

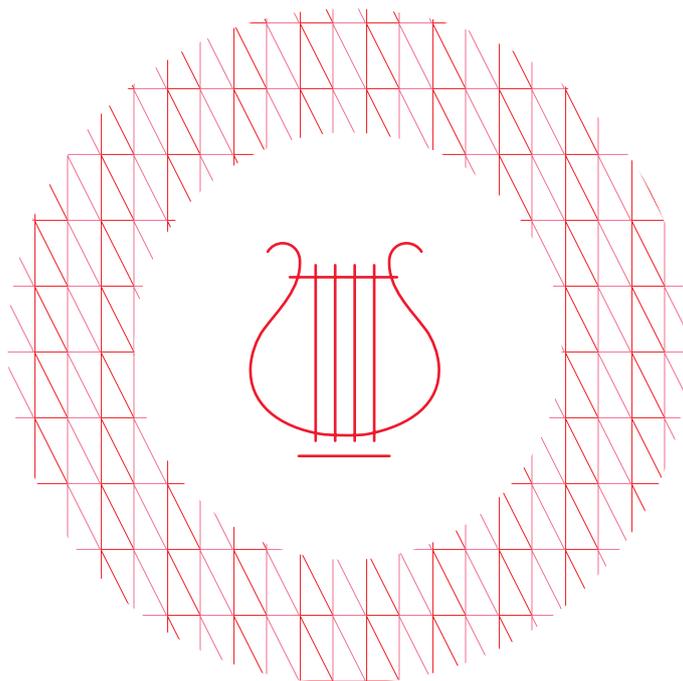
CSA

Dossier RTBF
2012-2016

**Développement
culturel**



DÉVE- LOPPE- MENT CULTU- REL



Culture

Contexte

En vertu des articles 24 et 25 de son contrat de gestion, la RTBF doit développer ses missions culturelles de manière transversale dans son offre de programmes afin de garantir la sensibilisation d'un très large public ; elle ne peut réserver l'offre culturelle à une ou des chaînes en radio et télévision, ni à des horaires restreints.

La RTBF élabore sa programmation culturelle selon 3 axes principaux :

- La couverture d'un éventail le plus large possible de disciplines artistiques ;
- La mise en valeur des ressources culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- Une attention particulière réservée aux talents émergents.

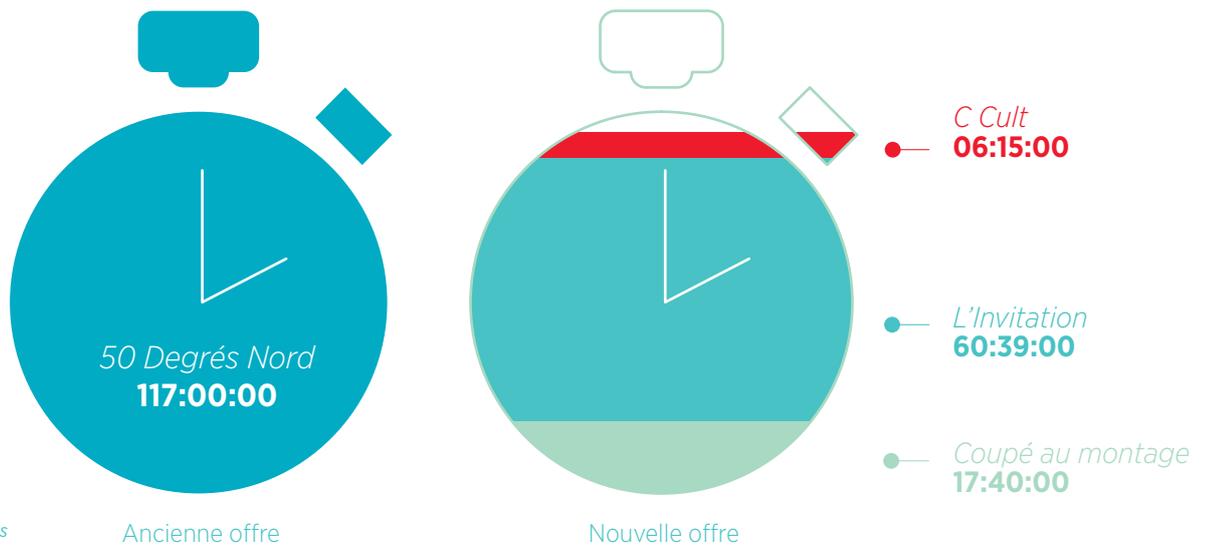
La suppression, en 2014, de la subvention prévue à l'article 26 (ARTE Belgique) a coïncidé avec la modification de l'article 25.3 dont la nouvelle formulation impose à la RTBF de diffuser, en télévision, un programme culturel « d'envergure », « de manière régulière » et « visant un large public » . .

Il est encore précisé que la RTBF peut poursuivre la mise en œuvre du projet Arte Belgique « selon des modalités qu'elle détermine ».



Bilan tv

FIG C-1 : Comparaison des durées du programme « 50° Nord » avec la nouvelle offre culturelle



Source : CSA d'après les rapports annuels RTBF

Ancienne offre

Nouvelle offre

1. Évolution de la programmation

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

- « C'est Cult » (La Deux) - format original de sensibilisation culturelle réalisé « avec humour et insolence »¹ (83 éditions pour 6h15 de programmation inédite en 2016) ;
- « L'invitation » (La Trois) - découverte par deux quidams d'un projet culturel en compagnie de son initiateur (206 éditions pour 60h39 minutes de programmation inédite en 2016) ;
- « Coupé au montage » (La Trois) - interviews d'artistes belges - depuis janvier 2016(37 éditions pour 17h40 minutes de programmation inédite en 2016).

« L'invitation » et « Coupé au montage » font l'objet de prolongements en radio sur La Première.

Selon l'Administrateur général de la RTBF, l'objectif de cette évolution programmatique a été de « décroisser la culture » en proposant, à des horaires appropriés, des formats de programmes variés, populaires et accessibles².

Indépendamment des autres programmes de développement culturel proposés par la RTBF, le graphique compare la durée annuelle de « 50° Nord »³ à celle des trois programmes apparus depuis la fin de la subvention Arte Belgique.

Considérés en première diffusion, les trois nouveaux programmes représentent 70% du temps d'antenne consacré à « 50° Nord ».

En termes de diversité de formats :

- La RTBF traite de culture sous un angle nouveau via la conception de formats originaux ;
- Il convient de relever que la disparition de « 50° Nord », cumulée à celle, plus récente, du « Dan Late Show », limite fortement les plages d'expression culturelle de type « talk-show ». Les possibilités d'expression directe pour les artistes ont donc été restreintes.

¹ Descriptif repris du site de la RTBF : http://www.rtbef.be/avio/emissions/detail_c-est-cult?id=8722

² Audition de l'administrateur général de la RTBF du 19 novembre 2015 devant le Collège d'autorisation et de contrôle. Avis RTBF 2014, n°129-2015, p. 27.

³ Projetée sur base des obligations de l'ex-article 26 du contrat de gestion.

2. Un programme d'envergure ?

Via la modification de l'article 25.3, l'intention des cosignataires était-elle de remettre à l'antenne un format du même type que « 50° Nord » (durée, format, périodicité) ou d'autoriser la RTBF à décloisonner son offre culturelle ?

En l'absence de précision sur ce point, le CSA considère, en vertu du principe de liberté éditoriale, que les trois nouveaux formats pourraient constituer, ensemble, le programme « d'envergure » prescrit par l'article 25.3.

3. ARTE Belgique

Le projet ARTE Belgique se poursuit : « Tout le Baz'Art » (18 émissions pour 8 heures de programmes en 2016) succède à « Quai des Belges - Vlaamse Kaaï » (18 heures de programmes en 2015). D'une durée moindre, le nouveau format suit le carcan précédent, celui d'une fenêtre intercommunautaire sur la culture proposée en rediffusion sur La Trois.

Analyse de corpus

Le CSA propose ci-dessous une analyse détaillée de l'offre de développement culturel de la RTBF au cours d'une période donnée. L'échantillon de programmes est examiné au regard des trois axes principaux rappelés ci-dessus : couverture pluridisciplinaire, mise en valeur de la culture locale et soutien aux talents émergents. Les données proposées n'ont aucune prétention à l'exhaustivité, compte-tenu notamment du caractère saisonnier de l'activité de certains secteurs culturels, mais la taille du corpus permet néanmoins de dégager quelques éléments de tendance.

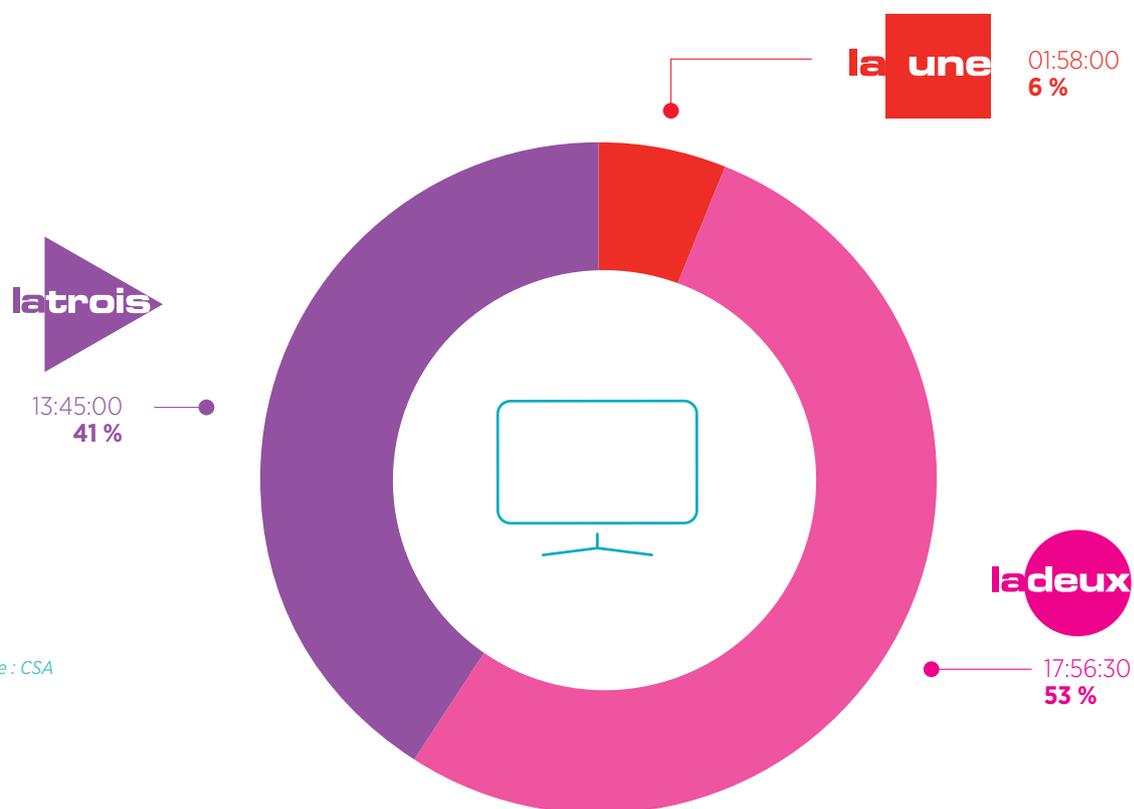
Méthodologie

Échantillon analysé en télévision : programmes et séquences de développement culturel diffusés hors boucle de nuit entre le 1er janvier 2016 et le 29 février 2016. La méthodologie exclut les œuvres de « stock » et les programmes d'information pour se concentrer sur les formats télévisuels produits ou coproduits par la RTBF et destinés à valoriser des artistes, des disciplines⁴, des œuvres ou des lieux culturels.

Précisions : les programmes « Sans Chichis » et « C'est du belge » sont intégrés au corpus car, bien que le développement culturel ne soit pas leur objet premier, certaines éditions de ces programmes contribuent à la mission en valorisant des personnalités artistiques et leurs actualités.

⁴ La liste des disciplines est établie sur base de l'article 25.3 de l'actuel contrat de gestion : « La RTBF diffuse et, dans les limites des articles 42quater et 42sexies du présent contrat de gestion, offre à la demande des programmes d'information, de sensibilisation et de promotion culturelles, consacrés, séparément ou cumulativement, au patrimoine, aux différents modes d'expression et de création ainsi qu'à toutes les disciplines artistiques, tels que la littérature (en ce compris la littérature dialectale), le cinéma, la musique (en ce compris, en radio, les musiques classiques et contemporaines et les musiques du monde), les arts de la scène en ce compris le théâtre, l'opéra, la danse et le cirque, les beaux-arts, les arts plastiques, l'architecture, la bande dessinée, la mode et le design ».

FIG C-2 : Répartition par service de la durée des programmes consacrés à la promotion culturelle (première diffusion)



Source : CSA

Sur les deux mois d'échantillon, la RTBF a proposé près de 47 heures de programmes inédits de développement culturel.

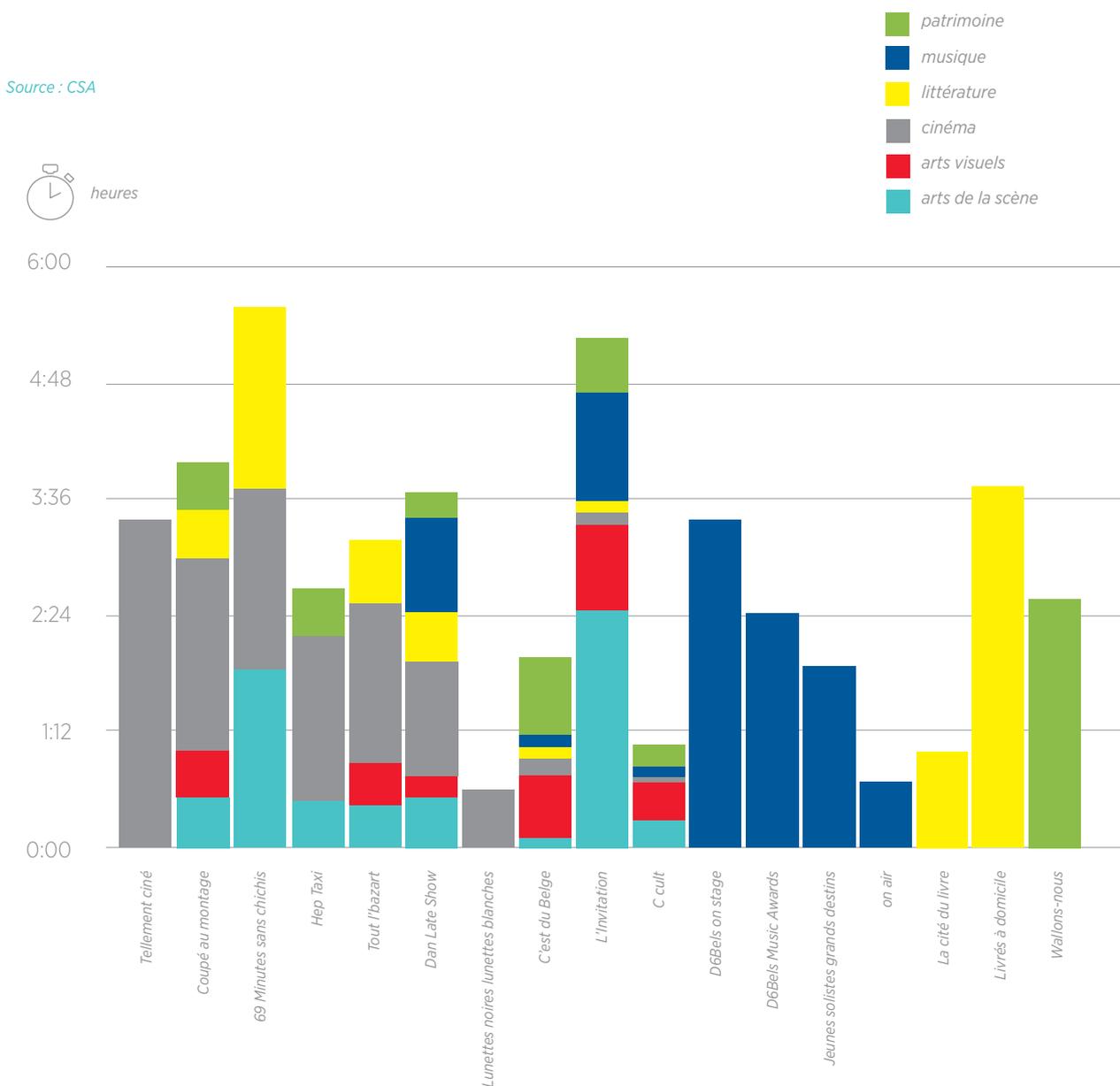
La Deux et La Trois accueillent, ensemble, 96% de cette programmation⁵.

La Une accueille 4% de cette programmation, cette proportion se limitant aux séquences de promotion culturelle diffusées dans le cadre de « C'est du Belge »⁶.

⁵ Cette proportion peut être relativisée car le programme « Sans Chichis » occupe près de 6 heures sur les 28, soit 21% de la programmation comptabilisée pour la Deux et 13% du total.

⁶ Voir réserve méthodologique supra.

FIG C-3 : Répartition de la durée de traitement de chaque discipline culturelle par programme (première diffusion)



L'offre de développement culturel de la RTBF est relativement équilibrée entre les 6 catégories définies.

À côté des programmes thématiques (musique, littérature, cinéma, patrimoine), les nouveaux formats « C'est Cult », « L'invitation » et « Coupé au montage » sont pluridisciplinaires.

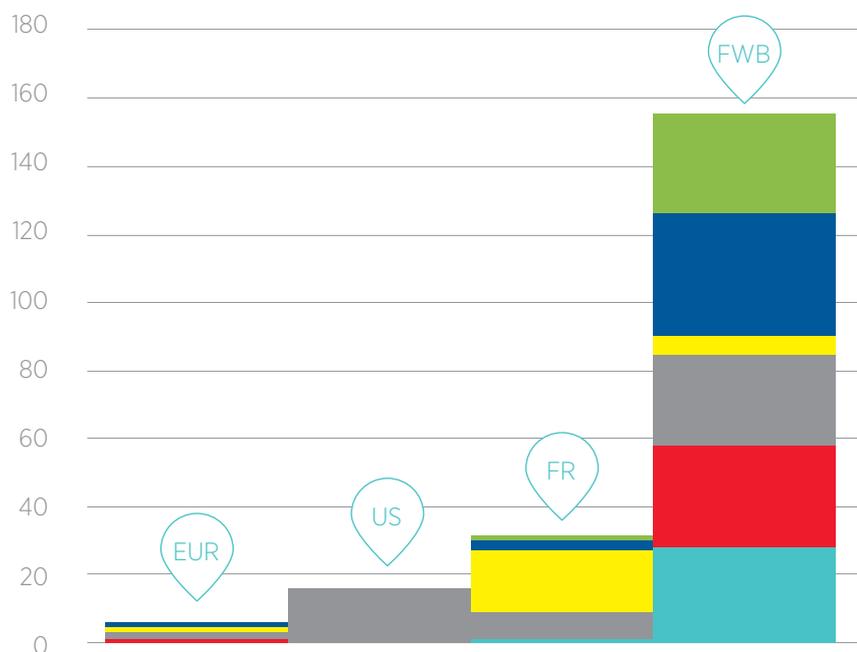
Le « Dan Late Show », pluridisciplinaire également, a été déprogrammé depuis la rentrée de septembre 2016.

« Coupé au montage » reste parmi les seuls formats de type « talk-show » centré sur les artistes belges de toutes disciplines.

FIG C-4 : Nombre d'objets culturels mis en valeur par origine et par discipline



Source : CSA



La culture belge francophone constitue près de 75% de l'échantillon, précisément 155 occurrences sur 208. Son traitement est relativement équilibré entre les 6 disciplines principales.

Dans les 25% restants, la France est représentée de manière assez importante.

Les objets culturels américains sont exclusivement centrés sur le cinéma.

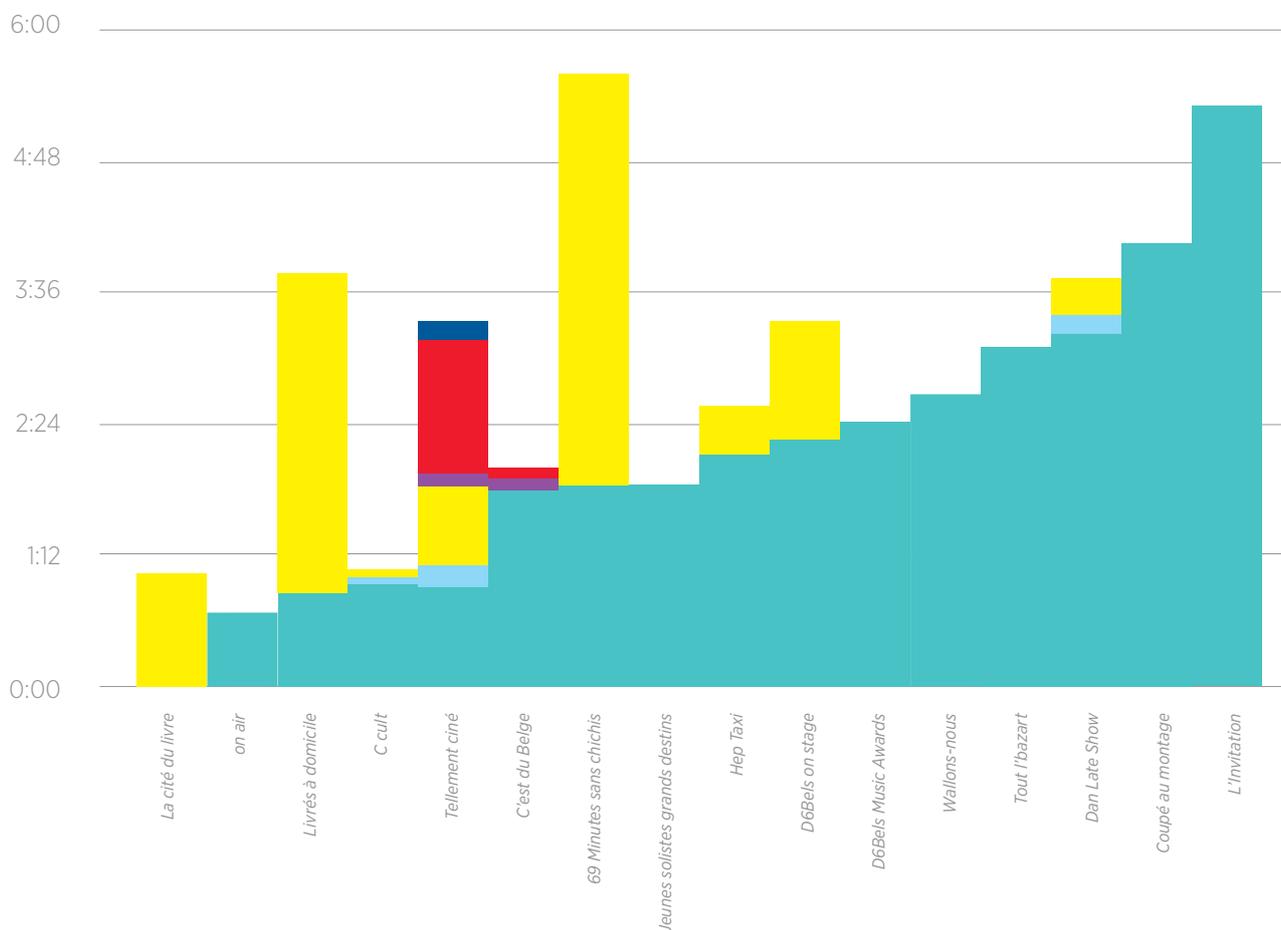
L'Europe, hors Francophonie, est très sous-représentée.

FIG C-5 : Durée de la programmation culturelle par origine et par programme en temps d'antenne



heures

Source : CSA



La plupart des programmes réserve une part majoritaire à la culture belge francophone.

Les nouveaux formats « C'est Cult », « L'invitation » et « Coupé au montage » sont exclusivement consacrés à la culture belge francophone.

Le programme le plus diversifié en origines est consacré au cinéma.

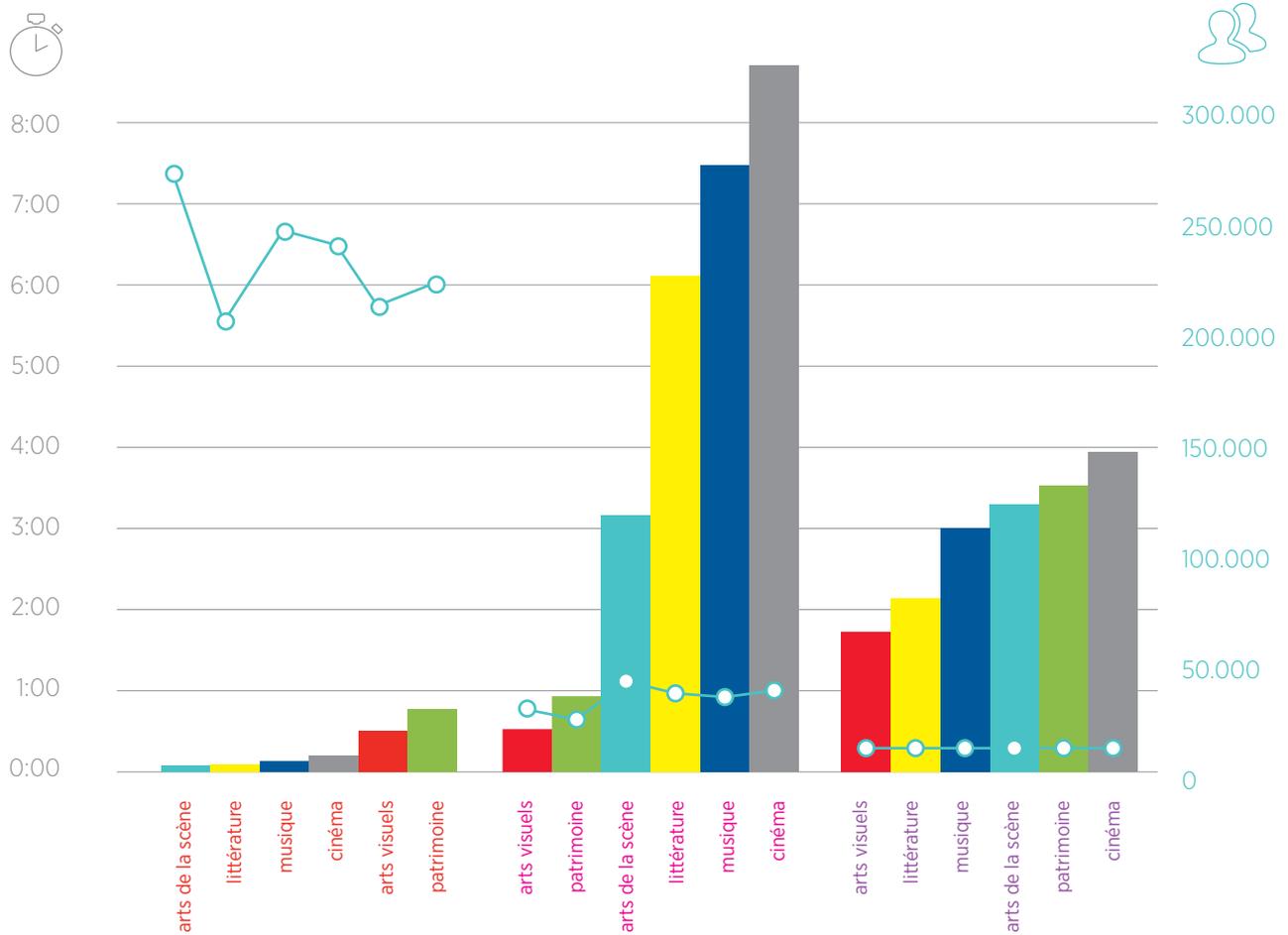
L'actualité littéraire française est très présente dans l'échantillon.

FIG C-6 & C-7 : Durée de la valorisation de chaque discipline par programme et audiences.

-  Moyenne d'audiences absolues
-  Somme de durées (heures)
-  Téléspectateurs

-  patrimoine
-  musique
-  littérature
-  cinéma
-  arts visuels
-  arts de la scène

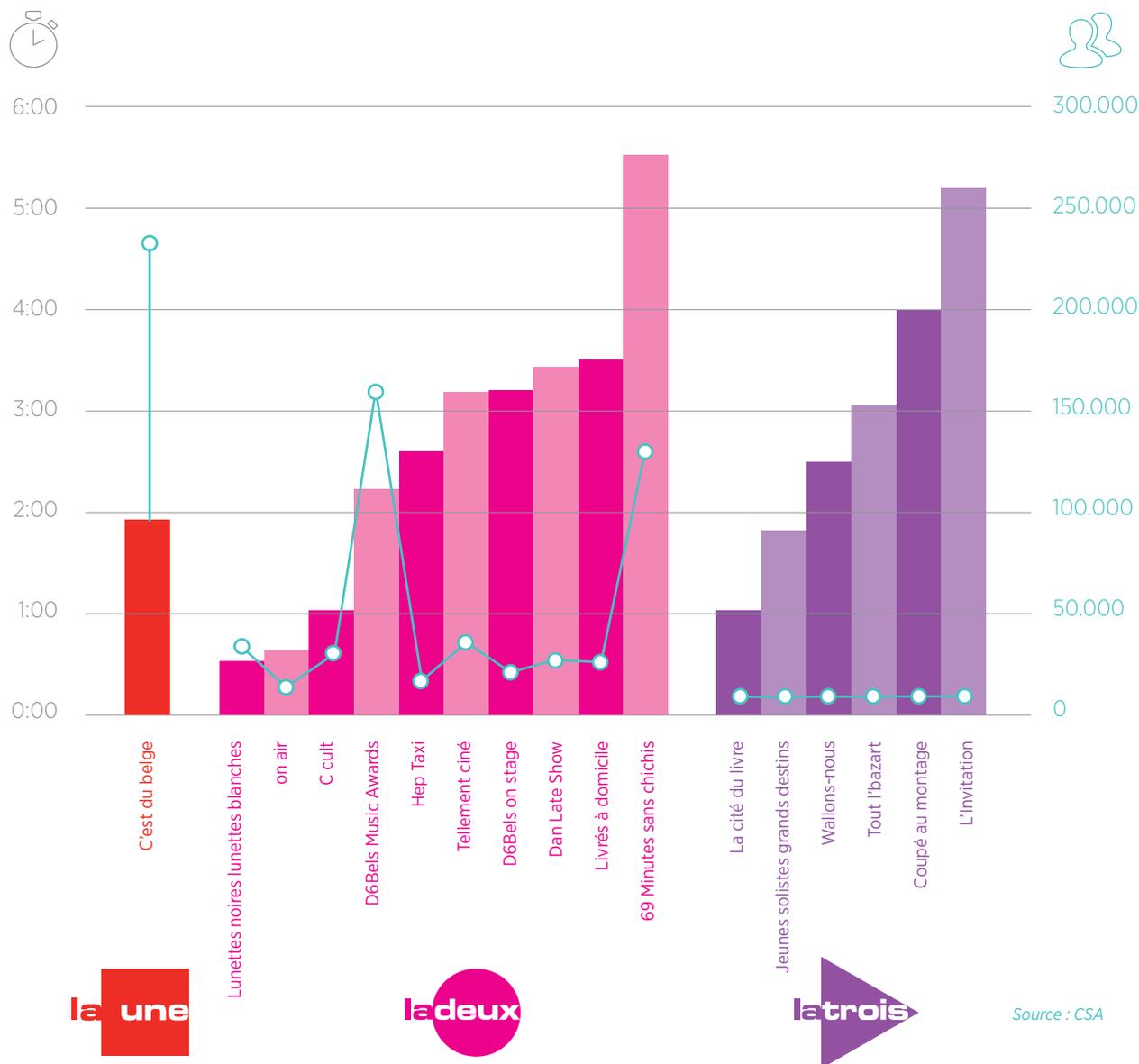
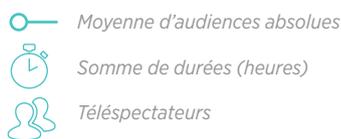
Source : CSA



la une

la deux

la trois



Source : CSA

L'article 24 stipule que : « la RTBF ne réserve pas son offre culturelle à une ou des chaînes de radio ou de télévision, ni à des horaires restreints, et fait en sorte que son offre culturelle soit diversifiée, cohérente et optimale en fonction de l'identité que la RTBF donne à ses chaînes de radio et de télévision et en fonction des publics visés par ces mêmes chaînes ». L'intention portée par ce paragraphe paraît équivoque.

L'ensemble des disciplines répertoriées est valorisé sur chacune des chaînes.

Les missions sont moins concrétisées sur La Une mais elles y bénéficient d'une audience nettement supérieure.

Les données d'audience de La Trois ne sont pas répertoriées par le CIM. Le CSA a dès lors appliqué la part de marché moyenne à l'ensemble de la programmation (à savoir : 1,4%).

Seuls les « D6bels Music Awards » et « 69 minutes sans chichis » atteignent des audiences comparables à celles du seul programme diffusé sur La Une (« C'est du belge »).

Si l'on se réfère à la fois au temps d'antenne et aux audiences, « 69 minutes sans chichis » est globalement le programme le mieux exposé. Cependant, la figure 4 démontre qu'il traite largement d'actualité culturelle française.

La plus grande partie des programmes de développement culturel bénéficie de créneaux de diffusion spécifique plutôt que d'une diffusion sur la chaîne rassemblant les plus grandes audiences.



Bilan radio

Analyse de corpus

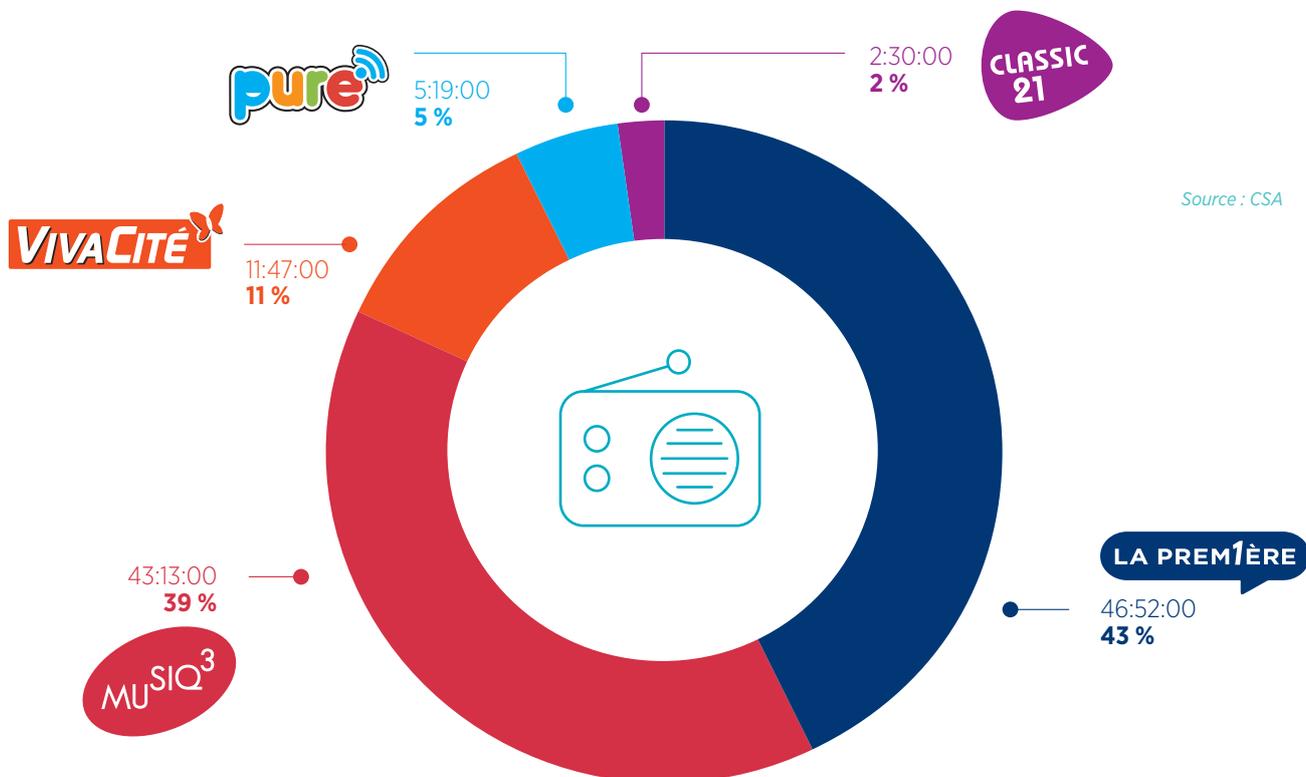
L'analyse a également été faite en radio sur quatre semaines d'échantillon, un échantillon plus court que la télévision en raison de la grande régularité des grilles de radio et de la grande quantité de contenus à analyser.

Méthodologie

Échantillon analysé en radio : programmes et séquences de développement culturel diffusés entre 6h et 24h, entre le 4 janvier 2016 et le 31 janvier 2016. La méthodologie comprend les émissions, les agendas et les chroniques au sein d'émissions ayant pour thématique les disciplines artistiques et culturelles, destinées à valoriser des artistes, des disciplines, des œuvres ou des lieux culturels.

Sont exclus les programmes de création radiophonique (« Par Oui-Dire », à l'exception des éditions de ce programme ayant eu pour thématique une discipline artistique ou une œuvre) et les programmes d'information, trop nombreux et aux contenus trop variés.

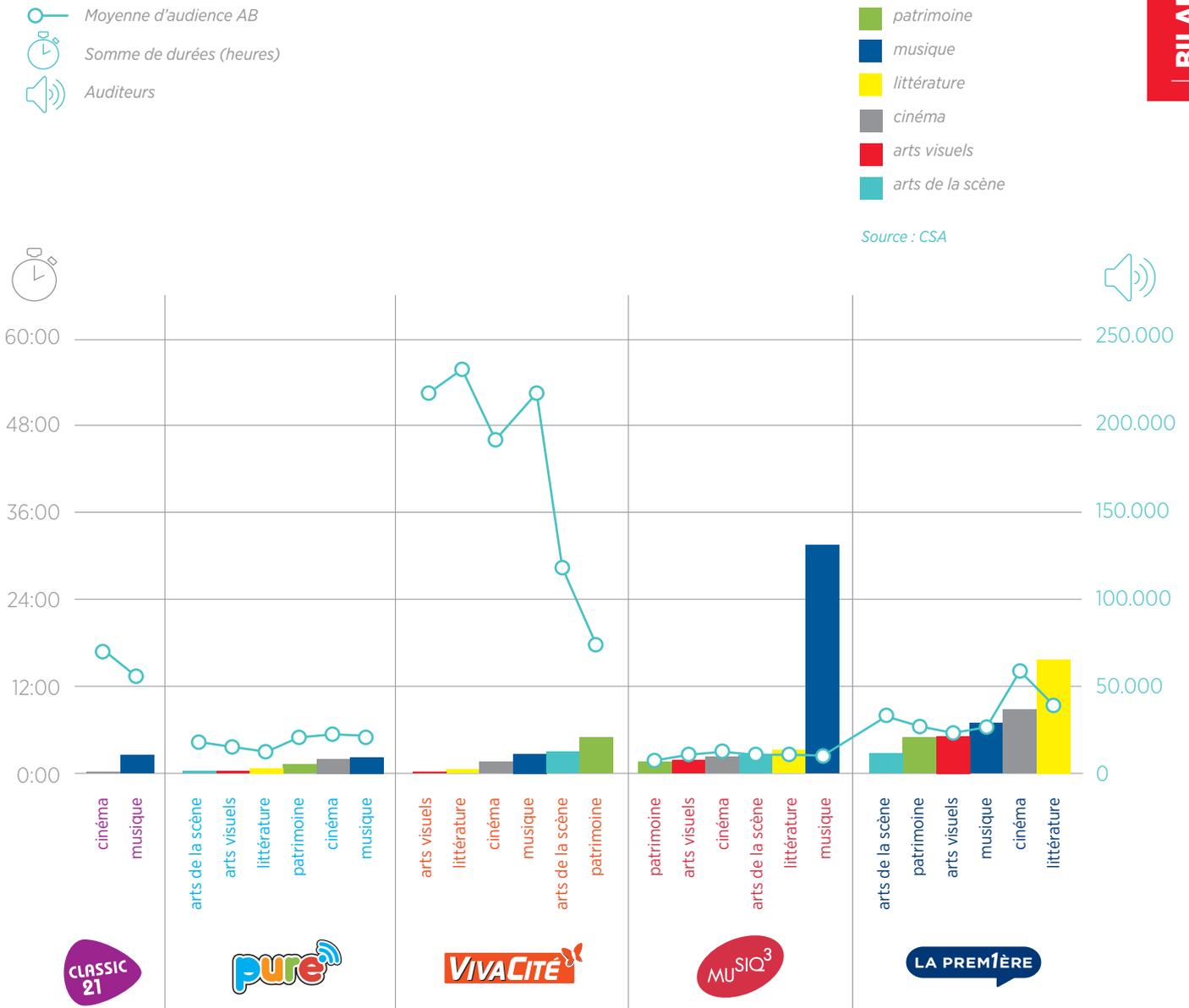
FIG C-8 : Répartition par service de la durée des programmes consacrés au développement culturel (première diffusion)



Sur les quatre semaines d'échantillon, la RTBF a proposé près de 110 heures de programmes inédits de développement culturel.

La Première et Musiq3 accueillent, ensemble, 82% de cette programmation. Les trois autres services se partagent les 18% restants.

FIG C-9 : Durée de la valorisation de chaque discipline par chaîne et audiences ⁷.



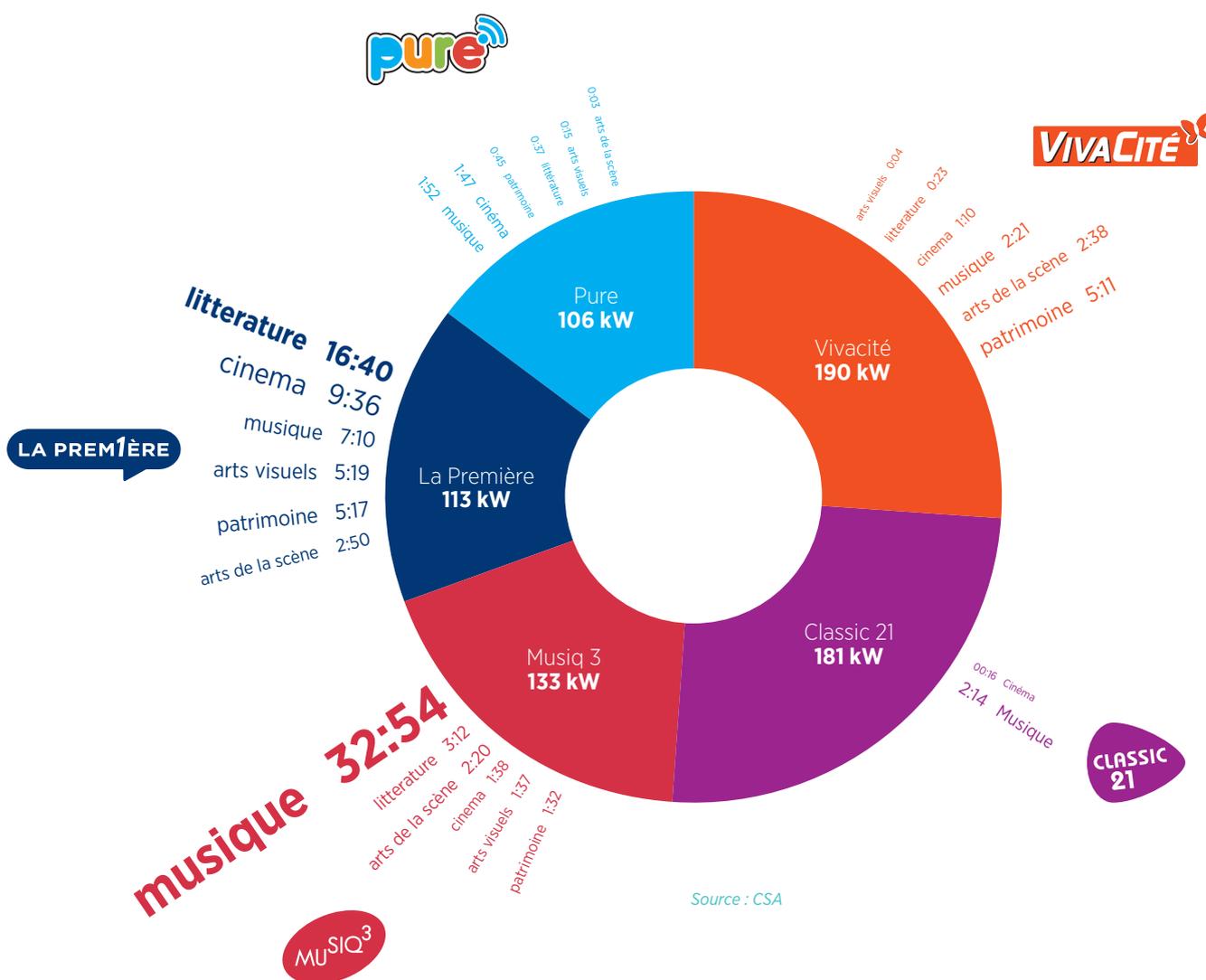
⁷ Les audiences des émissions sont obtenues en croisant les audiences par quart d'heure avec les heures de diffusion des programmes

Classic21 ne traite que de cinéma et de musique. Les 4 autres radios développent une offre culturelle plus pluridisciplinaire dans les cas de La Première et Musiq3 et moins pluridisciplinaire dans les cas de Pure FM et Vivacité.

La programmation en développement culturel de La Première est la plus équilibrée.

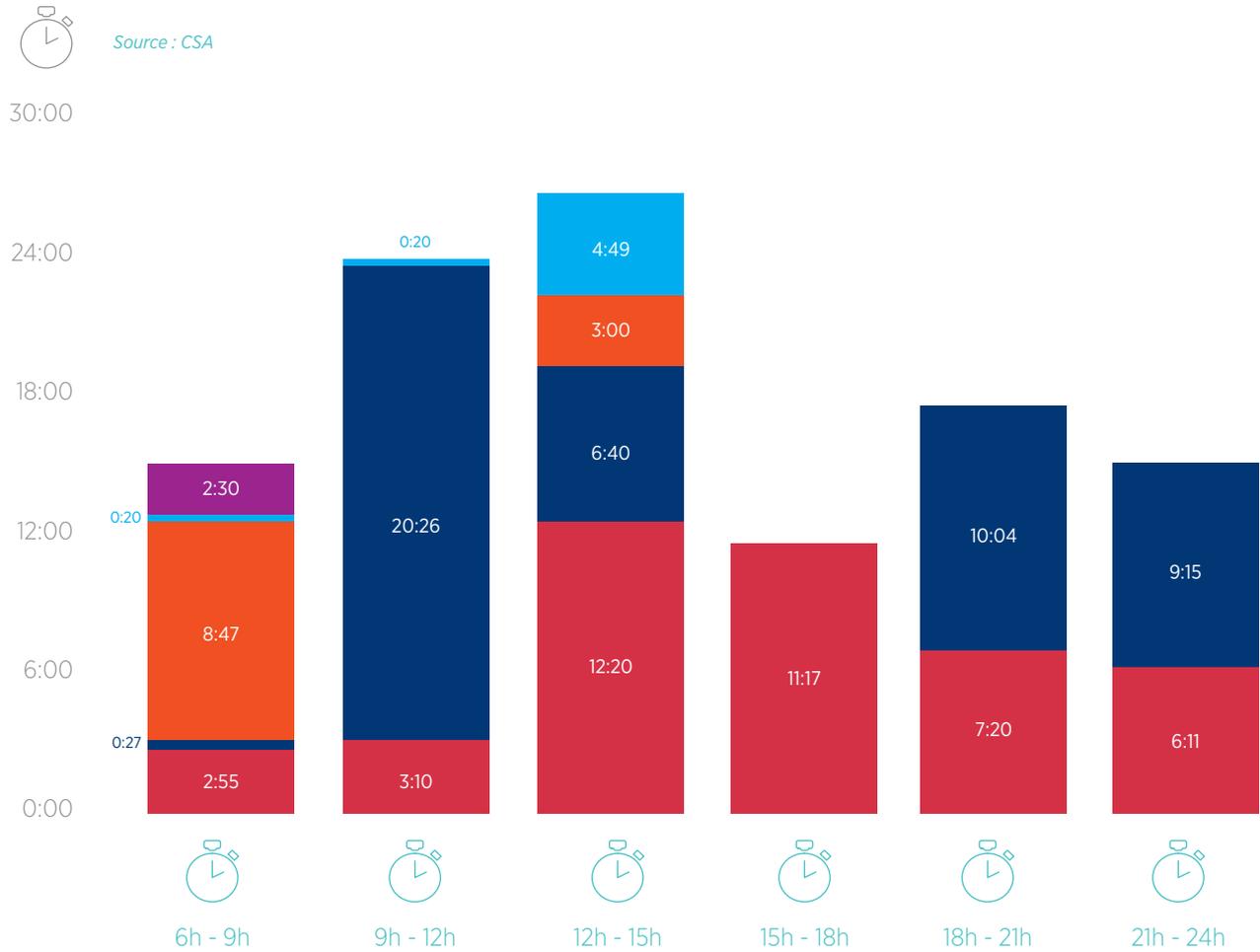
Musiq3 consacre l'essentiel de ses créneaux culturels à la musique. Vivacité semble privilégier le patrimoine.

FIG C-10 : Répartition des capacités de diffusion et des missions de service public en matière de culture entre les services sonores de la RTBF



Alors qu'elles bénéficient des meilleures couvertures techniques, Vivacité et Classic21 ne développent qu'une partie minoritaire de l'offre culturelle.

Fig C-11 : Créneaux horaires de diffusion des programmes de développement culturel par radio



En radio, les heures de grande écoute sont 7-9h et 15-18h.

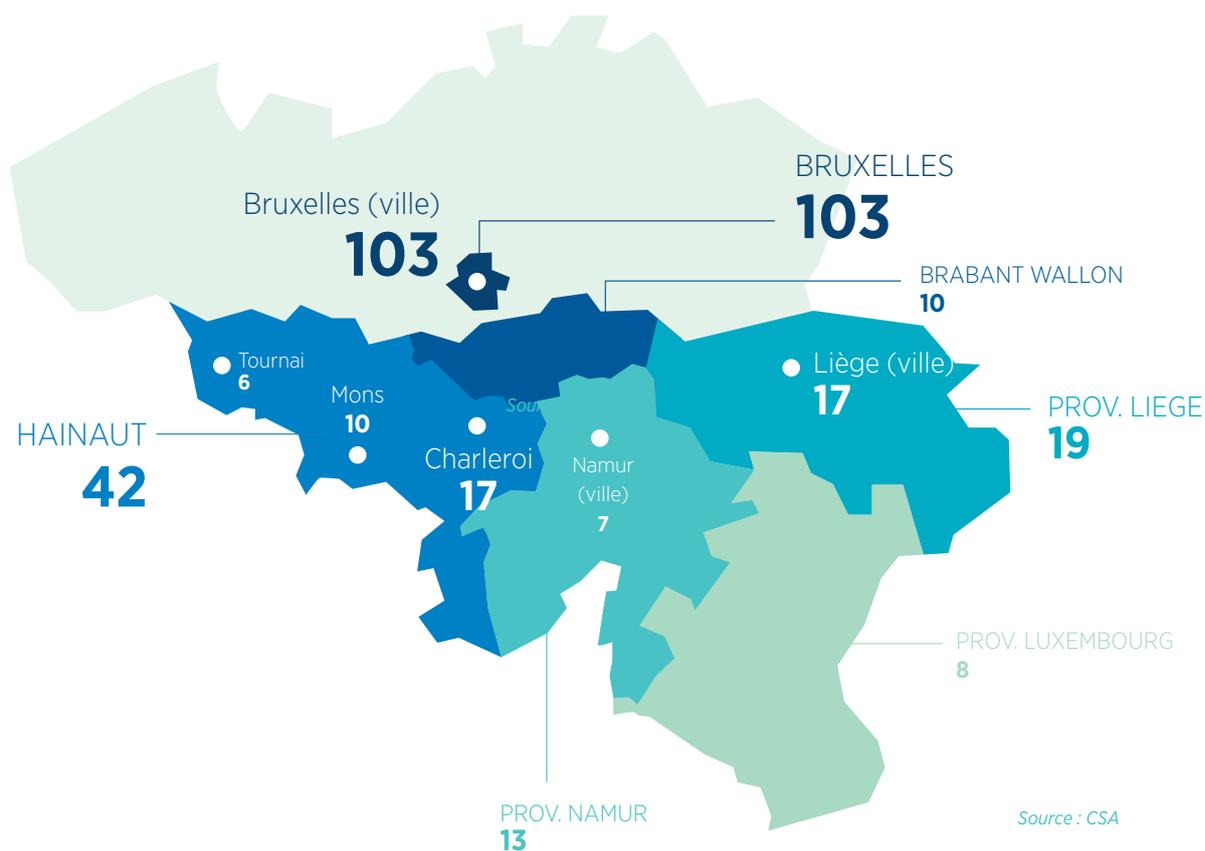
Musiq3 et Vivacité sont les deux seules radios à proposer du contenu culturel en quantité dans la tranche du matin.

La Première propose ses très nombreux contenus culturels à des heures légèrement décalées des créneaux de très grande écoute. En matinale, c'est pour laisser la place à l'information, en après-midi c'est pour laisser la place au divertissement et à l'information.

Classic21 concentre son offre culturelle sur la tranche matinale.

La majorité de l'offre culturelle dans la tranche 6h-9h se présente sous la forme d'agendas culturels.

**FIG C-12 : Radio - répartition géographique
carte des lieux couverts**



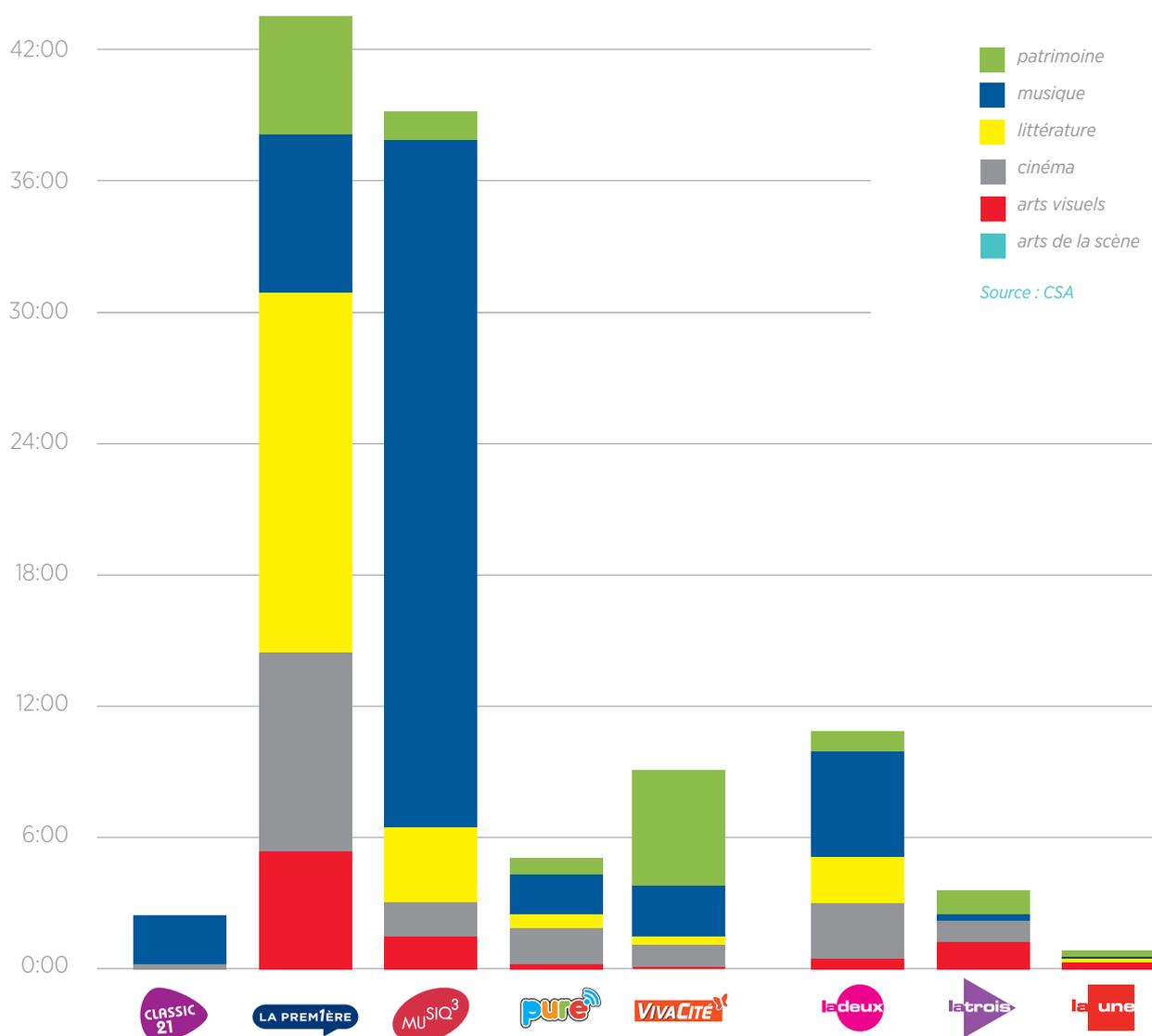
Sur 229 lieux mentionnés, plus de 88% se situent en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Les grandes villes sont les plus représentées : plus de 70% des lieux mentionnés sont en ville et les événements à Bruxelles représentent plus de 50% de tous les événements en Fédération Wallonie-Bruxelles.



Regard croisé radio - télé

FIG C-13 : Durée de la promotion culturelle par média et par discipline (première diffusion)



Source : CSA

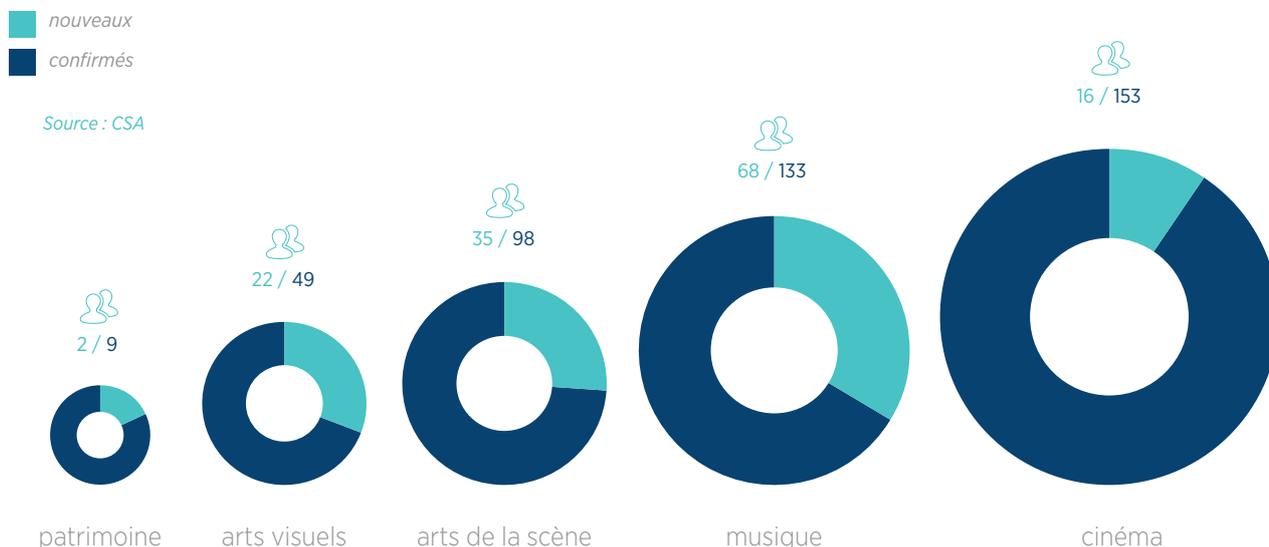
Tous les services, excepté Classic21, adoptent un angle pluridisciplinaire dans leur mission de développement culturel, même lorsque le temps de diffusion consacré est réduit.

La Première consacre un temps d'antenne à la fois important et diversifié au développement culturel.

La durée totale consacrée au développement culturel en radio est largement supérieure à celle en télévision. Ceci s'explique principalement par des coûts de production moindres. Cependant, Vivacité, Classic21 et Pure FM proposent moins de développement culturel que La Deux.

Tous médias confondus, les audiences importantes de La Une sont peu mises à profit pour la mission de développement culturel.

FIG C-14 - Artistes émergents / confirmés dans la programmation de développement culturel (toutes disciplines confondues)



Les artistes émergents représentent 23,78% des mises en valeur dans la programmation de développement culturel de la RTBF, tous services confondus.

Les artistes émergents dans le domaine de la musique sont les plus mis en valeur, suivis par les arts de la scène puis par la littérature.

Conclusions

Si le prochain contrat de gestion devait maintenir le concept d'un « programme d'envergure » en matière de développement culturel, il conviendrait de définir plus précisément les attentes de la Fédération Wallonie-Bruxelles, ce qui ne transparaît actuellement pas à l'article 25.3 du contrat de gestion.

En télévision, le prochain contrat de gestion pourrait être plus précis quant à un équilibre de formats dans les programmes de développement culturel, de manière à y garantir des plages d'expression directes aux artistes.

L'identité éditoriale des services, telle que décrite à l'article 42.bis (radio ou télévision) de l'actuel contrat de gestion ne devrait pas constituer un frein au déploiement équilibré de la mission de développement culturel. En augmentant la transversalité de l'offre des programmes répondant à la mission de développement culturel, ceux-ci gagneraient certainement en matière d'exposition.

De manière générale, le futur contrat de gestion devrait donner une latitude suffisante à la RTBF afin qu'elle puisse adapter l'exécution de sa mission de développement culturel aux nouveaux médias et aux nouveaux usages qu'en font les publics ciblés.