

**CSA**

Dossier RTBF  
2012 - 2016

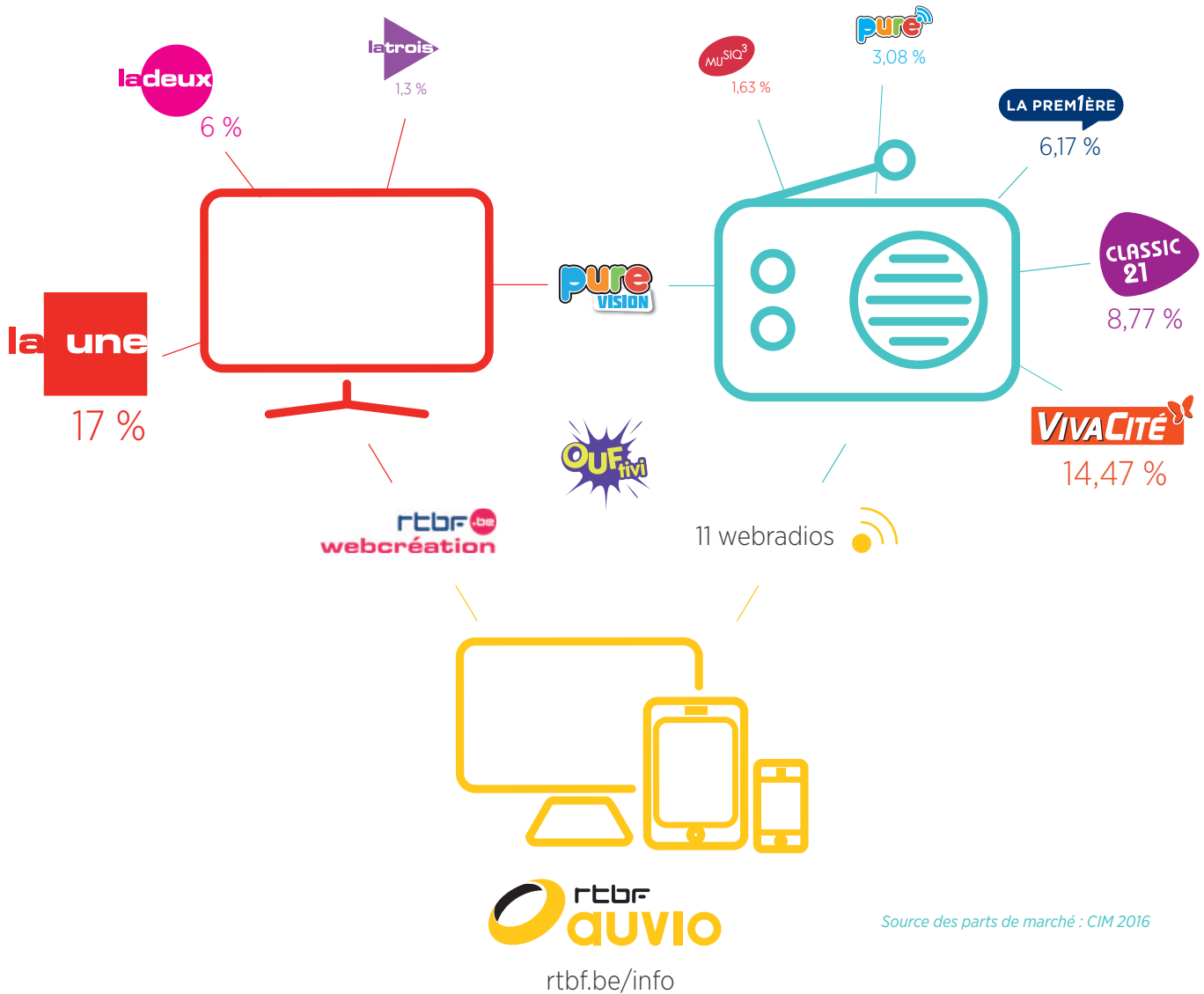
**Offre de services**

# OFFRE DE SER- VICES

# rtbf

## Offre de services

**FIG O-0 : l'offre 360 de la RTBF**  
Pourcentages de parts de marché par service



En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes complémentaires et clairement identifiées sur le plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs. Depuis fin août 2015, Pure Vision propose une version filmée de Pure

En radio, la RTBF doit éditer cinq services de médias sonores complémentaires : deux généralistes et trois musicaux (classiques et non classiques). En mars 2017, elle propose également onze webradios : les déclinaisons 60's, 70's, 80's, 90's, Metal, Reggae, Blues et Route 66 de Classic21, « La Première, la vie en rose », Pure Like et la webradio d'Ouf.tivi.

## La plateforme « Auvio »

Auvio centralise l'offre audiovisuelle en ligne de la RTBF : contenus vidéos et sonores, en direct et à la demande, inédits et en rediffusion. Le portail propose les programmes produits par la RTBF et ceux dont elle dispose des droits de diffusion sur Internet. Les contenus sont classés par titres, chaînes ou catégories.

Les internautes peuvent s'abonner à des programmes et sélectionner des vidéos à visionner ultérieurement. Pour bénéficier de ces fonctionnalités, ils doivent créer un compte comprenant des données personnelles. Celles-ci permettront de développer les outils de recommandations, et à titre accessoire, selon la charte de confidentialité de la RTBF, de mieux cibler les inserts publicitaires.

Dès 2017, la RTBF ambitionne de proposer, au-delà de l'offre gratuite, des contenus exclusifs payants à la demande ou à la carte<sup>1</sup>.

## Le site [rtbf.be/info](http://rtbf.be/info)

### Cadre juridique

Le déploiement de l'activité d'information rédactionnelle en ligne de la RTBF a fait l'objet de litiges juridiques avec les éditeurs de presse écrite quotidienne belges francophones :

- Le 30 décembre 2011, le Tribunal de première instance de Charleroi a considéré que le développement d'activités rédactionnelles en ligne était une activité accessoire en lien avec l'activité principale de la RTBF. À ce titre, l'éditeur était en droit de développer une telle activité. Après recours, une appréciation similaire fut donnée par la Cour d'appel de Mons le 20 janvier 2014, puis par le Conseil d'Etat dans son arrêt n° 231.760 du 26 juin 2015.
- Interrogée à son tour, dans le cadre d'une procédure relative au financement public de l'activité rédactionnelle en ligne de la RTBF, la Commission européenne a amené le législateur belge à définir de manière exhaustive le périmètre des activités en ligne de la RTBF<sup>2</sup>. Le contrat de gestion prévoit dès lors une liste précise et limitative des services en ligne qui entrent dans le mandat de service public de la RTBF. En d'autres termes, ce qui sort de ce cadre, défini à l'article 42sexies<sup>3</sup> du contrat de gestion, n'est pas autorisé.

Le cadre juridique actuel détermine selon quatre grands principes le périmètre dans lequel la RTBF peut déployer son activité rédactionnelle en ligne :

1. Les contenus doivent répondre aux articles 22 à 41 du contrat de gestion, c'est-à-dire aux missions programmatiques en matière d'information, de culture, d'éducation permanente, de sports et de jeunesse.
2. Les contenus doivent « mettre l'accent » sur l'image et le son.
3. Les contenus doivent être en lien avec les sujets « développés ou à développer » dans les programmes audiovisuels.
4. Les contenus doivent être produits ou traités par la RTBF dans ses propres rédactions.

Le contrôle de ce cadre légal incombe au CSA qui doit apprécier, au cas par cas, si le périmètre établi par l'article 42sexies est respecté.

### L'offre rédactionnelle

L'offre rédactionnelle en ligne de la RTBF se déploie principalement sur les sites et onglets « RTBF info », « RTBF sport », « RTBF culture », « RTBF international » et « RTBF tendance ». Selon des monitorings indicatifs réalisés en 2016 par le CSA, plus de la moitié des articles proposés sur la page d'accueil du site [rtbf.be/info](http://rtbf.be/info) comprennent de l'audiovisuel (liens vidéos ou sonores).

Le blog [rtbf.be/tendance](http://rtbf.be/tendance) tient une place particulière dans l'offre rédactionnelle de la RTBF car il vise 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.<sup>4</sup> ». Selon des monitorings indicatifs réalisés en 2016 par le CSA, les liens audiovisuels paraissent moins présents sur la page d'accueil de cet onglet spécifique, les liens avec la programmation audiovisuelle semblent également plus ténus.

<sup>1</sup> Voir notamment : <http://www.moustique.be/15742/la-rtbf-lance-la-plateforme-auvio>.

<sup>2</sup> Avis de la CE du 7.05.2014 - aides d'Etat « Financement de la RTBF Belgique ».

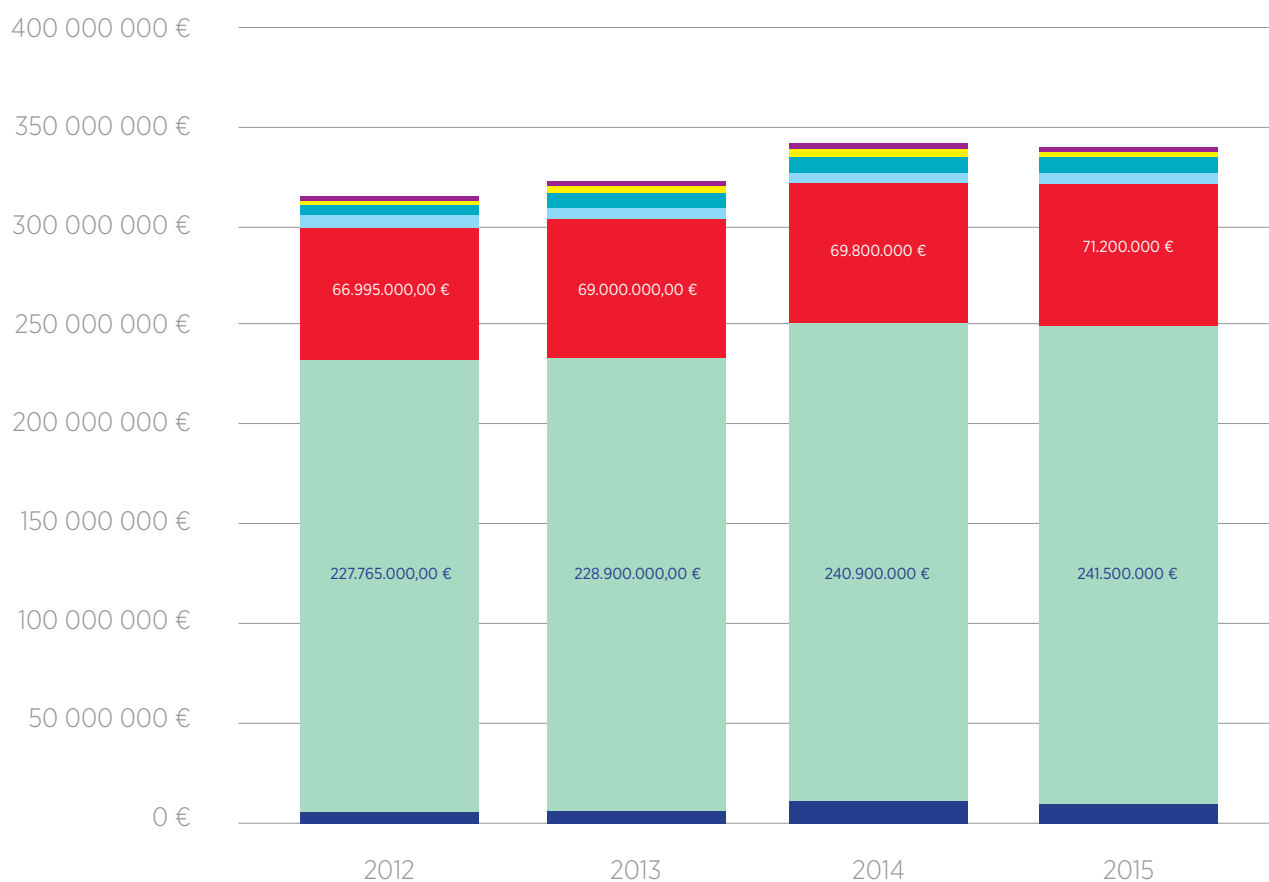
<sup>3</sup> Contrat de gestion 2013-2017, modifié par avenant le 16 décembre 2014.

<sup>4</sup> Rapport RTBF 2015.

# Éléments financiers

## Recettes

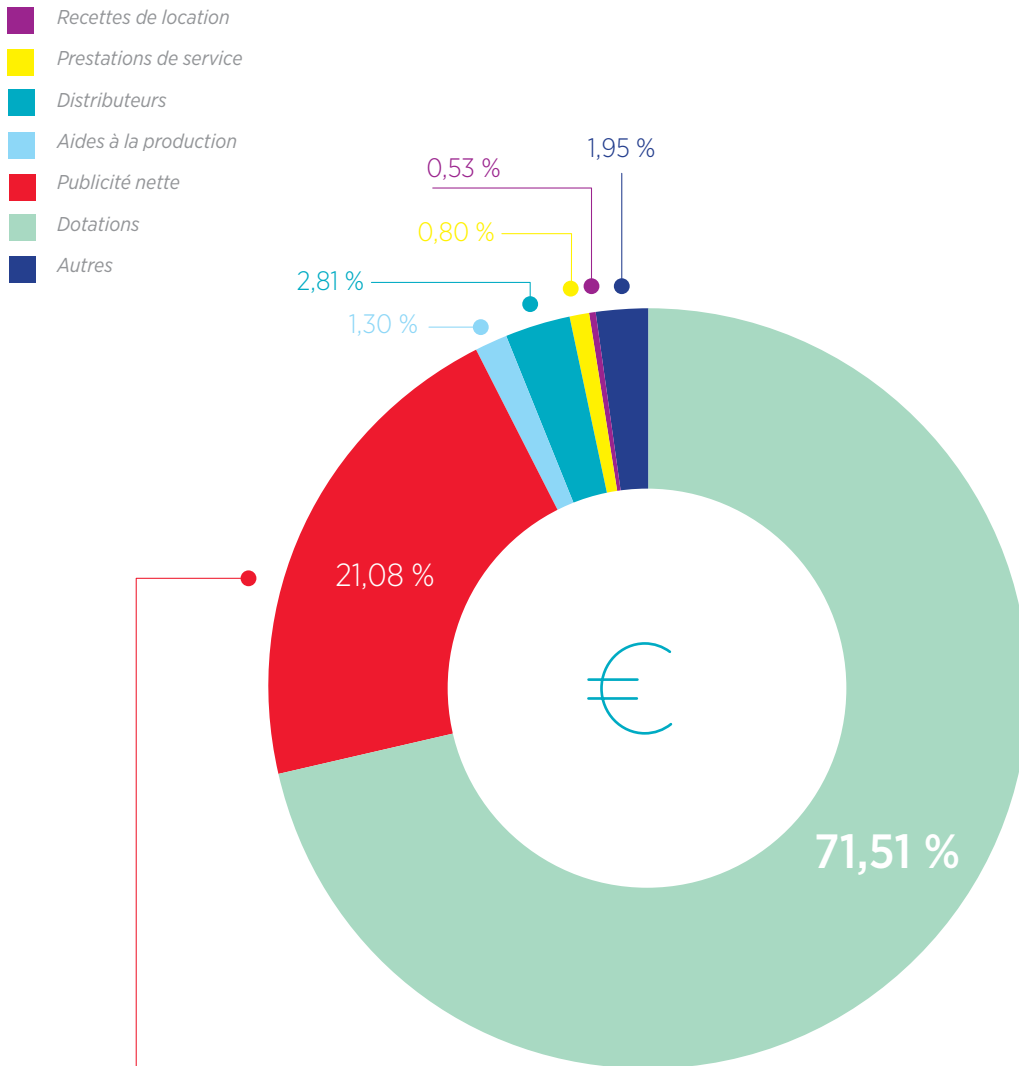
### FIG O-1 : Evolution des recettes de la RTBF



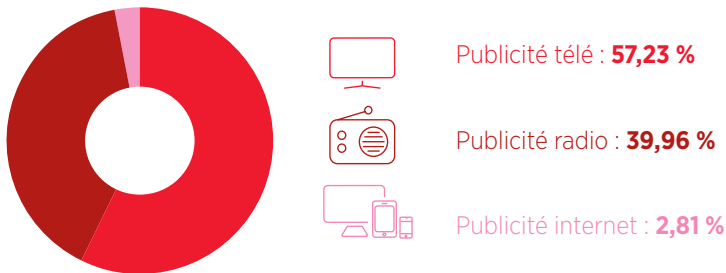
Source : Rapports annuels RTBF

- Recettes de location
- Prestations de service
- Distributeurs
- Aides à la production
- Publicité nette
- Dotations
- Autres

**FIG O-2 : Répartition des recettes RTBF en 2015**



*Focus pub*



Source : Rapport annuel RTBF (chiffres arrondis)

Sur l'ensemble de la période considérée, les données témoignent d'une évolution positive des revenus de la RTBF liés aux dotations (+6%), aux recettes publicitaires (+6,25%) et à la distribution (+71,8%).

En 2015, les recettes d'exploitation s'élevaient à 337,7 millions, ce qui représente une légère baisse de 0,18% par rapport à 2014.

**Dotation générale : 232 millions d'euros**

Montant obtenu en additionnant la subvention ordinaire telle qu'indexée conformément à l'article 65 du décret (soit 224,3 millions) et la subvention complémentaire relative aux charges de pension (7,6 millions).  
Le montant est en augmentation de 1,2% par rapport à 2014.

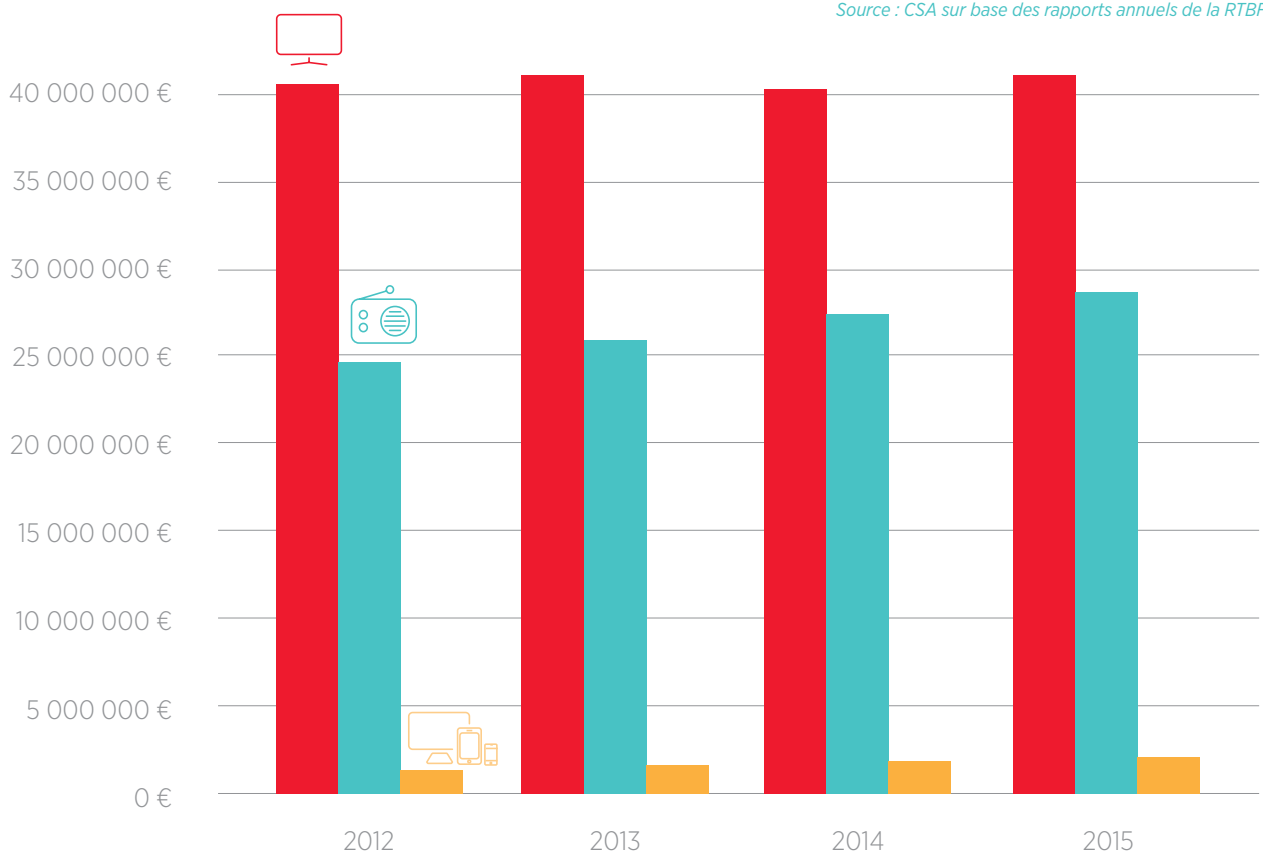
**Dotation pour TV5 Monde : 9,5 millions d'euros**

Ce montant couvre, d'une part, la contribution de la Fédération Wallonie-Bruxelles au budget général de TV5 Monde, telle que décidée par la Conférence des Ministres issus des Gouvernements actionnaires de la chaîne, et, d'autre part, les frais de personnels et de libération des droits de diffusion qui incombent à la RTBF en tant qu'actionnaire (11,1%).  
Le montant est en augmentation de 9,1% par rapport à 2014.

**Dotation pour ARTE Belgique : 0 euros**

Jusqu'en 2014, cette dotation s'élevait à 3 millions d'euros annuels. Le premier avenant au contrat de gestion a supprimé 2 millions de ce montant. Le million restant sera réaffecté à la subvention ordinaire de la RTBF. La dotation n'est donc pas totalement supprimée, elle l'est aux deux tiers, le tiers restant étant réaffecté et donc remis dans la dotation ordinaire. À noter que la RTBF poursuit sa collaboration au projet ARTE sous d'autres formes.

**FIG O-3 : Evolution des recettes publicitaires nettes de la RTBF**



*Recettes publicitaires*

**Tendances sur la période considérée :**

Les revenus publicitaires tirés des activités en ligne de la RTBF progressent mais demeurent très marginaux.

Les revenus publicitaires tirés de la télévision sont globalement stables.

Les revenus publicitaires tirés de la radio augmentent de façon régulière (d'environ 1,2 million d'euros en moyenne par an).

### Fonds de soutien aux médias d'information

La RTBF peut recourir aux nouvelles formes de communication commerciale en ligne : pop-ups, billboards, pré-rols, habillages...

Cependant, « afin de préserver les recettes publicitaires des éditeurs de presse écrite sur internet et dans un souci de maintien du pluralisme », l'article 75 du contrat de gestion prévoit que la RTBF doit affecter à un « fonds de soutien aux médias d'information » ses recettes publicitaires « display » qui dépasseraient 600.000 euros annuels.

Ne sont prises en compte pour ce plafond que les publicités associées aux contenus écrits du site [www.rtbef.be/info](http://www.rtbef.be/info).

Le plafond est indexé sur base de la croissance du marché de l'internet au cours de l'année antérieure telle que constatée par le CIM.

Ce système de compensation est une nouveauté du contrat de gestion actuel mais il n'a pas encore trouvé à s'appliquer. Le plafond de 600.000 euros paraît élevé au regard des recettes « éligibles ».

Les recettes tirées des seuls « displays » s'élevaient à 273.550,37 euros pour 2014 et à 263.433,7 euros pour 2015.

### Recettes nettes de publicité

Le contrat de gestion fixe à 30% (article 71.4) la limite de proportion que peuvent atteindre les recettes publicitaires nettes dans le budget global de la RTBF.

Ce plafond est systématiquement respecté par la RTBF : 21,18% en 2012, 21,32% en 2013, 20,63% en 2014, 21,08% en 2015.

Les résultats de la RTBF sur ce point sont très stables.

### Coût net de la mission de service public

En vertu de l'article 64 du contrat de gestion, lors de l'examen de ses comptes annuels, la RTBF donne au Collège des commissaires aux comptes les moyens de vérifier concrètement que la subvention publique affectée n'excède pas les coûts nets induits par la mission de service public.

Les possibilités de dépassement sont plafonnées par décret, sauf exception négociée au préalable avec le Gouvernement. En cas de non-respect, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA peut infliger à la RTBF une amende équivalente au montant du dépassement éventuellement non remboursé.

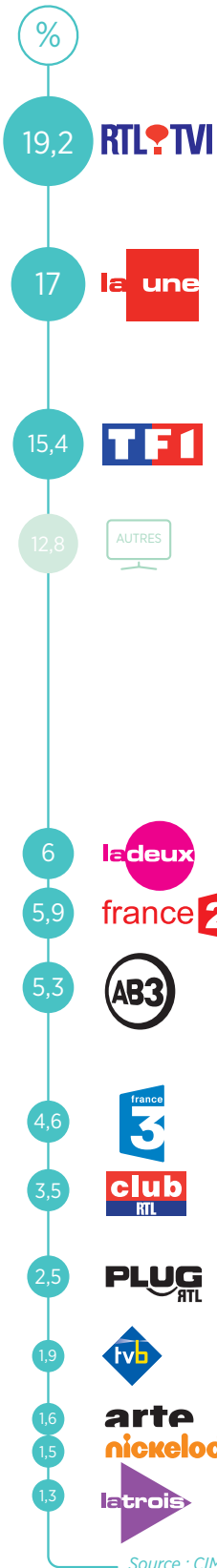
Depuis l'introduction de cette notion dans le contrat de gestion, les commissaires aux comptes ont chaque année conclu à un solde nul ou positif : 6,7 millions d'euros en 2013, 2,4 millions d'euros en 2014 et 0 euro en 2015. En 2013 et 2014, la RTBF a donc dépensé plus que ce qu'elle avait perçu en subvention pour la réalisation de ses missions de service public.

<sup>5</sup> Sources : rapport annuel de la RTBF.

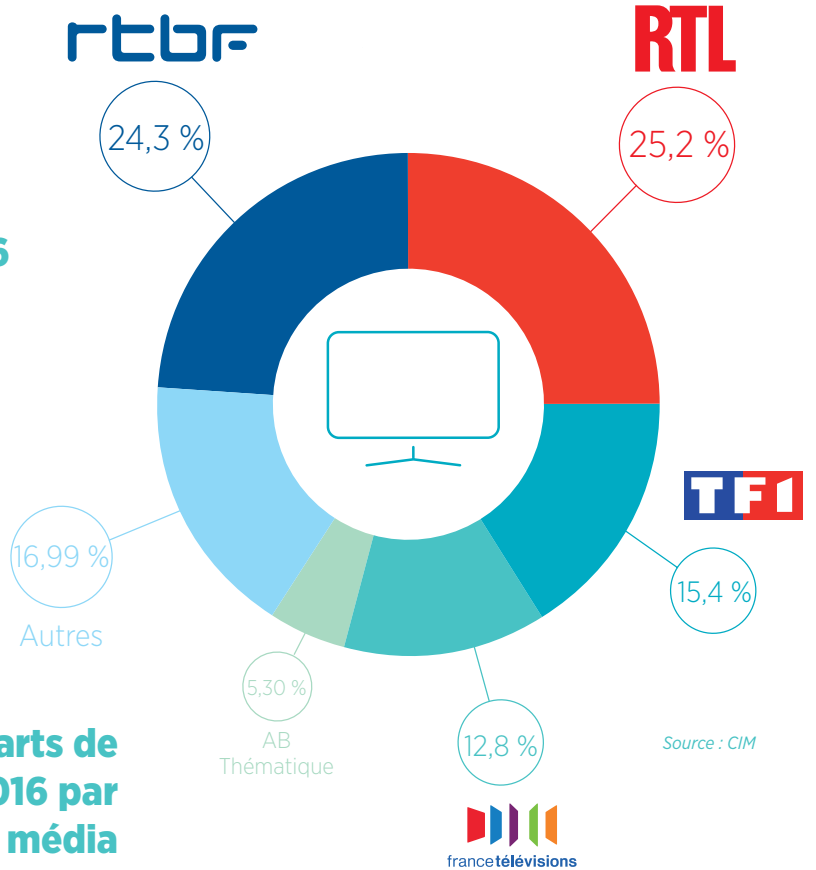
<sup>6</sup> Entendues hors TVA, hors commissions de régies, hors moyens investis dans la production indépendantes en vertu des articles 12.3 et 12.5 du contrat de gestion, et hors contribution au fonds d'aide à la création radiophonique.



## Audiences et parts de marché Télévision



**FIG O-4 : Parts de marché 2016 par service télévisuel**



**FIG O-5 : Parts de marché 2016 par groupe média**

Source : CIM

En télévision, la RTBF est soumise à une concurrence particulière :

Le Gouvernement de la FWB lui permet de compenser une dotation limitée par des revenus publicitaires.

De ce fait, la RTBF entre en concurrence avec un éditeur privé, le groupe RTL, qui exploite le marché belge francophone tout en considérant relever d'un cadre réglementaire - moins contraignant - au Luxembourg ;

Les chaînes françaises sont très regardées en FWB et disposent de moyens supérieurs (environ 35% en parts de marché cumulées pour 2016) ;

TF1 ambitionne d'opérer des décrochages publicitaires en Belgique francophone afin de mieux rentabiliser ses 15,4% de parts de marché.

D'autres services aux parts de marché moindres opèrent également des décrochages publicitaires ciblant la FWB depuis l'étranger : Disney, National Geographic, Eleven...

Source : CIM

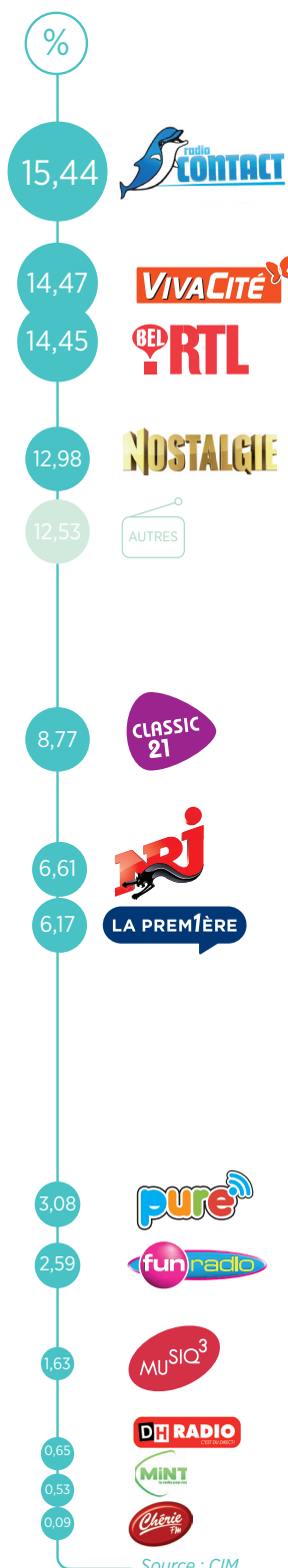




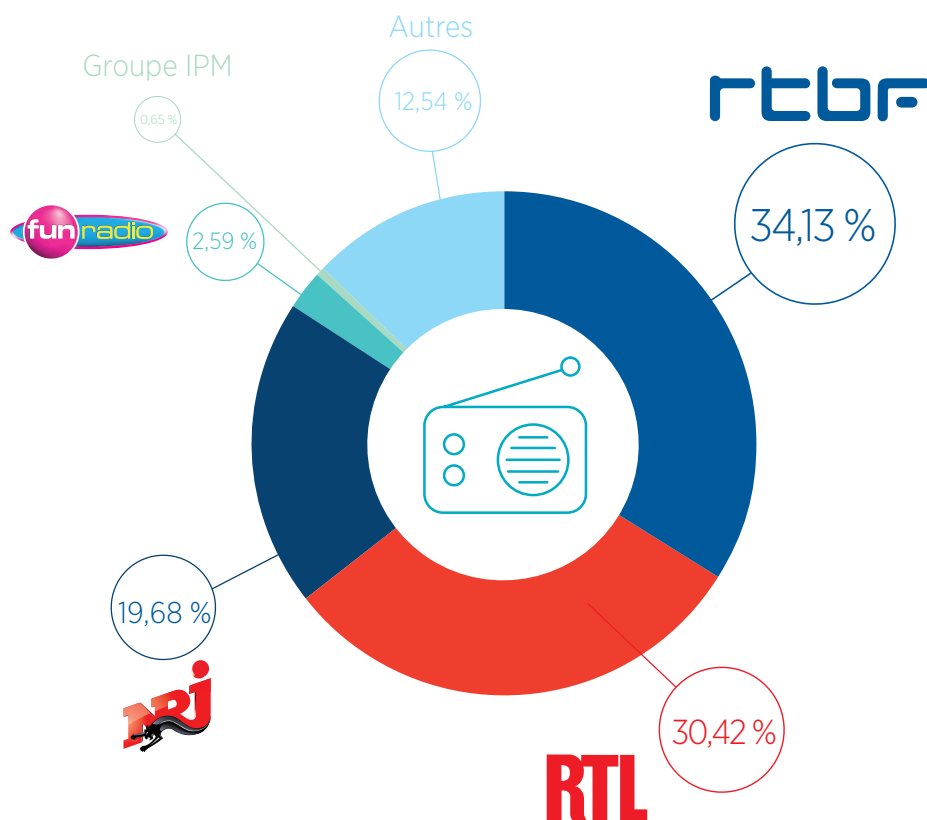
## Audiences et parts de marché Radio

**FIG O-6 :**  
Parts de marché  
2016 par service  
radiophonique

**FIG O-7 :**  
Parts de  
marché 2016  
par groupe  
média



Source : CIM



Les parts de marché cumulées des cinq radios de la RTBF sont les plus élevées de la FWB.

Vivacité se retrouve systématiquement dans le top 3 des cinq dernières années et Classic21 dans le top 5.

Pure a progressé depuis 2012.

Enfin, les résultats de La Première et Musiq3 sont plus inconstants avec une baisse notable de La Première entre 2015 et 2016.



## Gestion du personnel : égalité femmes-hommes

L'article 63 du contrat de gestion définit différents axes de développements relatifs à l'égalité et à la diversité, notamment la mise en place d'un plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel.

En janvier 2012, le Conseil d'administration de la RTBF a approuvé un plan d'action triennal 2012-2014 visant à « favoriser l'égalité des chances femmes-hommes » et une personne chargée de l'égalité des chances a été désignée.

Dans l'avis 2015, le CSA invitait la RTBF à procéder à une **évaluation** des plans d'actions, notamment celui relatif à l'égalité femmes-hommes, ainsi que le prévoit le contrat de gestion.

Lors du contrôle de l'exercice 2015, la RTBF déclarait que ses recrutements récents étaient composés à 45% de femmes, contre 41% pour 2014. L'éditeur relevait également que cette proportion était supérieure à la répartition de ses effectifs par genres.

Cette augmentation va dans le bon sens. Toutefois, la RTBF ne pourra surmonter le déséquilibre actuel qu'en dépassant le seuil des 50%.

La répartition par genres reste en outre préoccupante dans le comité de direction qui ne compte que 22% de femmes.

Il est intéressant de noter que le contrat de gestion 2016-2020 de la VRT fixe des objectifs chiffrés en matière de présence des femmes à l'image et au sein du personnel (notamment pour les cadres supérieurs). À l'instar de ce qui se fait en Flandre, le CSA estime que la mise en place progressive d'objectifs plus précis dans le contrat de gestion de la RTBF pourrait utilement renforcer l'égalité.

Enfin, cette question s'adresse également au Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles en charge de la nomination du conseil d'administration qui compte un pourcentage similaire à celui du personnel, à savoir 38% de femmes.

**FIG O-8 : Répartition femmes-hommes au sein de la RTBF**



Source : rapport annuel RTBF 2015 et site de la RTBF

