proposés sont similaires à ceux proposés sur l'accueil billetterie du site de la FNAC. Le CSA s'interroge quant à la valeur ajoutée de cette plateforme dans le cadre des missions de service public de la RTBF.

Réseaux sociaux

La RTBF est active principalement sur Facebook et sur Twitter. Sur Facebook, elle développe des pages individuelles pour les émissions (plus de 100 pages). Elle a également créé des pages Facebook « RTBF info », « RTBF Sport », « RTBF TV », « RTBF Webcréations », faisant le lien avec les comptes Twitter du même nom, ainsi que d'autres pages telles que « RTBF AUVIO », RTBF « Tendances », etc.

L'éditeur a également développé sa présence sur Twitter (@RTBF). Il dénombrait 40 comptes Twitter en 2015. Ce réseau a été utilisé pour la première fois de manière importante avec le programme « The Voice » dont le compte « The Voice Belgique » regroupe 102 000 abonnés au 1^{er} décembre 2016 et 6433 tweets. Cette présence permet une interaction avec les programmes en direct et en différé.

2. Production

2.1 Production propre (art. 11)

En télévision

La RTBF a pour obligation de diffuser au moins 9 heures quotidiennes de programmes télévisuels produits en propre. Pour l'exercice 2015, la RTBF déclare avoir proposé, sur ses trois services cumulés, une moyenne quotidienne de 35 heures 51 minutes, parts en coproductions comprises, soit 11 heures 57 minutes par service.

Conformément au contrat de gestion, cette durée intègre les programmes de radio filmée. En dépit de leur nature particulière et de leur coût de production moindre, ils interviennent à hauteur de 4.58% dans la durée journalière reprise ci-dessus. Sur La Une, service qui diffuse le plus de radio filmée, la proportion monte à 12,28% de la production propre.

L'obligation est largement rencontrée.

En radio

La RTBF a l'obligation de produire minimum 18h par jour et par service. Avec un minimum de 21h pour chaque service, l'obligation est largement rencontrée.

2.2 Webcréation et productions « transmédia » (art. 10)

En vertu de l'article 10§2, modifié par avenant, du CG, la RTBF :

- « Marque un intérêt particulier à la création et au développement de contenus originaux, tant sur le fond que sur la forme, et notamment de contenus et de programmes de fictions, de web-fictions et de webdocumentaires, susceptibles d'être reçus sur son site Internet et par les nouveaux appareils de réception numériques, entre autres mobiles » ;
- « Porte un intérêt particulier à la production de programmes « transmédia » s'appuyant sur les spécificités de chaque média partie prenante à la production ou à la diffusion dudit programme » ;

Depuis 2013, la RTBF démontre effectivement un grand intérêt pour les créations web, en particulier les de webséries, webdocumentaires et programmes transmédiés, présentées notamment sur un site dédié : <http://www.rtbef.be/webcreation>. La RTBF dispose d'ailleurs d'une cellule spécifique « webcréation et transmedia ».

Webséries

En avril 2014, la RTBF a lancé son premier appel à projets concernant les webséries « afin d'offrir aux jeunes créateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles des moyens de production et un espace de diffusion web »². Au total, RTBF Interactive a reçu 40 projets, ce qui signifie que la demande pour la création de nouveaux formats est réelle. Les cinq dossiers présélectionnés ont disposé d'une enveloppe de 10 000 euros chacun pour produire un premier épisode. Ensuite, un vote sur les réseaux sociaux a déterminé le gagnant, à savoir la websérie « Euh », à laquelle la RTBF a attribué un budget de 100 000 euros pour la production d'une saison de 9 épisodes.

En 2015, la RTBF lançait un second appel à projets sur le même mode opératoire. L'enveloppe de 100.000 euros était investie dans la série thriller/horreur « Burkland » (9 épisodes) dont la particularité est de privilégier le visionnage sur supports mobiles.

La cellule webcréation a également soutenu la production de la comédie « Presque Normal » (15 épisodes). En outre, les formats « Euh » et « Typique » ont été reconduits pour de nouvelles saisons. À noter enfin que ces initiatives ont attiré l'attention du marché international.

² Rapport de la RTBF 2014

Webdocumentaires et projets transmédi

En 2015, la RTBF est impliquée dans plusieurs projets novateurs :

- « Le bonheur au travail » - une enquête interactive sur les relations professionnelles proposée en parallèle de la diffusion documentaire en télévision et de plusieurs programmes en radio.
- « Les Histoires de cabines » - des webdocumentaires participatifs réalisés avec les équipes de l'émission « Transversales » de La Première ;
- « L'homme au harpon » - programme transmédia interactif assorti d'un jeu de rôle sur internet dans lequel l'internaute incarne un prisonnier en quête de sa libération conditionnelle ;
- « Les Racuspoteurs » - série de reportages conçus pour une diffusion web.

Le Collège salue les initiatives prises par la RTBF dans le domaine de la création connectée et notamment sa volonté d'impliquer les producteurs indépendants dans le développement d'un écosystème de production dédié au web en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'obligation est largement rencontrée.

2.3 Mise à disposition des infrastructures (art. 16.2)

Selon des modalités qu'elle détermine, la RTBF doit mettre des éléments de son infrastructure de production à disposition des artistes-interprètes de la Communauté française et de ses producteurs audiovisuels indépendants.

Lors des derniers contrôles annuels, le CSA et la RTBF ont échangé plusieurs courriers relatifs aux implications concrètes de cette mise à disposition. Dans ses avis successifs, le Collège a clarifié l'interprétation qu'il donne à l'article 16.2 du contrat de gestion de la RTBF.

Pour l'exercice 2015, la RTBF déclare plusieurs locations comme répondant à l'obligation de mise à disposition. Cependant, le Collège considère que les occurrences renseignées sont de nature strictement commerciale et constituent dès lors des concrétisations de l'article 16.1 du contrat de gestion. En effet, la plupart des partenariats, notamment ceux avec AXA, Liège Airport, Luminus et Samsung, ne rencontrent pas les objectifs de l'article 16.2 du contrat de gestion, ni quant au type de bénéficiaire (producteur indépendant, artiste-interprète), ni quant à la qualification du produit final (œuvre audiovisuelle).

Dans son avis relatif au contrôle de la RTBF pour l'exercice 2011, le Collège clarifiait les contours de l'obligation formulée à l'article 16.2 : *« elle doit être comprise comme une participation de la RTBF à la concrétisation de projets créatifs en Communauté française (production de pilotes, de maquettes, de programmes...). Elle n'a de sens que dans la mesure où elle sert en premier lieu les intérêts des créateurs. En effet, si la contrepartie de cette mise à disposition peut prendre la forme d'une acquisition par la RTBF des droits de diffusion du contenu produit, elle ne saurait être réduite à un accès aux studios dans le cadre de l'enregistrement d'un programme de la RTBF. Auquel cas, elle se confondrait avec les objectifs de l'éditeur en matière de culture et perdrait son objet puisque toute prestation d'un artiste dans un programme produit par la RTBF pourrait être valorisée comme rencontrant l'objectif. (...) La mise à disposition implique donc la possibilité pour un créateur d'accéder contre rémunération à l'infrastructure technique de la RTBF afin de mener son processus créatif en toute indépendance par rapport aux objectifs programmatiques de l'éditeur. La rémunération pourra prendre la forme d'une acquisition des droits de diffusion dans le cas où le contenu produit est susceptible d'intéresser la RTBF mais ce mode de*

rémunération ne saurait être automatique du fait d'une interdépendance totale entre la mise à disposition et la diffusion ».

Le rapport initial de la RTBF détaille les démarches entreprises en vue de définir les conditions de location de ses installations de « Médiarives » (studios 40 et 41). En partenariat avec le Pôle images de Liège, l'éditeur développe une réelle stratégie commerciale de rentabilisation de ces infrastructures (intendance, tarification, promotion). Pour rappel, lors de récents contrôles, le Collège soulignait l'utilité de ces réflexions tout en émettant « *une réserve quant à la voie qui semble celle choisie par l'éditeur pour concrétiser l'article 16.2 de son contrat de gestion. En effet, la configuration de certaines installations de « Médiarives » semble a priori disproportionnée au regard des besoins d'une majorité des artistes-interprètes et des producteurs audiovisuels indépendants de la Communauté française* ».

En réponse à une demande d'information complémentaire, la RTBF transmet le lien vers une page de son site internet reprenant les informations de location de certains éléments de son infrastructure (à Liège et à Bruxelles) : <http://www.rtbf.be/entreprise/>

Lors du contrôle précédent, la Collège invitait : « *la RTBF à fixer les modalités de mise à disposition de ses infrastructures (studios disponibles, créneaux horaires, tarifs...) et à donner à ces informations une visibilité suffisante sur son site internet, en identifiant notamment un point contact général* ». Le Collège constate que le lien renseigné répond à cette exigence.

Il invite désormais la RTBF à donner une visibilité suffisante à ces informations de manière à ce que les bénéficiaires de la mise à disposition portée par l'article 16.2 du contrat de gestion puissent prendre conscience de cette possibilité et de manière donc à ce que l'obligation puisse être concrétisée.

2.4 Production indépendante (art.12)

Investissements

Dans le cadre de sa mission de service public visant à soutenir et promouvoir la création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants.

À cet égard, le quatrième contrat de gestion prévoit l'affectation par l'éditeur d'un montant minimum de 7.200.000 € à des contrats passés avec des producteurs audiovisuels indépendants, dont la résidence, le siège d'exploitation ou le siège social est situé en Région de langue française ou un région bilingue de Bruxelles-Capitale. Ce montant est indexé annuellement à partir de 2014 sur la base de l'indice général des prix à la consommation³. De ce fait, le montant que doit affecter la RTBF à l'obligation pour 2015 s'élève à 7.234.779€.

Après vérification, le Collège établit que la RTBF a affecté un montant total de 8.499.496€ à cette obligation⁴ pour 2015. L'obligation est rencontrée, le montant total affecté étant supérieur de 1.264.717€ au montant obligatoire. Néanmoins, cela représente une diminution de 11,8% par rapport à l'exercice précédent.

Son engagement dans la production indépendante est détaillé comme suit par l'éditeur :

³ Défini par la loi du 2 août 1971.

⁴ L'art. 12 point 3. Du quatrième contrat de gestion de la RTBF stipule que « les montants et moyens levés par la société de *tax shelter* de la RTBF ou toute autre société similaire ne sont pas compatibles au titre des apports de la RTBF visés par l'engagement énoncé à l'art. 12 »

Ventilation des montants affectés à la production indépendante (réalisé)

COPRODUCTIONS 2015	Numéraire (€)	Services (€)	Total (€)
Téléfilms	2.076.507		2.076.507
Films (long métrages)	447.203	305.900	753.103
Documentaires	1.287.796	244.312	1.532.108
Animations	249.500		249.500
Courts métrages	21.850		21.850
Fonds spécial pour les séries belges – Provisions ⁵	1.847.750		1.847.750
Total coproduction	5.930.606	550.212	6.480.818
Emissions de flux produites en tout ou en partie en sous-traitance	2.018.678		2.018.678
Total affecté à la production indépendante	7.949.284	550.212	8.499.496
Proportions (%)	93,53%	6,47%	100%
Proportion par rapport à l'engagement minimum	109,9%		

Plus de la moitié des budgets consacrés à la coproduction (93,53% du montant total) ont été affectés en numéraire conformément à l'article 12.4.1, b) du contrat de gestion.

⁵ Voy. ci-dessous quant à l'affectation de ces provisions.

Pourcentage d'œuvres majoritaires (par genre)

Œuvres majoritaires			
Genre	Majoritaires (€)	Total genre (€)	% Majoritaires
Courts métrages	21.850	21.850	100%
Téléfilms	0	2.076.507	0%
Documentaires	1.301.240,4	1.532.107,8	84,9%
Fonds séries belges	1.847.750	1.847.750	100%
Films (longs métrages)	360.525	753.103	47,9
Animation	47.500	249.500	19%
Total	3.578.865,4	6.480.817,8	55,2%

Le contrat de gestion impose, en son article 12.4.1.a), que 50% des investissements soient consacrés à des œuvres dites « majoritaires »⁶. L'objectif est atteint puisque ces dernières représentent 55,2% des montants investis. Une réserve doit toutefois être exprimée s'agissant des montants affectés au fonds séries. En effet, ceux-ci étant en grande partie provisionnés, la confirmation de leur utilisation conforme au décret ne pourra intervenir que suite à leur affectation concrète.

La RTBF a investi 6.480.817,8€ (-13,9% par rapport à 2014) dans des programmes de stock. Ce montant représente 89,6% de l'engagement minimum dans la (co)production avec des producteurs indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles (7.234.779€⁷). Le Collège constate que le seuil de 70% prévu à l'article 12.4.2.a) du contrat de gestion est respecté. L'obligation est dès lors rencontrée.

La RTBF a investi 1.532.107,8€ (+4,4% par rapport à 2014) dans des documentaires. Ce montant représente 21,2% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 20% prévu à l'article 12.4.2.b) du contrat de gestion est respecté.

La RTBF a investi 1.847.750€ (-11,8% par rapport à 2014) dans le « fonds spécial pour les séries belges ». Ce montant représente 25,5% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 20% prévu à l'article 12.4.2.c) du contrat de gestion est respecté.

La RTBF a investi 2.018.678€ (-4,5% par rapport à 2014) dans des programmes de flux. Ce montant représente 27,9% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le plafond de 30% prévu à l'article 13 du contrat de gestion est respecté.

Fonds spécial (art. 12.5)

Le Fonds spécial est un crédit budgétaire géré par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA) destiné à stimuler la coproduction entre la RTBF et les producteurs indépendants.

⁶ Les critères permettant de qualifier une œuvre comme telle sont énoncés par les annexes 2, 3, 4, 4/1, 4/2 et 4/3 de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 29 mars 2012 (M.B., 8 mai 2012) ou par le Centre du cinéma et de l'audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

⁷ Montant indexé selon la méthode de calcul des services du CSA (voy. note infrapaginale n°2).

L'application de l'accord-cadre du 2 mars 1994 conclu entre le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF prévoit pour 2015 l'exercice d'un droit de tirage par la RTBF sur le Fonds Spécial à hauteur de 1.368.681€. Ce montant est égal à celui de 2014, mais inférieur au montant de base de l'exercice 2012 (1.914.679€⁸).

En effet, suite à l'adoption du contrat de gestion actuel de la RTBF et compte tenu de la priorité qui y est accordée au développement de séries télévisuelles belges de fiction, les montants du Fonds spécial antérieurement consacrés aux téléfilms et séries, soit 545.998 EUR, ont été réaffectés, tout comme en 2013 et en 2014, au nouveau Fonds FWB/RTBF pour les séries télévisuelles belges. Dès lors, le budget global du Fonds spécial 2015 est consacré aux longs métrages de fiction (développement et production), aux courts métrages de fiction ainsi qu'aux documentaires.

Dans son bilan 2015, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel adopte la répartition détaillée ci-dessous du droit de tirage par la RTBF sur le Fonds spécial.

Répartition du droit de tirage sur le Fonds spécial

Types d'œuvres	Montant du droit de tirage (€)	Répartition du droit de tirage
Longs métrages	900.998 €	65,8%
Documentaires	427.683 €	31,2%
Courts métrages	40.000 €	2,9%
TOTAL	1.368.681€	100%

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir en parallèle, sur ses fonds propres, un montant minimum qui s'élevait à 1.111.965,31€ en 2015⁹.

Dans son bilan 2015 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements consentis par l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 2.317.067€ pour 2015¹⁰.

Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.205.101,69€ par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994.

Enfin, l'article 12.5 du contrat de gestion prévoit que la RTBF crédite annuellement ce Fonds spécial d'un quart des sommes dépassant le seuil de 25% des recettes nettes de publicité perçues, déduction faite de la T.V.A. et des commissions de régie publicitaire. Ces recettes nettes de publicité représentant 21,09%¹¹ des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2015, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'imposait pour 2015.

⁸ Etant donné la création, en 2013, du Fonds spécial séries (voy. point suivant), le montant qui était précédemment attribué au Fonds spécial (téléfilms et séries), à savoir 545.998€, est affecté au Fonds pour les séries belges.

⁹ Ce montant est supérieur à l'obligation de 2014 (1.092.269,77€).

¹⁰ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles – le bilan 2015 », <http://bit.ly/2fXwXJ> - pp. 84 et suivantes (avec détails des montants par contrat).

¹¹ Cf. ci-dessous, point concernant les recettes publicitaires de l'éditeur.

Fonds spécial pour les séries belges (art. 12.4.3)

La RTBF s'est engagée à « mener des stratégies de financement coordonnées en vue de créer un effet de levier destiné à développer une industrie de production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires, impliquant toutes institutions publiques et sociétés privées intéressées ». Conformément à l'article 12.4.2.c du contrat de gestion, ces « séries locales et populaires peuvent valoriser l'identité de la Fédération Wallonie-Bruxelles et des régions qui la composent, par leur ancrage en Fédération Wallonie-Bruxelles ou par la mise en valeur de son, patrimoine ». L'objectif que se fixe la RTBF est d'atteindre progressivement la mise à l'antenne, au terme du quatrième contrat de gestion, d'un épisode de série télévisuelle belge francophone par semaine.

Afin d'atteindre ces objectifs, un Fonds spécial pour les séries belges (ci-après « Fonds séries ») a été créé. La RTBF alimente ce Fonds séries par une contribution obligatoire, fixée par le contrat de gestion. Le montant minimal de cette contribution s'élève à 25% de l'obligation d'investissement totale dans la production indépendante, soit 7,2 millions € indexé. L'apport de l'éditeur au Fonds séries en 2015 étant de 1.847.750€, l'obligation est remplie.

Outre la contribution de la RTBF, ce Fonds séries est alimenté annuellement (provision) par la Fédération Wallonie-Bruxelles, à hauteur de :

- 545.998 € constants, provenant du Fonds spécial visé à l'article 12.5 du contrat de gestion ;
- 800.000 € complémentaires engagés sur le budget de la Fédération.

Le fonds séries peut en outre être soutenu par toute institution ou société privée désireuse de s'associer au projet.

Les modalités de fonctionnement de ce Fonds spécial sont fixées dans une convention conclue le 22 janvier 2014 entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF. Celle-ci prévoit notamment que les différentes contributions annuelles au Fonds peuvent faire l'objet d'un report sur les années ultérieures s'ils n'ont pas pu être totalement affectés au cours de l'année concernée (art. 2). Elle prévoit également sous quelles formes et à quelle hauteur le Fonds peut intervenir annuellement dans le développement de la production de séries (art. 3). Il peut s'agir d'apports (i) pour le développement de la bible et des synopsis, (ii) pour le développement des versions dialoguées de projets de plus de dix épisodes, (iii) pour la réalisation d'un pilote court et (iv) pour la production de projets de 10 épisodes.

Le choix des projets bénéficiant du Fonds séries revient à un Comité de sélection (art. 4 de la convention).

Pour rappel, la RTBF avait décidé d'alimenter anticipativement le Fonds séries. Dès 2012, un montant de 630.000 €, initialement prévus pour des coproductions de séries en 2012, a fait l'objet d'un report 2013 pour versement au Fonds séries. En conséquence, le total affecté à la production indépendante en 2012 était inférieur de 105.697€ par rapport aux prescrits du contrat de gestion. Cette faculté de report d'investissement n'était formellement pas prévue mais le Collège avait pris en considération l'engagement formulé par la RTBF de « participer activement à l'objectif d'accroître la production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires ». Toutefois, le Collège a précisé en 2013 qu'il s'assurerait en particulier que ces montants réservés viennent bien compléter les investissements minimaux fixés à l'article 12.4.2 c), du quatrième contrat de gestion et que ce report soit conforme aux modalités à déterminer dans le cadre de la convention conclue entre toutes les parties intéressées

conformément à l'article 12.4.3. *in fine* du quatrième contrat de gestion¹². Même si la vue totale et globale de l'affectation et de la liquidation des montants concernés ne pourra avoir lieu qu'en fin de période du contrat de gestion, les montants totaux affectés à la production indépendante en 2013, 2014 et 2015 sont nettement supérieurs aux obligations.

Pour l'exercice 2013, la RTBF déclarait avoir investi 303.260 € à la production de la première saison de la série « *Esprits de Famille* » au titre de soutien à des séries belges francophones. Selon les explications apportées par la RTBF suite au dernier contrôle¹³, ce montant était considéré comme affecté et dépensé pour une série belge relevant du Fonds, cette dernière ayant par ailleurs bénéficié d'un droit de tirage sur l'apport de la Fédération Wallonie-Bruxelles au Fonds. Cette somme apparaissait donc comme imputable de la provision de 630.000€ comptabilisée en 2012 dans le paragraphe susvisé.

Il est à noter cependant que le soutien apporté à cette série a eu lieu en dehors de l'appel à projets de septembre 2013 permettant aux créateurs intéressés de remettre leurs projets pouvant être éligibles au Fonds FWB-RTBF pour les séries belges. Suivant la RTBF, il semble que cette production ait néanmoins bien été validée par le Comité de sélection et le Comité d'agrément administratif, composés paritairement de représentants de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de la RTBF et compétents respectivement pour choisir les projets susceptibles d'être développés, puis produits dans le cadre de la gestion du Fonds, et pour vérifier entre autres la viabilité technique et financière des projets soutenus ainsi que l'éligibilité des dépenses annoncées. Le Collège comprend l'argumentaire de la RTBF mais attend les confirmations administratives adéquates sur ce point.

Le Collège a invité le Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui assure le secrétariat des Comités susvisés, à fournir au CSA une liste des projets soutenus en 2014 et 2015 dans le cadre du Fonds séries, précisant la forme de l'intervention, ainsi que les montants des droits de tirage prévus et ceux qui ont effectivement été libérés afin de réaliser un état des lieux de l'utilisation du Fonds.

Toujours dans l'objectif de réaliser cet état annuel mais également de manière à démontrer la conformité au contrat de gestion des investissements en coproduction consentis, notamment sur les critères d'œuvre majoritaire et d'indépendance des producteurs, la RTBF a fourni le tableau récapitulatif du Fonds séries belges depuis 2012, détaillant les engagements de la RTBF vis-à-vis du Fonds séries -de 2012 à 2015- ainsi que l'apport de la RTBF suivant les conventions avec les producteurs (par projet et avec précision de la phase de développement)¹⁴.

Soumission de projets

Le contrat de gestion de la RTBF l'invite à mener une politique de contrats cadres harmonisée avec des producteurs audiovisuels indépendants (art. 12.1 et 12.2). À ce propos, l'éditeur déclare : « *il existe des modèles de conventions de coproduction cadres établies en collaboration avec le département juridique et la direction des antennes. Concernant le fond spécial séries belges, des conventions de développement sont établies avec les producteurs concernés* ».

¹² Avis du Collège n°118/2013, Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2012, p. 14.

¹³ Avis du Collège n°70/2015 du 18 décembre 2014, Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2013.

¹⁴ Comme elle le fait pour les autres types de production indépendante dans lesquelles elle investit conformément aux articles 12 et 13 du contrat de gestion

En outre, l'article 12.7 de son contrat de gestion impose à la RTBF d'informer les producteurs audiovisuels indépendants qui lui remettent des projets de coproductions de ses choix à leur égard, en soulignant les qualités et défauts qui les ont guidés.

La RTBF transmet dans son rapport annuel un tableau qui synthétise les procédures suivies dans ce cadre en fonction des genres desquels relèvent les projets reçus. La RTBF précise sur ce point que les producteurs ayant participé à l'appel à projet pour les séries belges ont été informés des suites données aux projets déposés sur cette base et que les lettres de refus ont été transmises en version électronique.

La RTBF doit appliquer un suivi du même ordre à l'égard des suggestions de programmes qui émanent des membres de son personnel (article 62 du contrat de gestion). Sur ce point, l'éditeur décrit sa procédure d'élaboration des grilles de programmes et déclare stimuler la créativité via des appels à projets.

2.5 Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (art. 25.5 d & art. 56.2)

La RTBF a pour obligation de verser au Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (FACR) 2% du produit de ses recettes nettes de publicité commerciale en radio. L'éditeur déclare avoir versé un montant de 488.770,08 € en 2015 et le FACR confirme ce versement dans son bilan. Ce montant correspond à l'aide calculée sur base des recettes publicitaires commerciales nettes en radio de 24.438.504,24 € pour l'année 2015.

Quant aux recettes publicitaires commerciales en radio pour l'exercice 2015, elles s'élèvent, d'après les chiffres déclarés à la Fédération Wallonie-Bruxelles, à un montant de 25.483.760,50 €. Sur cette base, la contribution au FACR due par l'éditeur en 2016 est fixée à 509.675,21 € ce qui représente une hausse de 20.905,13 € (+4,10%).

Contribution de la RTBF au FACR

	Contribution FACR	Evolution en €	Evolution en %
2009	261.008,32 €	-4.987,13€	-1,87%
2010	304.174,79 €	+43.166,47€	+16,54%
2011	354.310,78 €	+50.138,99€	+16,48%
2012	387.246,36 €	+32.935,58€	+9,30%
2013	431.351,00 €	+44.104,37€	+11,39%
2014	462.315,65 €	+30.964,65€	+7,18%
2015	488.770,08 €	+26.454,43€	+5,72%
2016	509.675,21 €	+20.905,13 €	+4,10%

S'agissant de l'obligation de diffuser annuellement des programmes financés par le FACR à concurrence de 20 heures, l'éditeur déclare, pour 2015, avoir diffusé des œuvres soutenues par le FACR au sein des programmes « Par Ouï Dire » (du lundi au dimanche de 22h05 à 23h) sur La Première.

La RTBF indique avoir diffusé 28 programmes de création radiophonique (hors rediffusions) pour un total de plus de 33 heures, l'obligation est dès lors largement rencontrée.

2.6 Archives et plateforme pédagogique avec la Sonuma (art. 17)

Exploitation des archives

L'article 17§1er du contrat de gestion impose à la RTBF de poursuivre « ses collaborations avec la SA SONUMA pour exploiter au mieux le fonds d'archives sonores et audiovisuelles qu'elle lui a cédé, à des fins de conservation, de numérisation et de valorisation ».

Comme en 2014, La RTBF rappelle que « la SONUMA poursuit le travail de numérisation des archives et a finalisé la numérisation des supports magnétiques vidéo ».

Concernant l'indexation des archives, la RTBF affirme que « depuis l'été 2014, une équipe de 8 personnes décrit à grande échelle les contenus numérisés », suite à l'attribution du marché d'indexation qui couvre la période 2014-2019.

En ce qui concerne la valorisation, l'accord avec la plateforme Ina MEDIAPRO prévoit la mise à disposition du catalogue de la RTBF à cet outil de recherche. Fin 2015, cette offre proposait la SONUMA 3800 séquences et programmes d'archives audiovisuelles.

Mise à disposition des archives

En vertu de l'article 17§2 de son contrat de gestion, la RTBF reste attentive à ce que, d'une part, « la SONUMA mette ces archives à disposition des différents secteurs intéressés » et, d'autre part, à ce que la SONUMA « accélère la mise à disposition et l'accessibilité de ces archives à tous les publics ».

En interne, toutes les équipes de la RTBF accèdent librement aux archives numérisées par la SONUMA via un outil de recherche adapté dénommé « Tramontane SONUMA ». Celui-ci permet de consulter instantanément les vidéos et de déclencher leur rapatriement dans les outils de montage.

En externe, « les demandes des professionnels sont gérées directement par l'équipe commerciale de la SONUMA ». Le site public www.sonuma.be, en ligne depuis 2010, constitue la vitrine promotionnelle des archives. Il propose plus de 5000 séquences représentatives de l'ensemble des catalogues TV et radio numérisées.

Enfin, la RTBF déclare que la SONUMA travaille à une mise à disposition des archives au grand public avec le bémol que « le clearing des droits nécessite un travail important pour permettre cette exploitation » et demande notamment de nouvelles négociations avec les sociétés de gestion collective de droits et plusieurs ayants droits. De ce fait, la mise à disposition, prévue initialement pour 2015, sera reportée à 2016.

Plateforme numérique

Enfin, la RTBF doit développer « avec la SONUMA et la FWB une plateforme numérique de coopération entre les trois parties, permettant la mise à disposition de contenus audiovisuels, spécialement informatifs ou documentaires, à destination des professeurs et des élèves » (article 17 § 3).

La RTBF affirme que certaines ressources sont déjà mises à disposition des enseignants « tels que les vidéos et les textes des journaux télévisés, des photos, des documentaires télévisuels, des magazines d'actualité, des émissions radiophoniques... ».

L'éditeur évoque ensuite diverses rencontres tripartites sur ce thème n'ayant pas abouti.

Le Collège invite la RTBF à reprendre les contacts utiles à poursuivre la réflexion autour de la mise en place de cette plateforme numérique de mise à disposition de ressources pédagogiques.

3. Information

3.1 Déontologie de l'information

Le renforcement de la cohésion sociale, la qualité et le respect des pratiques en matière d'information et de déontologie journalistique sont garantis, selon l'éditeur, par la structure de sa direction de l'information qui prévoit un encadrement permanent des équipes de rédaction.

La RTBF met également quatre textes fondamentaux en évidence :

- La déclaration de l'Union européenne de radiodiffusion ;
- La charte des valeurs de l'entreprise (2012), inspirée notamment de la déclaration de l'UER ;
- Le règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel ;
- Le guide d'usage des réseaux sociaux.

L'éditeur déclare en outre que sa société des journalistes (SDJ), association de fait créée le 25 janvier 2005, tient tous les membres du personnel informés de ses activités via l'intranet de l'entreprise. Ses statuts 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* ».

3.2 En télévision

La RTBF produit au moins trois journaux d'information générale par jour : « Le 13h00 », « Le 19h30 » et « Le 12 minutes ». Cette offre est renforcée du lundi au vendredi par « Le 15 minutes » et par des éditions spéciales en fonction de l'actualité.

La RTBF produit un journal d'information générale destiné à la jeunesse, du lundi au vendredi, hors vacances scolaires, et selon un horaire approprié : « Les Niouzz » (diffusé sur La Trois à 17h15 et rediffusé à 20h05 avec traduction gestuelle).

La RTBF diffuse au moins deux programmes mensuels portant sur l'actualité et les enjeux internationaux : « Mag Europarl », « le Bar de l'Europe », « EuropeS » et des séquences dans « Jeudi en prime ».

La RTBF produit deux programmes bimensuels d'investigation, d'enquête et de reportage en dehors des périodes d'été et de congé : « Questions à la Une » et « Devoir d'enquête ». Elle produit également le programme de débat hebdomadaire : « Mise au point » remplacé depuis septembre 2015 par « Les décodeurs ». Elle produit enfin des entretiens hebdomadaires d'actualité : « le Bar de l'Europe », « L'Indiscret » (dans « Mise au point ») et « Jeudi en prime ».

La RTBF déclare que son offre d'information est en évolution constante dû à la volonté de ses rédactions de développer des formats innovants susceptibles de toucher tous ses publics.

Le Collège constate que l'offre d'information de la RTBF remplit ses obligations contractuelles.

3.3 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 diffuse, sur La Première, 31 journaux

quotidiens, rappels des titres et flashes d'information générale du lundi au vendredi, 25 le week-end et les jours fériés.

Sur la Première, une séquence d'information multirégionale, « En direct près de chez vous », est diffusée du lundi au vendredi. Vivacité diffuse des émissions en décrochage entre 6h et 8h dans les régions de Bruxelles, Liège, Charleroi, Hainaut, Namur et Luxembourg. En outre, les programmes « Aller-retour » (15h-17h), également en décrochage, détaillent la vie des régions de Bruxelles, Liège, du Hainaut et de l'ensemble Namur-Luxembourg-Brabant wallon.

La RTBF remplit largement son obligation de diffuser différents programmes de débats, forums ou entretiens d'actualité avec « L'acteur en direct », « Le forum de midi », « Face à l'Info », « Le grand oral », « Dans quel monde on vit », etc.

Elle diffuse plusieurs programmes consacrés à l'actualité internationale : notamment les séquences « Questions du monde », « Afrik'hebdo », « La Semaine de l'Europe ». Les programmes « Transversales » ou « Le forum de midi », notamment, traitent également régulièrement de l'actualité internationale.

Sur l'ensemble de ces programmes en radio, la RTBF remplit donc ses obligations contractuelles.

3.4 Nouvelles plateformes

La quasi-totalité de l'offre d'information de la RTBF est proposée en direct et à la demande sur son site internet. Certains programmes peuvent également être consultés par séquences.

En fonction de l'actualité, des dossiers d'information spécifiques sont mis en ligne : les attaques terroristes à Paris, le Génocide arménien, climat, Waterloo 2015, la crise des réfugiés...

La RTBF précise également qu'elle développe l'interactivité de ses contenus, notamment en tenant compte des nouveaux modes de consommation de l'information : apport d'informations de proximité via les smartphones et diffusion des contenus d'information sur toutes les plateformes, de manière à assurer la disponibilité des contenus d'information sur internet et les réseaux sociaux.

3.5 Modération sur les plateformes numériques

La modération est régie par les articles 7.5 du CG et l'article 42 *sexies e*, 2ème tiret, qui, concernant les commentaires sur les forums et les réseaux sociaux notamment, stipule que « *ces commentaires font l'objet d'une modération régulière et adéquate, de manière à empêcher ou supprimer tout contenu contraire aux lois et plus particulièrement à l'ordre public, aux bonnes mœurs et aux principes démocratiques essentiels* ».

La RTBF n'autorise les commentaires sur ses sites internet que si la cellule de modération est en activité. La RTBF a également décidé de lier la publication de commentaire à Facebook pour des questions d'identification.

En ce qui concerne les réseaux sociaux, en tant qu'administrateur de pages Facebook, la RTBF peut supprimer des commentaires sur base de critères propres définis au regard des contours légaux de la liberté d'expression. L'éditeur peut également bannir les internautes ayant des comportements illicites.

En complément des « administrateurs de pages », la RTBF dispose d'une équipe de coordinateurs des réseaux sociaux auxquels des formations spécifiques sont dispensées. La RTBF utilise également des logiciels de modération par mot-clé. En 2015, le département RTBF interactive a mis en ligne le « guide du fair play RS » qui a pour but « *de conscientiser les utilisateurs de réseaux sociaux à se comporter de*

manière fair-play ». Une adresse mail a en outre été mise en place dans le but de recueillir les problèmes détectés sur les réseaux sociaux par les utilisateurs.

La RTBF admet ne pas être en mesure de contrôler tous les commentaires présents sur les pages Facebook. Force est en effet de constater que certains commentaires problématiques subsistent dans quelques cas. Les sujets les plus polémiques font néanmoins l'objet d'une vigilance accrue.

4. Éducation permanente (art. 28)

La RTBF déclare qu'elle diffuse sur toutes les plateformes des programmes qui traitent de manière transversale des questions d'éducation permanente.

4.1 En télévision

L'éditeur qualifie 17 de ses programmes comme relevant particulièrement de l'éducation permanente et citoyenne. Il cite notamment :

- « Les Belges du bout du monde » (mensuel sur La Une) : expériences et histoires de Belges expatriés.
- « On n'est pas des pigeons » (quotidien sur La Une) : magazine de consommation.
- « Le jardin extraordinaire » (hebdo sur La Une) : nature et environnement.
- « Alors on change » (mensuel La Deux et La Trois) : environnement, solidarité active, consommation,
- « Matière grise » (hebdo sur La Une et La Deux) : magazine scientifique.
- « Reflets sud » (hebdo sur La Deux et La Trois) : regard sur les pays du sud.
- « Tout ça (ne nous rendra pas le Congo) » (mensuel sur La Une et La trois) : « *la vie au jour le jour, sans concession, de personnes ordinaires ou non* ».
- « MediaLog » (mensuel sur La Deux et La Trois) : médiation et éducation aux médias.

4.2 En radio

L'éditeur identifie plusieurs de ses programmes comme relevant particulièrement de l'éducation permanente et citoyenne (dont une majorité sur La Première et sur Vivacité). Il cite notamment :

- Le décryptage de l'actualité - « Le forum de midi » (La Première) ou « Dans quel monde on vit » (La Première).
- Le débat de société - « Face à l'info » (La Première) ou « C'est vous qui le dites » (Vivacité).
- La découverte de l'autre - « Transversales » (La Première) ou « Eldorado » (La Première).
- La famille et l'affect - « La vie du bon côté » (Vivacité) ou « Bang Bang » (Pure FM).
- L'environnement - « Grandeur Nature » (Vivacité).
- La santé - « O positif » (La Première).

Le Collège constate que l'offre en programmes d'éducation permanente de la RTBF remplit ses obligations contractuelles.

4.3 Éducation aux médias (art. 29, 36 et 37)

En vertu de son contrat de gestion (art.29), la RTBF doit porter une attention particulière aux questions relatives aux médias électroniques et à la consommation publicitaire en diffusant sur les services audiovisuels des programmes ou séquences d'éducation aux médias.

En outre, la RTBF est tenue de renforcer sa collaboration avec le Conseil supérieur d'éducation aux médias.

En télévision

Le programme « Medialog » s'adresse « à tous les publics en usant d'une pédagogie claire et attractive ». Le programme décrypte les pratiques journalistiques, l'évolution du monde des médias et, plus globalement, tout ce qui se passe « de l'autre côté de l'écran ». Des professionnels du terrain témoignent de leur expérience, le processus de « fabrication » d'un programme est décodé. La rubrique « MediaFactory » explore le quotidien d'un métier de l'audiovisuel, ainsi que la filière de formation pour y accéder. La rubrique « Mediamaton » permet le dialogue avec les citoyens qui participent aux visites guidées de la RTBF.

En outre, les programmes d'information générale abordent régulièrement des thématiques en phase avec la mission d'éducation aux médias (journaux parlés et télévisés, « On n'est pas des pigeons »).

En radio

Des thématiques relatives à l'éducation aux médias sont traitées dans les programmes ou séquences : « MediaTic », « Le journal du Web », « Surfons tranquille », « Media 21 », « Empreinte digitale ». Des séquences sont aussi occasionnellement diffusées dans « Entrez sans frapper », « Questions clés », « Le grand oral », « Le Forum de Midi », « Dans quel monde on vit », « La question du Jour » (Matin Première), « Les Décodeurs » et « On n'est pas des pigeons ».

L'émission Belgodyssée permet à de jeunes journalistes des deux communautés linguistiques belges de réaliser des reportages, sur leurs communautés respectives, dans le cadre d'un concours pour l'accès à un stage à la RTBF et à la VRT.

Hors antenne

Conformément à son contrat de gestion, la RTBF entretient des contacts réguliers avec le CSEM (séances plénières, trois groupes de travail RTBF-CSEM, participation à différents groupes de travail et projets du CSEM).

Elle participe également à des projets d'éducation aux médias en partenariat (notamment avec Media Animation), à l'opération « Journalistes en classe », au plan « Média Citoyenneté Diversité » du Carrefour des cultures...

En outre, elle organise des visites guidées de ses installations :

- « RTBF inside » : mise en lumière, sur divers supports, des étapes de fabrication des contenus, des métiers de l'audiovisuel et de leurs contraintes. Points sur les questions d'audiences, de communication-marketing, de budget et de programmation).
- « RTBF Lab » (accessible dès 8 ans, en relation avec les objectifs du CSEM) : déconstruction et production de contenus audiovisuels, exercice de l'esprit critique et de la créativité).

Enfin, l'éditeur considère que le dialogue qu'il entretient avec ses auditeurs et téléspectateurs via son service de médiation et via les réseaux sociaux contribuent également à l'éducation aux médias du public.

Plan stratégique d'éducation aux médias

Son contrat de gestion prévoit que la RTBF mette en œuvre un plan stratégique d'éducation aux médias, développé sur tous ses médias (360°). Sur base des recommandations d'un groupe de travail créé en interne, le conseil d'administration a validé un tel plan en 2014. Celui-ci s'inscrit dans les grandes tendances de l'évolution du secteur audiovisuel (croissance de la consommation non linéaire, progression des usages mobiles, interactivité, développement de la consommation publicitaire sur mobiles et réseaux sociaux, nouveaux acteurs du marché issus du web).

La version 2015 du plan s'appuie sur le bilan du plan 2014 et définit onze actions prioritaires :

1. Promotion et développement des programmes Medialog, Mediatic et Les Décodeurs ;
2. Diffusion de programmes pour les adolescents et les enfants (Niouzz, OUFtivi Reporters,...).
Sur ce point, le Collège constate que le programme crossmedia « What the Fake » n'a pas été reconduit en dépit du fait qu'il s'agissait d'un créneau d'éducation aux médias à destination des adolescents et à la production duquel ils étaient associés ;
3. Production d'un programme sur les nouvelles technologies pour répondre à certaines questions relatives par exemple à la vie privée, au e-commerce ou à la publicité (« Méfiez-vous des commentaires sur le web », « Géolocaliser ses appareils Apple », « Comment payer son parking via sms ? », « Qu'est-ce qu'un hoax ? »,...) ;
4. Création d'un site internet d'éducation aux médias (programmes et séquences de la RTBF, thématiques spécifiques en collaboration avec le CSEM) :
<http://www.rtb.be/entreprise/education-aux-medias> ;
5. Participation des publics par la promotion d'espaces d'expression et de débat, notamment sur les réseaux sociaux ;
6. Mise en avant des choix éditoriaux dans une perspective d'éducation aux médias au moyen de rubriques spécifiques (diverses pistes restent à développer) ;
7. Participation à des événements : Safer Internet Day, Semaine du numérique (avec le CSEM), Salon de l'Éducation (avec le CSEM), Campagne ONE « Les enfants et les écrans » (avec le CSEM), Salon des Médias.
8. Visites guidées (RTBF Inside) et ateliers (RTBF Lab), les guides de la RTBF suivent la formation MediaCoach ;
9. Sensibilisation, information et formation du personnel ;
10. Identification et inventaire des programmes d'éducation aux médias pour usage en interne et en externe ;
11. Priorité d'investissement technologiques dans le séquençage des programmes pour une diffusion spécifique (web, notamment le site d'éducation aux médias).

L'éditeur communique un bilan de ce plan pour 2015 dans lequel, au-delà des actions déjà entreprises (et majoritairement répertoriées ci-dessus), il développe des pistes afin de concrétiser mieux encore certaines de ses actions dont le besoin d'améliorer le site internet dédié à l'éducation aux médias (visibilité, liens,...), des moyens de mise en évidence des choix éditoriaux, le projet de développer un « showroom technologique » à combiner avec les visites guidées,...

Un groupe de pilotage informel, composé de membres de la RTBF et du CSEM, suit la concrétisation du plan.

Education aux médias pour les enfants et la jeunesse

Jeunesse

Des séquences régulières sont diffusées sur Pure fm (« Empreinte digitale »).

En ce qui concerne les adolescents, la RTBF a cependant mis fin au programme transmedia « What the fake »¹⁵. L'éditeur s'en explique par le fait que « *le public ado est difficile à toucher en soi et s'exprime peu* ».

Enfants

Sur ce point, la RTBF rappelle que des élèves de classes du niveau fondamental participent toujours activement à la réalisation des Niouzz (41 classes par an). Les enfants peuvent aussi devenir « OUFtivi reporters » et participer activement à des productions de séquences sur des sujets qui les préoccupent. Des démarches similaires existent sur Musiq'3.

L'article 37 du contrat de gestion implique que l'éditeur diffuse, dans son journal d'information destiné aux enfants, « *des séquences d'éducation aux médias consacrées spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment au placement de produits)* ». Pour l'exercice 2015, 21 séquences d'éducation aux médias ont été diffusées dans les Niouzz.

En conclusion, le Collège constate qu'à destination des adolescents, l'éditeur mentionne uniquement les programmes « What the fake » et « Libre échange ». Le premier s'est achevé en 2014 et le second, développé sur le modèle de l'ancien programme « Quand les jeunes s'en mêlent », ne rencontre pas totalement l'obligation¹⁶. En outre, le public ciblé par le programme semble appartenir à une tranche d'âge au-delà de 18 ans.

Cependant, le Collège reconnaît les avancées considérables réalisées par l'éditeur en matière d'éducation aux médias et sur plusieurs terrains : production, formation, collaboration, information.

5. Culture (articles 24 à 26)

La RTBF doit veiller à valoriser la culture sous toutes ses formes au travers de formats de programmes diversifiés. Elle doit ancrer son offre culturelle dans la mise en valeur des ressources artistiques et patrimoniales de la FWB. Elle doit renforcer son rôle d'incubateur de talents en accordant une attention particulière aux créateurs, auteurs, artistes, interprètes, éditeurs, producteurs, réalisateurs et distributeurs de la FWB. Elle doit couvrir un large panorama de modes d'expression et de disciplines artistiques.

En télévision

La RTBF détaille son offre culturelle :

- Le « Dan LateShow », « 69 minutes sans chichis » et « Hep Taxi » proposent des entretiens avec des personnalités du monde culturel belge ou international.
- « Wallons-nous » (La Trois) valorise le patrimoine dialectal (littérature, théâtre).
- « D6Bels on stage » (La Deux), « Le Concours Reine Elisabeth », « Le Meilleur du classique », « Le Classique en prime » (La Trois) valorisent différents genres musicaux, mêlant des captations, des documentaires musicaux ainsi que des plages d'expression pour les artistes.

¹⁵ <http://www.lesoir.be/488092/article/studeo/2014-03-07/what-the-fake-l-internet-demystifie-pour-jeunes>

¹⁶ Voir décision du Collège d'autorisation et de contrôle du 17 février 2011, p.7

- « La Cité du Livre » (La Trois) invite à rencontrer les auteurs et à découvrir les métiers du livre.
- « Livrés à domicile » (La Deux) organise une rencontre entre un lecteur et un auteur, accompagnés par les chroniqueurs de l'émission.
- « Tellement ciné » fait une mise au point sur l'actualité cinéma de la semaine.
- Des programmes de divertissement tels que « Signé Taloche » et le télé-crochet « The Voice » (La Une) offrent une tribune aux talents émergents de la FWB et d'ailleurs.

En outre, l'éditeur précise que les arts de la scène, les beaux-arts et les arts plastiques font l'objet de séquences régulières dans ses journaux télévisés.

Suite à la redéfinition du projet ARTE Belgique, consécutive à la fin de la subvention liée et à la modification de l'article 26 du contrat de gestion, la RTBF a remanié son offre culturelle en 2015, tablant notamment sur la compensation d'un million d'euros prévue dans son budget général.

En suivi de l'arrêt du programme « 50° Nord », l'éditeur a créé des nouveaux programmes culturels pluridisciplinaires en 2015 :

- L'agenda culturel « C'est Cult » (la Deux), un microprogramme « concept » consacré à divers événements culturels dans toute la Belgique.
- « L'invitation » (La Trois), un magazine quotidien proposant une expérience culturelle unique à deux participants en compagnie d'un artiste.
- « Tout le Baz'Art » (La Trois), un magazine bilingue bimensuel mettant en valeur une personnalité du monde culturel belge.
- « Coupé au Montage » (La Trois), interview au cours de laquelle le parcours d'une personnalité culturelle est exploré.

En radio

Les programmes répondant à la mission culturelle et remplissant le rôle de mise en valeur des acteurs culturels, du patrimoine ainsi que du soutien aux talents émergents ou confirmés de la FWB cités par l'éditeur sont les suivants :

- La Première : « Zik-Zag » (nouveauautés musicales), « Le Grand Jazz », « Le monde est un village » (musique du monde), « le Classique du dimanche » (émission sur la musique classique). « Tout le monde y passe », « Entrez sans frapper », « La bande de curieux » (agenda culturel animés par les chroniqueurs cultures de la RTBF) offrent des rubriques portant sur les différentes disciplines artistiques ainsi que des rendez-vous avec les artistes. « Par oui-dire » propose des créations radiophoniques. « Première de couverture » et « La librairie francophone » mettent en lumière l'actualité littéraire. En 2015, La Première a proposé de nouveaux programmes : « Coupé au montage », émission déclinée en radio et en télévision, présentant le parcours d'une personnalité culturelle exploré en sa compagnie ainsi que « L'invitation », proposant un moment d'immersion dans un événement culturel sous forme d'un documentaire radio.
- Vivacité : les séquences « The Voice » offrent un rayonnement aux artistes de la Fédération. Trois programmes hebdomadaires (Liège – Hainaut – Namur/BW/Lux) sont présentés dans des dialectes régionaux wallons. Le programme « Les petits papiers » offre un espace d'expression aux artistes. « Viva Weekend » propose un agenda de rendez-vous culturels mettant en lumière le patrimoine matériel et immatériel de Wallonie et de Bruxelles.
- Pure FM : « Drugstore » et « Pure Jus » (musique) offrent des découvertes musicales ; « Periscope » propose des chroniques portant sur l'actualité culturelle. « 5 heures cinéma » (en non-linéaire) fait un focus sur les sorties de la semaine.

- Musiq'3 : « Le grand 4H », « Jazz », « Musiq Académies » « Soirées Opéra » « Concert » « Table d'écoute » et globalement la grande majorité de la programmation de Musiq3 laisse une place importante à la musique ainsi qu'au patrimoine musical. « Les Glaneurs » fait un point hebdomadaire sur l'actualité de la création, « Demandez le programme » suit l'actualité musicale et « Puisque vous avez du talent » offre un espace d'expression aux jeunes musiciens.
- Classic 21 : « Plein écran » propose un aperçu des sorties cinéma de la semaine et des agendas des concerts sont diffusés quotidiennement. « Today in music » fait le point sur un évènement musical passé. « Media 21 » analyse l'actualité des médias et du web ainsi que leur impact sur la culture.
- L'éditeur indique aussi que les arts de la scène, les beaux-arts et les arts plastiques font l'objet de séquences régulières dans ses journaux parlés.

5.1 Captations

En télévision (art.25.4, a)

Spectacles musicaux, lyrique, ballet en télévision (art.25.4, a)

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

L'éditeur déclare avoir diffusé 177 spectacles musicaux (contre 128 en 2014) parmi lesquelles 160 productions de la FWB et 104 nouvelles captations. Une grande majorité de ces diffusions ont été faites sur La Deux dans le cadre du talk-show musical « D6bels on Stage » et sur La Trois avec des programmes tels que « Le Meilleur du Classique » (qui proposent notamment des captations de concerts faites durant le « Festival Musiq'3 ») ou encore le « Concours Reine Elisabeth ».

Le Collège ne comptabilise pas les 17 éditions de « The Voice » estimant que ce programme ne peut pas être considéré comme un spectacle musical dans la mesure où les prestations scéniques qu'il contient répondent exclusivement aux codes télévisuels. Le Collège revoit donc le nombre total des programmes musicaux à 160, le nombre de productions FWB à 143 et le nombre de nouvelles captations à 87. Cela étant, l'obligation est largement rencontrée.

Spectacles de scène en télévision (art.25.4,b)

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

L'éditeur déclare avoir diffusé 42 spectacles de scène (contre 78 en 2014) dont 10 œuvres théâtrales et 7 nouvelles captations théâtrales. Le Collège observe une évolution dans le choix des nouvelles captations qui s'ouvrent à présent aux scènes actuelles après avoir été longtemps cloisonnées au théâtre dialectal. L'obligation est donc rencontrée.

Spectacles ou concerts musicaux ou lyriques en radio (art.25.5, a)

En radio, la RTBF doit diffuser au moins 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en FWB.

L'éditeur déclare avoir diffusé sur l'ensemble de ses chaînes 559 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques dont 203 produits en FWB. 419 de ces concerts ont été diffusés par Musiq'3. Les autres

diffusions ont principalement été réalisées sur La Première (59) et sur Pure FM (58). Enfin, 177 de ces spectacles ou concerts sont des captations réalisées par l'éditeur. L'obligation est rencontrée.

5.2 Collaborations avec les acteurs culturels (art.56.1)

Au sein d'une plateforme de concertation, la RTBF doit entretenir un dialogue régulier avec les acteurs culturels de la FWB. L'éditeur signale que cette plateforme s'est réunie trois fois en 2015. Parmi les sujets abordés :

- L'offre culturelle de la RTBF ;
- La plateforme web de ressources pédagogiques numériques ;
- Les « D6Bels Music Awards » ;
- L'éducation aux médias ;
- Les nouvelles stratégies de promotion du cinéma belge francophone.

5.3 Quotas

En télévision (art. 19)

La RTBF a pour obligation de diffuser au moins 55% d'œuvres européennes, 35% d'œuvres francophones et 10% d'œuvres émanant de producteurs indépendants produits endéans les 5 ans précédant leur diffusion.

Sur base des échantillons relatifs à l'exercice 2015, et en comptabilisant les œuvres diffusées sur l'ensemble des trois services linéaires de la RTBF, le CSA calcule les proportions suivantes :

- Les œuvres européennes représentent 80,2%
- Les œuvres d'expression originale francophone représentent 68,4%
- Les œuvres émanant de producteurs indépendants représentent 25,6%
- Les œuvres émanant de producteur indépendants et produire dans les 5 années précédant la diffusion représentent 20,8%

L'obligation est rencontrée.

Répartition des quotas sur les trois services :

	européen	francophone	indépendant	récent
La Une	82,6%	77,8%	15,9%	10,2%
La Deux	79,2%	74%	15,2%	14,5%
La Trois	79,3%	57,8%	42,4%	34,6%

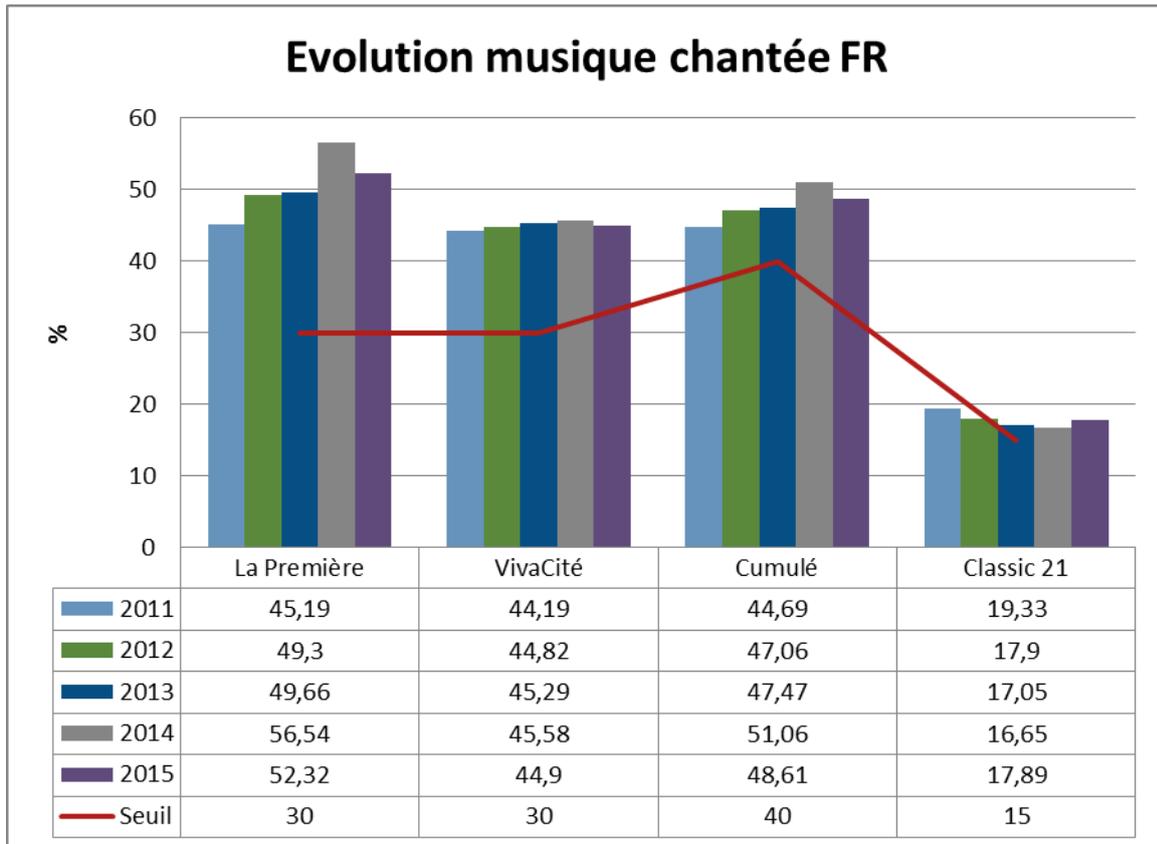
En radio (art. 25.5)

L'éditeur déclare qu'en moyenne annuelle, les services généralistes de la RTBF (La Première et Vivacité) ont diffusé ensemble 48,75% de titres chantés sur des textes en langue française. Après vérification, le Collège constate que les deux chaînes généralistes ont diffusé 48,61% de chansons francophones (pour 51,06% en 2014).

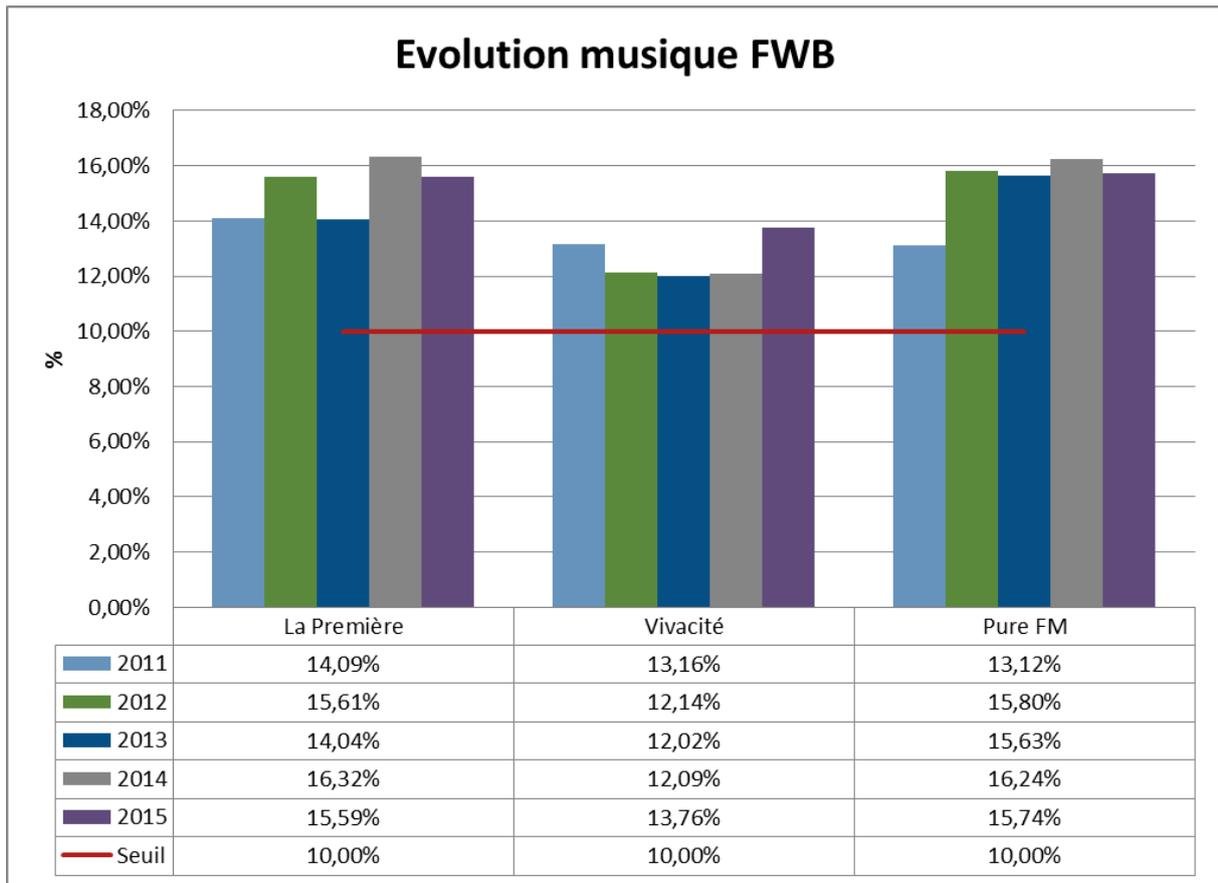
L'obligation de diffuser, sur ses deux services généralistes, au moins 40% d'œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française, est remplie.

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 52,46% sur La Première, et 45,04% sur Vivacité. Après vérification, le CSA constate que La Première a diffusé 52,32% (56,54% en 2014) de chansons francophones et Vivacité 44,90% (45,58% en 2014).

Sur la chaîne musicale qu'il désigne, à savoir Classic 21, l'éditeur déclare avoir diffusé sur cette même période des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française à hauteur de 17,68%. Après vérification, le Collège constate que Classic21 a diffusé 17,59% (16,65% en 2014), l'obligation d'atteindre au moins 15% d'œuvres de musiques non classiques sur des textes en langue française est donc rencontrée.



En 2015, l'éditeur déclare avoir diffusé, sur l'ensemble des services généralistes et Pure FM, 15,9% d'œuvres émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs de la Communauté française. Après vérification, le Collège constate que cette diffusion s'élève globalement à 15,13% (14,88% en 2014). Pure FM a diffusé 15,74% (16,24% en 2014) d'œuvres de la Communauté française, La Première 15,89% (16,32% en 2014) et Vivacité 13,76% (12,09% en 2014). 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 10% d'œuvres de musiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Communauté française, est remplie.



5.4 Mise en valeur sur les nouvelles plateformes

Dans son offre non linéaire de programmes, la RTBF doit privilégier les œuvres européennes, les œuvres en langue française et les œuvres de producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles. En outre, la RTBF doit assurer une mise en valeur de ces œuvres par une présentation attrayante dans ses catalogues de programmes à la demande.

Le catalogue de la RTBF se compose de plusieurs types d'œuvres européennes :

- Les productions propres de la RTBF ;
- Les documentaires achetés via les différents distributeurs européens ;
- L'offre du catalogue France Télédistribution ;
- L'espace documentaire Belgiumdoc.

La mise en valeur est concrétisée par :

- La diffusion d'un pictogramme en linéaire indiquant la disponibilité du programme à la demande ;
- Une newsletter régulière reprenant un lien vers l'offre RTBF interactive ;
- La promotion du catalogue sur le site RTBF interactive ;
- Le programme « Lunettes noires & lunettes blanches » proposé en non linéaire et qui présente l'offre de vidéos à la demande.

L'éditeur ajoute que les droits non linéaires sont toujours négociés et, s'ils sont acquis, les œuvres concernées sont intégrées au catalogue. L'obligation est rencontrée.

6. Sport (art.34)

6.1 En télévision

La RTBF déclare avoir diffusé près de 1000 programmes de thématique sportive sur le « live center » de son site internet durant l'exercice 2015. Ceux-ci couvrent les grandes disciplines : football, cyclisme, sports moteurs, tennis, basket, athlétisme et hockey. Parmi ces occurrences figurent notamment des retransmissions de matches des équipes féminines belges de hockey (World League) et de football (Championnat du Monde).

Interrogée quant à sa couverture des sports pratiqués par des personnes à déficience physique ou sensorielle, la RTBF met en avant sa couverture des Jeux Paralympiques de Rio (septembre 2016) : plus de 11 heures de programmes répartis sur les trois chaînes linéaires.

Enfin, la RTBF rappelle que son magazine multisports « *Le Week end sportif* » propose des séquences qui abordent toutes les disciplines reprises ci-dessus et d'autres également (en ce compris le sport féminin et le sport pratiqué par des personnes à déficience sensorielle ou moteur).

6.2 En radio

La RTBF déclare avoir diffusé plusieurs centaines de programmes à thématique sportive durant l'exercice 2015 (principalement sur son service Vivacité). Ceux-ci se concernent principalement les disciplines suivantes : football, sports moteurs, cyclisme, tennis, basket, athlétisme et hockey.

À ces proportions viennent s'ajouter des séquences « reportage grand format » diffusées lors du journal des sports chaque dimanche. La RTBF déclare que ces séquences couvrent notamment des disciplines moins médiatisées, des sports pratiqués par des femmes et des sports pratiqués par des personnes handicapées.

7. Programmes pour la jeunesse (art.36 & art. 28bis)

7.1 Programmes pour enfants (art.37)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services qu'elle juge pertinents, des programmes spécifiquement destinés aux enfants. Ces programmes sont diffusés en télévision sur une des trois chaînes généralistes, dans une programmation cohérente réservée aux enfants et sans publicité. Les éventuels prolongements de ces programmes sur d'autres services audiovisuels, et notamment sur internet, sont également proposés dans un environnement sans publicité. En outre, la RTBF doit diffuser et offrir à la demande un journal d'information général spécifiquement destiné aux enfants.

La RTBF diffuse sa programmation à destination des enfants de 3 à 12 ans sous le label « OUFtivi » qui comprend une chaîne TV (sans publicité), La Trois (durant des tranches horaires adaptées au jeune public) et un site web sans publicité ni liens sortants : OUFtivi.be.

L'éditeur produit en outre un journal quotidien à destination des enfants : « Les Niouzz », diffusé en télévision en fin d'après-midi, puis en début de soirée accompagné d'une interprétation en langage des signes (et disponible sur OUFtivi.be).

7.2 Programmes destinés aux adolescents et à la production desquels ils sont associés (art.38)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, en fonction des supports utilisés par les adolescents, et au moins sur internet et en radio ou en télévision, des programmes qui leur sont destinés dont, entre autres « *des contenus audiovisuels à la production desquels ils sont directement associés* ».

Il est précisé à l'art. 35 du CDG qu'on entend par « programme pour la jeunesse » : «...des programmes destinés spécifiquement aux enfants entre trois et douze ans et aux adolescents entre douze et 18 ans ...».

- Pour répondre à l'obligation, la RTBF mentionne deux types de programmes :

1. Des programmes axés sur les jeunes :

- « Typique » websérie sur la vie à l'université.
- « Libre échange » : programme dans lequel des étudiants d'universités et de Hautes Ecoles rencontrent et interrogent une personnalité dans le cadre du Parlement Européen.

2. Des programmes tous publics qui intéressent particulièrement les adolescents :

- « The Voice » ;
- Les séries comme : « Big Bang Theory », « Arrow », « Supergirl », « Flash » ;
- Les programmes sportifs ;
- La programmation de « Pure Vision » sur internet (bien que la radio Pure FM vise un public de 18 à 34 ans, l'éditeur signale que ce service est écouté aussi par de nombreux adolescents).

Après analyse, il apparaît que, les adolescents ne sont jamais associés à la production des programmes mentionnés par la RTBF comme répondant à l'obligation, au contraire des jeunes adultes (websérie « Typique », programme de débats « Libre échange »). En outre, ces programmes ne s'adressent pas spécifiquement au public adolescent.

Lors de l'avis portant sur l'exercice 2012 (Contrat de gestion précédent), le Collège insistait pour que la RTBF apporte une attention plus soutenue à sa mission d'éducation aux médias à destination des adolescents en télévision.

Le contrat de gestion actuel maintient l'obligation d'accorder une attention particulière au développement d'une programmation axée sur le public adolescent.

Lors de l'avis portant sur l'exercice 2013 (début du Contrat de gestion actuel), le Collège constatait que la RTBF n'avait pas rempli son obligation de diffuser des programmes « *à destination des adolescents et à la production desquels ils sont associés* ». Il avait cependant tenu compte de deux éléments pour ne pas sanctionner l'éditeur : premièrement, l'obligation n'était effective que depuis le premier janvier 2013, deuxièmement le programme « What the fake ! », répondant spécifiquement à l'obligation, était diffusé régulièrement en 2014.

Lors de l'exercice précédent, l'éditeur répondait à l'obligation par le seul programme « What the fake ». La RTBF ne l'a cependant pas reconduit en 2015.

Il apparaît dès lors qu'en 2015 comme en 2013, les adolescents n'ont été associés à la production d'aucun programme qui leur était spécifiquement dédié.

Interrogée à ce sujet, la RTBF insiste sur la difficulté que rencontrent les médias traditionnels pour sensibiliser le public adolescent et précise travailler actuellement sur une offre 360° visant la tranche d'âge des 15-24 ans. L'offre ne verra toutefois pas le jour avant 2017 au minimum.

Depuis l'entrée en vigueur du dernier contrat de gestion (1^{er} janvier 2013), le Collège relève que l'éditeur n'a rempli son obligation que pour l'exercice 2014 et uniquement au travers d'un seul programme : « What the Fake ! ». Ce programme, essentiel au respect de la mission de service public, n'a été produit qu'une seule année.

Le public adolescent apparaît donc, et de façon récurrente, particulièrement peu sollicité par l'éditeur puisqu'au cours du contrat de gestion précédent, le Collège avait déjà attiré l'attention de la RTBF sur la carence en programmes d'éducation au média en TV à l'adresse de ce même public.

Le Collège constate donc que l'éditeur n'a pas rempli sa mission à l'égard du public adolescent pour l'exercice 2015. Etant donné le manquement constaté pour cet exercice, le Collège décide de notifier le grief.

8. Concertation et partenariats (art. 14 & 51)

8.1 Tissu associatif (art. 28)

L'article 28.3 de son contrat de gestion impose à la RTBF de concrétiser deux types d'initiatives à l'égard du secteur associatif :

- Proposer, sur les services que l'éditeur juge pertinents, un programme présentant diverses manifestations de la vie associative en Fédération Wallonie-Bruxelles, y compris celles en matière d'enfance ;
- Proposer dix éditions par an d'un programme télévisuel d'éducation permanente, diffusé à une heure de grande écoute, relatif à l'action du tissu associatif, et en relation avec les secteurs de l'éducation.

En télévision, la RTBF renseigne le programme « *Alors on change* », coproduit avec les télévisions locales, qui met en valeur les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis contemporains. Certaines éditions illustrent des initiatives prises par le secteur associatif. L'éditeur renseigne également le programme : « *Voisins, voisines* » qui s'intéresse à la vie des quartiers via le travail des associations de terrain (ce programme ne semble pourtant pas avoir été reconduit au-delà de 2015).

La RTBF relève enfin d'autres programmes touchant de près à l'éducation permanente, sans que l'implication réelle et systématique du tissu associatif dans leurs lignes éditoriales soit suffisamment établie.

8.2 Presse écrite

La RTBF doit entretenir des liens étroits avec les entreprises de presse écrite, quotidienne ou périodique de la Communauté française.

Pour répondre à cette obligation, la RTBF liste 57 partenariats dans son rapport annuel dont 15 en télévision (10 avec La Une, 2 avec La Deux, 3 avec La Trois) et 42 en radio (21 avec Vivacité, 12 avec La Première, 7 avec Classique 21, 2 avec Pure FM).

Le contrat de gestion précise que ces partenariats doivent être conçus dans le respect de l'indépendance éditoriale de la RTBF et de la législation en matière de publicité.

8.3 Partenariats internationaux (art. 14 a)

La RTBF est membre des instances internationales suivantes et participe et diffuse les programmes cités ci-dessous :

UER (Union européenne des Radiodiffuseurs)

- Échanges et captations :
 - Cultes catholiques et protestants ;
 - Concours Eurovision de la Chanson ;
 - Locations de liaisons ;
 - Locations de canaux télétexte ;
 - Concerts (offres UER TV et Radio) ;
 - Sports (offres UER TV et Radio).
- Assistanes techniques (dans les deux sens)

CIRTEF (Conseil international des Radios - Télévisions d'Expression française)

- Le programme « Reflets Sud » intègre des productions (reportages, séquences) produites par les télévisions francophones du Sud ;
- Des programmes RTBF libres de droits sont mis à disposition ;
- Participations aux programmes de formation radio ;
- Le secrétariat général est hébergé dans les locaux de la RTBF.

RFP (Radios francophones publiques)

- « Pop Story » séquences sur l'histoire de la musique produite par les « Ateliers de Création de Radio France » sur Vivacité.
- « La Librairie francophone » (France Inter, RTBF, RSR, Radio Canada), sur La Première (hebdomadaire) ;
- « L'actualité francophone » (revue de presse des Radios Francophones Publiques) sur la Première (hebdomadaire) ;
- Les séries documentaires de l'été et de l'hiver (des feuilletons radiophoniques sur des personnalités culturelles).
- L'enregistrement de concerts : partages et antenne commune entre Pure FM et Couleur 3.

CTF (Communauté des Télévisions francophones)

- Le secrétariat général de la CTF est assuré par la RTBF (Alain Gerlache)
- La RTBF participe activement aux réunions plénières, commissions et ateliers de la CTF.

Extrait du rapport RTBF :

Les Radios francophones publiques et la Communauté des télévisions francophones ont officiellement fusionné le mercredi 6 avril 2016 pour donner naissance aux Médias francophones publics.

Eric Poivre est le secrétaire général de cette nouvelle association professionnelle de l'audiovisuel public francophone. Celle-ci naît de la fusion de la CTF (Communauté des télévisions francophones publiques) et des RFP (Radios francophones publiques).

Les dirigeants de France télévision, Radio France, la RTS, de la RTBF, CBC, TV5 Monde et TV5 Québec Canada, rassemblent leurs forces et moyens au sein d'une nouvelle communauté professionnelle qui est chargée de développer les échanges entre radios et télévisions francophones publiques, en matière de co-production, de formation ou encore de veille technologique et programmatique. Cette nouvelle association professionnelle est chargée de formaliser et d'exprimer les points de vue et sensibilités des acteurs de l'audiovisuel public francophone, dans l'espace médiatique numérique.

La revue des Radios francophones publiques est transmise en version électronique et explique l'objectif de la fusion des deux instances.

8.4 Télévisions locales (art. 56)

L'article 57 de son contrat de gestion impose à la RTBF de développer plusieurs types de synergies avec les éditeurs de télévisions locales, notamment : échanges de contenus, coproductions, prestations techniques, participation commune à des manifestations régionales.

Échanges

Pour l'exercice 2015, la RTBF fournit des données précises quant au nombre de séquences échangées avec chaque télévision locale. Le nombre d'échanges cumulé atteint 78 occurrences, soit une moyenne légèrement en hausse de 6,5 par télévision locale sur l'année. Ces statistiques témoignent, selon le Collège, du fait que la dynamique d'échanges encouragée par l'article 57 a) du contrat de gestion reste perfectible.

Coproduction

La RTBF rappelle son engagement avec 7 autres télévisions locales dans la production du mensuel « *Alors on change* ». Il s'agit d'un magazine d'éducation permanente destiné à mettre en valeur les « *acteurs du changements* », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis sociétaux.

En exécution de l'article 14 c) de son contrat de gestion, la RTBF s'est associée avec les télévisions locales afin de développer un site commun d'information régionale. Le portail « *Vivre Ici* » est en ligne depuis le 20 avril 2015. Il propose notamment des reportages d'information à la demande.

En se référant aux rapports annuels déposés par les télévisions locales au CSA en exécution de l'article 136 §1^{er} 6° du décret, les déclarations de la RTBF peuvent être complétées comme suit :

- Coproduction du programme « *D6bels on stage* » (avec TV Com) ;
- Échanges de chroniqueurs ;
- Négociations en vue de rapprochements géographiques (BX1, Télésambre, TV Lux).

Le Collège constate que des collaborations existent mais qu'elles pourraient gagner en intensité et en régularité au regard de l'article 57 du contrat de gestion. D'autant que les relations entre la RTBF et certaines télévisions locales en particulier semblent peu développées.

Le Collège reconnaît que « Vivre ici » constitue une avancée notable à l'échelle du secteur télévisuel public belge francophone. Néanmoins il réitère ses réserves quant à l'intensité des synergies bilatérales concrétisées entre la RTBF et les télévisions locales. Si des synergies sectorielles sont plus que jamais nécessaires, il convient également de maintenir une intensité suffisante dans les synergies pratiques quotidiennes, telles que les coproductions bipartites, la couverture commune d'événements locaux, la systématisation des échanges d'images, etc. C'est le sens des démarches et des recommandations répétées du CSA. Comme dans son avis précédent, le Collège suggère notamment à la RTBF de déterminer une personne de contact chargée de coordonner les demandes de synergies émanant des télévisions locales.

Le CSA poursuivra ses encouragements à toutes les parties afin que la réflexion se poursuive sur cet aspect des missions de service public. En parallèle, il soutiendra toute réflexion, notamment politique, afin qu'une stratégie puisse être définie pour garantir l'avenir des collaborations entre les télévisions publiques belges francophones. L'obligation formelle de développer des synergies, pour pouvoir être précisément mise en place et contrôlée, nécessite l'élaboration d'une méthode de travail respectueuse de l'indépendance et des réalités de chacun. Le CSA plaide pour une meilleure définition des objectifs qui permette à l'obligation d'être à la fois plus efficace et mieux intégrée.

8.5 VRT

La RTBF déclare des collaborations de différents types avec son équivalent flamand :

- Coproductions - 2 fictions, 7 documentaires, 4 captations de spectacles, 6 éditions du magazine bilingue « *Vlaamse kaai - Quai des Belges* ».
- Échanges et achats de séquences dans les domaines de l'information et du sport.
- Production en alternance de certaines captations sportives dont les deux éditeurs détiennent les droits (Coupe de Belgique de football, Matches qualificatifs de l'équipe nationale masculine de football, Championnat de Belgique de cyclisme).

8.6 Enseignement

L'éditeur déclare qu'il entretient un dialogue régulier avec le CSEM (participation aux séances plénières ainsi qu'à certains groupes de travail, par exemple celui consacré à la campagne de l'ONE « les enfants et les écrans »).

À l'instar des exercices précédents, la RTBF rappelle qu'elle met en évidence ses programmes susceptibles d'intéresser le monde enseignant sur le site internet du service de l'enseignement du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Enfin, l'éditeur rappelle que le site de Reyers « accueille depuis septembre 2012, les 2^{ème} et 3^{ème} années de la section Technique de l'image de la Haute Ecole Ilya Prigogine ». « *Suite à cette collaboration fructueuse* », la RTBF accueille désormais les élèves de la première année Section Cinéma. Dans le cadre de ce partenariat structurel, la RTBF met à disposition de la Haute Ecole des espaces ou studios inutilisés pour leur réalisation de travaux pratiques. En outre, les différents départements de la RTBF accueillent de nombreux stagiaires chaque année.

9. Services au public

9.1 Programmes concédés

Cultes et manifestations laïques (art. 39.1 a))

En télévision, des programmes d'une durée de 28'30'' sont diffusés sur La Une et rediffusés sur La Deux et La Trois. Des capsules de 10' sont également diffusées sur La Une et rediffusées sur La Trois.

La majorité des cultes est représentée (voir détail ci-dessous) :

Nom de l'émission	Nombre de diffusion (sur base annuelle)
La Pensée et les Hommes (laïque)	26
Il était une fois (religion catholique)	26
Présence protestante	7
Shema Israël	2
Orthodoxie	2

En sus des programmes récurrents, des célébrations catholiques, protestantes, israélites, laïques et orthodoxes sont diffusées in extenso en télévision et/ou en radio.

En radio, les programmes suivants sont diffusés de manière hebdomadaire (sauf note contraire) :

Nom de l'émission	Durée (en minutes)
La Pensée et les Hommes (laïque)	30
Il était une fois (religion catholique)	30
La voix protestante	25
Shema Israël	25 (diffusion ponctuelle)
Orthodoxie	25 (diffusion ponctuelle)

L'obligation (non chiffrée) est remplie.

Associations représentatives (art. 41)

En télévision, des programmes d'une durée de 28'30'' sont diffusés sur La Une et rediffusés sur La Deux et La Trois. Des capsules de 10' sont également diffusées sur La Une et rediffusées sur La Trois.

Détail :

Nom de l'émission	Nombre de diffusion (sur base annuelle)
Les coulisses du (PS)	10 (dont 3 non utilisée)
MR Mag	8 (dont 8 utilisées)
CDH	5 (dont 3 utilisées)
Ecolo	2
UCM	7
FGTB	6
CSC	6
FWA (Fédération wallonne de l'Agriculture)	3
CGSLB	1

En radio, les tribunes politiques, économiques et sociales sont diffusées sur La Première du mardi au jeudi et ont une durée de 8 minutes, elles sont produites par les mêmes associations politiques, économiques et sociales qu'en télévision.

L'obligation (non chiffrée) est remplie.

9.2 Informations de service

Météo (art. 39.1 b)) – informations boursières (art. 39.1 c)) – info trafic et sécurité routière (art. 39.1 d)) – avis de recherche ((art. 39.1 e))

De nombreuses séquences relatives à ces différents sujets sont diffusées tant en télévision qu'en radio.

Les obligations (non chiffrées) sont remplies.

9.3 Plan d'urgence (art. 39.2)

En vertu de l'article 39.2 de son contrat de gestion, la RTBF « dispose d'un plan d'urgence établi en concertation avec les autorités fédérales, régionales ou provinciales compétentes, qui contient des 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 industriels ou nucléaire, d'attentat comportant des risques graves pour la population ou d'évènement similaire ».

Lors du contrôle précédent, la RTBF déclarait que le plan d'urgence faisait l'objet d'une mise à jour depuis juillet 2014, en collaboration avec la Cellule communication du SPF intérieur (données de contact réciproques, modalités d'alerte de la population en cas de péril grave).

En réponse à une question complémentaire, la RTBF précise que le plan d'urgence n'a pas encore été actualisé mais que « le Ministère rencontre les rédactions pour qu'elles diffusent à la population des informations liées à la sécurité/santé publique. En amont de ces réunions, les coordonnées des responsables des rédactions sont mises à jour ».

Le Collège recommande à la RTBF de s'assurer que cette obligation fait l'objet d'une coordination efficace entre ses équipes et les autorités publiques compétentes.

9.4 Médiation

Programmes de médiation avec les publics (article 30, §1)

Diffusion et contenu du programme « Medialog »

« La RTBF diffuse et, dans les limites des articles 42 quater et 42 sexies du présent contrat de gestion, 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 rediffusées sur une autre. »

Dans son rapport annuel, l'éditeur identifie « Medialog » comme un programme ayant « pour mission de déchiffrer et d'expliquer les pratiques journalistiques, l'évolution du monde des médias et tout ce qui se passe de l'autre côté du poste ». Avec pour objectif de répondre aux obligations de médiations avec les publics, le programme entend s'adresser à tous les publics en usant d'une pédagogie claire et attractive.

Il s'agit d'un magazine mensuel d'une quarantaine de minutes, diffusé le mercredi soir vers 22h50 sur La Deux. Le programme est régulièrement rediffusé sur La Trois, le samedi qui suit la première diffusion, vers 18h30 (les quatre dernières éditions 2015 ont été rediffusées sur la Deux uniquement). « Medialog

» est également rediffusé à plusieurs reprises dans la boucle de nuit de La Deux le lendemain de la première diffusion ainsi que dans la boucle de nuit de La Trois le lendemain de la rediffusion. Ce programme est également disponible en VOD sur les plateformes numériques.

Dix occurrences ont été comptabilisées sur l'exercice 2015 (et non pas onze comme indiqué dans le rapport annuel de la RTBF). Chacun des programmes se découpe en deux volets :

- La première partie est consacrée à l'éducation aux médias. La rubrique « Inside : Les coulisses d'une émission » retrace le processus de fabrication d'une émission et « MediaFactory » met le focus sur un métier de l'audiovisuel et des médias.
- La seconde partie de « Medialog » est consacrée à la médiation sur base de deux emails de téléspectateurs envoyés au service Médiation. Le premier cas est traité via un court reportage qui tente de déchiffrer et de répondre au problème soulevé. Le second cas fait l'objet d'un débat en plateau.

Parmi les thématiques traitées en 2015 dans le volet médiation, le CSA relève par exemple : « Diversité : apparence ou réalité », « Droit à l'image, mode d'emploi », « Comment un journaliste protège ses sources », « Trop de coupures pub à la RTBF ». Deux émissions spéciales ont également été dédiées à deux temps forts de l'actualité qui ont fait réagir bon nombre de téléspectateurs « Attentats de Charlie Hebdo » (28/01/2015) et « Spéciale attentats de Paris » (16/12/2015).

Par ailleurs, deux changements importants sont intervenus en 2015 : la fin de la partie « MediaFactory » et le lancement du « Médiamatton » ; un nouveau moyen d'interpellation mis à disposition des citoyens et diffusé depuis le 27 mai 2015. L'éditeur explique qu'il est proposé à tout visiteur des infrastructures de Reyers de passer dans le studio Lab (studio mis en place à la RTBF dans le cadre des ateliers d'éducation aux médias) pour poser une question sur la RTBF, face caméra. Avec l'accord des visiteurs, ces questions sont proposées par le service de médiation et de relations avec les publics à l'équipe de Medialog pour la séquence « Médiamatton ».

Le Collège estime que l'éditeur a visiblement veillé à relayer les problématiques les plus interpellantes ou récurrentes adressées à son service de médiation. La séparation entre les thèmes propres à l'éducation aux médias diffusés en première partie et ceux liés à la médiation diffusés en seconde partie est clairement annoncée (problématique qui avait été soulevée à plusieurs reprises par le passé).

Diversification du panel des intervenants

« 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. »

Comme lors de l'exercice précédent, nous retrouvons à chaque occurrence au minimum une personne externe aux services de la RTBF parmi les personnalités amenées à débattre. Cependant, le constat reste similaire à celui de l'an dernier. La majorité des experts externes sont issus du monde académique ou d'associations professionnelles. De plus, force est de constater que les « expertises » sont souvent celles des mêmes personnes. Le Collège rappelle qu'il serait bon pour un programme cherchant à s'adresser à tous ses publics de diversifier le profil de ses experts. Un outil comme expertalia.be - la base de données

d'expertes et d'experts (hommes et femmes) issus de la diversité d'origine – pourrait être utile à cette fin. Par ailleurs, aucune association de citoyens n'a fait partie des panels sur l'année 2015, constat qui avait déjà été dressé en 2014.

Le Collège constate l'effort entrepris par l'éditeur pour donner régulièrement la parole aux téléspectateurs. À côté de l'initiative du Mediamaton, l'éditeur déclare accueillir systématiquement un plaignant en plateau depuis fin 2015. Celui-ci donne son point de vue sur la thématique liée à son interpellation. Quant aux questions du Mediamaton, elles sont de tous types. Elles font échos au contenu de la visite et constituent un prolongement de celle-ci. Elles sont d'ordre plus pratique (moins liées à un programme ou une séquence particulière) que celles qui parviennent à la médiation. Cela permet à MediaLog d'aborder d'autres sujets, complémentaires aux plaintes ou interpellations à la médiation.

Programmes de médiation sur les autres médias (article 30, §2)

« 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. »

Sur La Première, Corinne Boulangier et Jacques Crémers ont répondu aux questions des auditeurs le vendredi 28/08 de 12.00 à 13.00 (1 x 50').

Les conférences de rentrée des différentes chaînes - Classic 21, Pure FM, Vivacité et Musiq'3 – ont permis aux auditeurs d'interpeller en direct le directeur et les équipes des chaînes.

Le site rtbf.be dispose d'une page « médiation ». Les auditeurs ont la possibilité d'adresser leurs questions, suggestions et remarques diverses via un formulaire de contact. L'éditeur indique également que des réponses sont données dans les meilleurs délais aux commentaires postés sur le site et aux commentaires postés sur les pages du réseau social Facebook.

Rapport du service de médiation (article 48)

Le service de Médiation et de Relations avec les publics a transmis son bilan annuel pour l'exercice 2015, 6106 dossiers ont été traités par le service médiation en 2015. Les téléspectateurs, auditeurs et internautes s'adressent principalement à l'éditeur pour effectuer une demande précise à propos d'une émission ou d'un mode de réception des programmes de la RTBF (41%), pour émettre un avis négatif sur le traitement de l'information, l'offre médias, la qualité des programmes et de la programmation (38%). Le reste des dossiers sont répartis comme suit : suggestions (15%), plaintes (4%) et félicitations (2%).

Le rapport fait état des tendances significatives relevées en 2015. En comparaison avec l'année précédente, cinq changements principaux – des augmentations – sont à noter. Plus d'interpellations ont été reçues concernant le journal télévisé (notamment suite à des images fortes en émotion comme celle du petit Aylan ou les attentats de Paris). Elles concernent le caractère parfois violent des images montrées, le nombre d'éditions spéciales, les interviews réalisées, les informations et commentaires sur les actions des forces de l'ordre, etc. De nombreuses suggestions de reportages sont reçues (820 en 2015).

Les réactions concernant la programmation et déprogrammation ont également augmenté. La déprogrammation d'émissions en raison des éditions spéciales mais également déprogrammation de séries ou téléfilms en raison du caractère inopportun des sujets par rapport à l'actualité. Ensuite, dans le cadre de changements effectués dans les émissions ou les grilles.

Sont également à la hausse les réactions concernant les fautes de grammaire, d'orthographe et diction (176 en 2015 contre 96 en 2014), tout comme celles liées à la publicité, à la fréquence des coupures, majoritairement dans les séries, et à la publicité sur les sites Internet.

Traitement des demandes et information des usages (articles 49-50)

Le service de Médiation et de Relations avec les publics est accessible par courrier postal et via l'onglet « Contact » sur le site internet de l'éditeur. Un bref FAQ permet de répondre aux premières interrogations des usagers. Le citoyen a également le loisir de déposer ses avis, interpellations et plaintes via un court formulaire en ligne.

La page décrit la procédure de traitement des plaintes, interpellations et avis (délai de réponse au plus tard dans les 30 jours ouvrables après la réception). Les possibilités de recours externes, si le plaignant estime ne pas avoir obtenu satisfaction, sont également explicitées. Les coordonnées complètes du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, du Conseil de déontologie journalistique et du Médiateur de la Fédération Wallonie-Bruxelles y sont indiquées. Les liens vers le contrat de gestion 2013-2017, le rapport annuel 2014 et 2015 du Service et la page du programme Medialog sont également mis en évidence.

9.5 Respect des horaires (art. 21)

En vertu de son contrat de gestion (article 21), la RTBF met en œuvre un dispositif qui tend à assurer le respect des horaires de programmation annoncés. En outre, elle précise par tout moyen adéquat si ses programmes sont en direct, en différé, ou s'il s'agit de rediffusions.

À l'instar de l'exercice précédent, l'éditeur rappelle que ses « *régies de diffusion disposent de programmes de complément (courts-métrages, clips) qui permettent d'ajuster les horaires de diffusion au plus près des horaires annoncés* ».

La RTBF déclare que « *les modifications de programmes de dernière minute sont rares et font l'objet d'annonces sur antenne* ». En outre, dans le cas où « *une modification de programme survient en cours de diffusion (par exemple : durée plus longue que prévue d'une retransmission en direct), la régie de diffusion annonce la modification* ».

Quant aux mentions « direct » et « rediffusion », la RTBF précise qu'elles sont, le cas échéant, ajoutées en superposition à l'image par la régie finale et sur instruction de la Direction des antennes.

En matière de radiodiffusion sonore, l'éditeur ajoute : « *en radio, sauf à de rares exceptions, les durées horaires sont toujours respectées* ».

10. Accessibilité des programmes aux publics déficients sensoriels

(art. 40)

Publics sourd et malentendant

La RTBF déclare qu'elle a diffusé 1510 heures de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes ou malentendantes pour l'exercice 2015. Le Collège constate dès lors que l'objectif de 1200 heures est atteint. Ce volume horaire présente par ailleurs une certaine progression par rapport à l'exercice 2014, il s'inscrit donc dans la dynamique d'augmentation graduelle prévue par le contrat de gestion. S'agissant des priorités en matière de sous-titrage, outre les journaux télévisés et les messages d'intérêt général, la RTBF déclare « mettre en avant principalement les productions propres de la RTBF comme les grandes soirées de débat publiques » et les « rendez-vous collectifs dans notre société comme les événements sportifs, *Cap 48* ».

La RTBF déclare que les éditions de son JT de 19h30 sont interprétées en langue des signes sur la Deux chaque jour. Le JT interprété en langue des signes est aussi consultable en rattrapage sur le site internet de l'éditeur (Auvio). Chaque édition des *Niuzz* fait également l'objet d'une interprétation en langue des signes pendant la période scolaire. Enfin, la soirée de clôture de *Cap 48* et la journée spéciale du 21 juillet ont été diffusées avec interprétation en langue des signes. Les obligations en matière de traduction gestuelle du JT de début de soirée et du journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse sont donc rencontrées.

La RTBF déclare assurer la promotion des programmes accessibles aux publics déficients sensoriels en communiquant directement par mail avec les associations. Les pages 887 à 889 du Télétexte renvoient au sous-titrage pour les personnes sourdes et malentendantes.

Quant à la manière dont cette mission d'accessibilité est réalisée au sein de son offre à la demande, l'éditeur annonçait dans les réponses aux questions complémentaires pour l'exercice 2014 la possibilité d'intégrer des versions sous-titrées en rattrapage pour la fin de l'année 2015. L'éditeur déclare dans les réponses aux questions complémentaires pour l'exercice 2015 que, depuis mars 2016, il propose dans Auvio des programmes sous-titrés. L'éditeur joint un échéancier des programmes sous-titrés sur Auvio.

Publics aveugle et malvoyant

L'article 40.2.a dispose que la RTBF « rend son site internet progressivement accessible et labellisé 'Anysurfer' et développe ses nouvelles applications en cherchant à tendre vers ce label ». L'éditeur précise dans son rapport annuel qu'il n'obtiendra sans doute pas le label anysurfer « car il faudrait entre autres, avoir des sous-titres descriptifs pour tous nos sons et vidéos, ce qui, au vu de la quantité de médias diffusés (notamment en radio), serait impraticable et impayable ».

L'éditeur rappelle toutefois les opérations mises en œuvre pour tendre vers ce label (lecture audio des articles sur son site internet via la fonctionnalité 'text2speech', boutons 'pause' à l'attention des personnes épileptiques pour stopper le défilement, etc.). L'éditeur rappelle en outre les conclusions et recommandations de l'audit effectué par la société Anysurfer.

L'article 40.2.b dispose que la RTBF « diffuse au moins deux fictions audio-décrites par an, à partir de 2014 ». L'éditeur déclare avoir diffusé sept fictions audio-décrites pour l'exercice 2015.

Les obligations de l'éditeur en matière d'accessibilité pour les personnes malvoyantes sont donc rencontrées.

11. Gestion du personnel

11.1 Dialogue

Devant « développer un niveau qualitativement élevé » dans ses relations paritaires et dans le dialogue avec ses journalistes (art.60), la RTBF transmet son règlement portant l'organisation des relations paritaires en son sein. Les commissions sont composées d'un nombre égal de représentants d'organisations patronales et syndicales. La plus haute instance paritaire, convoquée sur demande, négocie notamment le statut du personnel et le règlement du travail dans diverses matières.

11.2 Égalité et diversité

L'article 63 du contrat de gestion de la RTBF définit quatre axes relatifs à l'égalité et à la diversité : établir un plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel ; établir un plan relatif à la diversité au sein du personnel ; contribuer à la visibilité de la diversité dans les programmes ; adopter la Charte de l'UER sur l'égalité des chances. Il prévoit également que les deux plans fassent l'objet d'une évaluation annuelle.

Pour rappel : un plan d'action triennal 2012-2014 visant à « favoriser l'égalité des chances femmes/hommes » a été approuvé par le Conseil d'administration en janvier 2012 et une personne chargée du suivi de cette thématique a été désignée. En 2013, un groupe de travail interne sur la diversité a élaboré des recommandations qui ont été remises au Comité de direction. La charte de l'UER sur l'égalité des chances a également été approuvée. En 2014, l'éditeur déclarait avoir mené plusieurs actions en faveur de la diversité (accueil des rencontres européenne Médiane, plan stratégique d'éducation aux médias dont deux axes concernent la diversité, etc.), notamment au niveau du recrutement et de la gestion des « talents ».

Pour l'exercice 2015, s'agissant de l'égalité des chances femmes-hommes, l'éditeur déclare que « le taux d'engagement de femmes en 2015 (45%) est supérieur non seulement au taux de répartition homme (63%) femme (37%) au sein de la société mais également au taux d'engagement de femme en 2014 (41%) ». Il ajoute que le pourcentage de femmes formées au sein de la RTBF est de 41%. Interrogé sur l'évaluation du plan adopté en 2012, l'éditeur déclare en 2015 – comme en 2014 – dans les réponses aux questions complémentaires : qu'il n'a « pas fait l'objet d'une évaluation formelle en tant que telle. Toutefois, le rapport et les recommandations de 2013 étaient un suivi de ce plan et a débouché sur la nomination début 2015 d'un responsable de la Diversité qui coordonne toutes ces initiatives ».

S'agissant, du plan relatif à la diversité au sein du personnel et de la visibilité de la diversité dans les programmes, l'éditeur déclare avoir mené plusieurs actions en 2015 : mise en place d'un monitoring interne sur la diversité pour la télévision, la radio, l'info ; présentation générale du Baromètre à l'ensemble des cadres ayant un impact sur le contenu ; présentation des résultats du Baromètre unité par unité ; formation via des ateliers sur la diversité inclusive ; partenariat avec l'AJP dans le cadre de la base de données Expertalia mise en place par l'association ; émission TV diversité en prime à l'occasion des 10 ans de la convention sur la diversité culturelle de l'UNESCO ; poursuite de l'opération diversité dans la cité ; participation à Bruxitizen ; participation au groupe interculturel et diversité de l'UER. L'éditeur évoque une stratégie visant à promouvoir la « diversité inclusive » dans les contenus, par opposition à la diversité de niche ou exclusive (qui s'exprime dans le cadre de programmes dédiés).

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate dès lors que les obligations de l'éditeur en matière d'égalité et de diversité sont rencontrées. Il invite l'éditeur à procéder à une évaluation des plans d'action relatifs à l'égalité et à la diversité qui ont été développés, ainsi que le prévoit le contrat de gestion.

11.3 Finances

Coût net de la mission de service public (art. 64)

Les subventions publiques affectées par la Fédération Wallonie-Bruxelles à la RTBF ne peuvent excéder les coûts nets induits par la mission de service public de l'entreprise, compte tenu de ses autres revenus, y compris de nature commerciale, directs ou indirects. À défaut, en cas de surcompensation, celle-ci n'excède pas 10 % des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public (art. 64 du contrat de gestion)¹⁷.

Lors de l'examen des comptes annuels de l'entreprise, la RTBF et la Fédération Wallonie-Bruxelles donnent au Collège des commissaires aux comptes les moyens de vérifier concrètement que les subventions ne dépassent pas les coûts nets induits par le service public. Dans un rapport spécial complémentaire visé à l'article 78.4 du contrat de gestion, ce Collège, composé de membres de la Cour des comptes et de l'Institut des réviseurs d'Entreprise, a notamment pour mission de préciser de manière explicite le montant des subventions ordinaires et complémentaires qu'elle a perçues et le coût net de ses missions de service public, afin de permettre immédiatement une identification de toute surcompensation éventuelle.

Dans son « Rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public » du 11 mai 2016, le Collège des commissaires atteste que les subventions ordinaires et spécifiques sont bien affectées aux missions de service public de la RTBF et que la méthodologie appliquée par la RTBF dans le cadre du calcul du résultat de la mission de service public est pertinente et que le résultat du calcul résumé ci-dessous est fiable. Ce calcul est basé sur la ventilation analytique des dépenses entre (i) les activités non commerciales, (ii) les activités commerciales tirant un avantage direct de la mission de service public et (iii) les autres activités commerciales. Le Collège des commissaires en conclut que le niveau de dotation révèle une *sous-compensation* du coût net de la mission de service public pour un montant de 0 €. Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public conformément à l'article 50, d), du contrat de gestion¹⁸.

Coût net de la mission de service public (en millions €)

	Comptes 2015
Total des charges de l'entreprise	358,9

¹⁷ Sauf exception dûment motivée en cas d'affectation, limitée dans le temps, de cette surcompensation à des dépenses importantes et non récurrentes, nécessaires à l'accomplissement de la mission de service public et imposées préalablement par le Gouvernement. Voy. à ce sujet la [Communication de la Commission européenne](#) concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État, *J.O.U.E.*, 27 octobre 2009, C-257, points 70 à 76.

¹⁸ Pour un détail de ce calcul et des différentes catégories de dépenses, voy. le Rapport annuel 2015 de la RTBF, pp. 81-82

Produits des activités non commerciales	-14,9
Produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect des missions de service public	-102,2
Coûts des autres activités commerciales	-0,1
Coût net de la mission de service public	241,5
Subventions ordinaires et complémentaires	241,5
Solde	0,0

Transparence et informations financières

Conformément à l'article 6, § 1^{er}, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels ainsi qu'à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004 relatif à la transparence des éditeurs de services de radiodiffusion et à l'article 50, d), du contrat de gestion, la RTBF a publié sur son site internet (www.rtb.be/entreprise/rtbf-groupe) les informations de transparence requises, en ce compris une synthèse de ses comptes annuels, l'inventaire, le bilan et le compte de résultats pour l'année 2015.

En date du 11 mai 2016, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF a rendu son rapport spécial complémentaire (article 78.4 du contrat de gestion), dans lequel il analyse et évalue de manière spécifique la façon dont la RTBF s'est acquittée des obligations comptables visées aux articles 78.1, 78.2 et 78.3 du contrat de gestion.

Comme prévu par l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur au Collège est en outre complété par :

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

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises¹⁹ et contient les comptes et bilan 2015 de ses filiales et sociétés dans lesquelles elle détient une participation inférieure à 50 %, ainsi que le rapport de gestion correspondant (article 80, al. 2, du contrat de gestion).

¹⁹ Voy. le Rapport annuel 2015 de la RTBF, pp. 62-65

12. Evaluation des nouveaux services

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

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

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

Pour être ainsi qualifié, le contrat de gestion retenait²⁰ à son article 45.2 qu'un service ou une modification d'un service doit remplir les trois conditions cumulatives suivantes :

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

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

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

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

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

Si le bureau du CSA n'annule pas la décision du conseil d'administration de l'entreprise, celle-ci est réputée définitive. Ce délai de quatre jours ouvrables peut être prolongé de quatre jours ouvrables

²⁰ Voy. infra : le contrat de gestion a été modifié sur ce point suite à la décision de la Commission du 17 mai 2014.

additionnels, si le bureau du CSA l'estime nécessaire. En cas de prolongation, le bureau du CSA en informe immédiatement l'entreprise.

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

Le Collège constate que le dispositif de l'article 45.3 du contrat de gestion a été transposé dans le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF, par décret²¹ du 29 janvier 2015.

Au sein du commentaire des articles du projet de décret²², il est précisé que :

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

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

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

Pour sa part, par souci de transparence, la RTBF a transmis au CSA, à l'attention exclusive et confidentielle de son Bureau, un relevé des décisions du conseil d'administration concernant les dossiers examinés dans le courant de l'année 2015 et des extraits du procès-verbal tel qu'approuvé par le conseil d'administration de la RTBF pour 2015.

Le Collège accueille la démarche de la RTBF et prend acte de cette communication selon laquelle ces délibérations concluent à ce qu'aucun des nouveaux services ne constitue un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant.

En outre, le Collège a pris acte en 2015 de la transmission d'une note²³ explicative émanant de la RTBF visant à préciser l'évaluation du coût marginal prévisionnel total issu de l'article 45.2 du quatrième contrat de gestion de la RTBF.

²¹ Décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision Belge de la Communauté française (RTBF), le Décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

²² Projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision Belge de la Communauté française (RTBF), le Décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le Décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels.

²³ Note du 15 mai 201

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

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

Considérant que cette approche de la Commission pourrait avoir une répercussion également sur le mode de calcul du cout marginal prévisionnel, la RTBF a été invitée à fournir des précisions au sujet d'une éventuelle adoption de modification de la méthodologie de **calcul du coût marginal prévisionnel total**.

13. Publicité

13.1 Recettes nettes de publicité (art. 71.4)

Les recettes nettes de publicité de la RTBF sur ses chaînes de radio et de télévision, déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire, des moyens complémentaires affectés à la production audiovisuelle indépendante et des moyens affectés au Fonds d'aide à la création radiophonique en application de l'article 56.2 du présent contrat de gestion, n'excèdent pas, à la lumière des comptes annuels de l'entreprise, les 30 % des recettes totales de l'entreprise en 2015, (art. 71.4, al. 1^{er}, du contrat de gestion). Ces revenus publicitaires nets ne dépassent pas non plus le seuil de 25 % fixé au second

alinéa de cette dernière disposition, au-delà duquel ces recettes doivent être affectées à des missions de service public énoncées par le contrat de gestion.

Recettes publicitaires 2011-2015

	2011	2012	2013	2014	2015	Ecart 14-15
Recettes nettes de publicité commerciale en radio ²⁴ (€)	19.362.318	21.567.550	23.115.782	24.438.504	25.483.761	+4,3 %
Recettes nettes de publicité non commerciale et de parrainage en radio (€)	3.298.883	3.089.063	2.830.340	3.096.426	2.846.866	-8%
Recettes nettes de publicité en radio (€)	22.647.000	24.780.000	25.900.000	27.500.000	28.400.000	+3,3 %
Recettes nettes de publicité en TV (€)	41.607.000	40.649.000	41.200.000	40.200.000	40.700.000	+1,4 %
Recettes nettes de publicité télétexte (€)	21.000	-	-	-	-	-
Recettes nettes de publicité Internet (€)	1.311.000	1.566.000	1.900.000	2.000.000	2.000.000	-0,1 %
Total recettes nettes de publicité (€)	65.586.000	66.995.000	69.000.000	69.800.000	71.200.000	+2,1 %
Total recettes de l'entreprise (€)	301.425.000	316.260.000	323.600.000	338.300.000	337.700.000	-0,2 %
% des recettes nettes de publicité dans le total des recettes de l'entreprise	21,76 %	21,18 %	21,32 %	20,63%	21,08%	

²⁴ Ces montants servent de base au calcul de la contribution de la RTBF au Fonds d'aide à la création radiophonique (cf. ci-dessus).

Publicité dans les services en ligne

Afin de préserver les recettes de publicité des éditeurs de presse écrite imprimée sur internet, dans un souci de maintien du pluralisme de la presse écrite imprimée, la Fédération Wallonie-Bruxelles impose à la RTBF de verser à un Fonds intitulé « Fonds de soutien aux médias d'information » les recettes nettes de publicité sous forme de « *displays* » autour des contenus écrits de son site d'information www.rtbf.be/info, qui dépasseraient un montant de 600.000 € pour l'année 2015.

Suivant les montants déclarés par l'éditeur, ce montant n'a pas été dépassé en 2015. Aucun versement au Fonds de soutien aux médias d'information ne doit donc avoir lieu.

Avis du Collège d'autorisation et de contrôle

Pour l'exercice 2015, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : la production propre, les investissements à consentir dans la production indépendante et dans le Fonds d'aide à la création radiophonique, les quotas de diffusion, la mise en valeur des œuvres européennes, ainsi que ses missions d'information, de culture, d'éducation permanente, de programmation jeunesse et de collaborations.

Concernant la mise en place de synergies avec les télévisions locales, le CSA poursuivra ses encouragements à toutes les parties afin que la réflexion se poursuive. En parallèle, il soutiendra toute réflexion, notamment politique, afin qu'une stratégie puisse être définie pour garantir l'avenir des collaborations entre les télévisions publiques belges francophones. L'obligation formelle de développer des synergies, pour pouvoir être précisément mise en place et contrôlée, nécessite l'élaboration d'une méthode de travail respectueuse de l'indépendance et des réalités de chacun. Le CSA plaide pour une meilleure définition des objectifs qui permette à l'obligation d'être à la fois plus efficace et mieux intégrée.

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

- Les modalités selon lesquelles la RTBF met ses infrastructures de production à disposition des créateurs de la communauté française (article 16.2) ;
- La poursuite de la réflexion autour de la mise en place d'une plateforme numérique de mise à disposition de ressources pédagogiques tirées des archives de la RTBF (article 17).

Enfin, le Collège constate que la RTBF n'a pas satisfait à son obligation de diffuser des programmes à destination des adolescents et à la production desquels ils sont associés.

En conséquence, le Collège d'autorisation et de contrôle décide de notifier à la RTBF le grief de ne pas avoir diffusé, durant l'exercice 2015, de programmes à destination des adolescents et à la production desquels ils sont associés, en contravention à l'article 38 de son contrat de gestion.

Fait à Bruxelles, le 22 décembre 2016