

RTBF – AVIS 2019
CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL
DECEMBRE 2020



INTRODUCTION	3
OFFRE DE SERVICES	4
MEDIAS 2019	4
ALGORITHMES DE RECOMMANDATION	9
DEVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES.....	10
ARCHIVES	11
INFORMATION.....	14
DEVELOPPEMENT CULTUREL.....	24
EDUCATION PERMANENTE	35
SPORT	41
PRODUCTION PROPRE.....	52
PRODUCTION PROPRE TV.....	52
PRODUCTION PROPRE RADIO.....	53
QUOTAS.....	54
QUOTAS TV.....	54
QUOTAS RADIO.....	56
SOUTIEN À LA PRODUCTION	60
PRODUCTION AUDIOVISUELLE	60
PRODUCTION INDÉPENDANTE.....	63
LE FONDS POUR LES SERIES BELGES.....	67
LE FONDS SPÉCIAL POUR LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DE CRÉATION	69
ACCESSIBILITE	71
ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ.....	80
FINANCES.....	92
TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES	92
COUT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC.....	99
EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES IMPORTANTS OU DES MODIFICATIONS SUBSTANTIELLES DES SERVICES EXISTANTS	101
PARTENARIATS – COLLABORATIONS - SYNERGIES.....	103
CONCLUSION GENERALE	112

INTRODUCTION

En exécution de l'article 136, 5° 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 chaque année 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.

La RTBF a transmis son rapport annuel 2019 dans les délais prévus. Elle a également répondu de manière réactive aux compléments d'information demandés par le CSA.

Enfin, conformément à l'article 87 du contrat de gestion, l'administrateur général de la RTBF, Monsieur Jean-Paul Philippot, a été reçu en audition le 12 novembre 2020 par le Collège d'autorisation et de contrôle préalablement à l'adoption définitive de son avis concernant le contrôle de la réalisation des obligations de la RTBF découlant de son contrat de gestion.

Le présent avis se compose de 12 fiches thématiques et une fiche de suivi :

1. Offre de services
2. Information
3. Développement culturel
4. Education permanente
5. Sport
6. Production propre
7. Quotas
8. Soutien à la production
9. Accessibilité
10. Egalité et diversité
11. Finances
12. Nouveaux services importants
13. Partenariats – collaborations – synergies

OFFRE DE SERVICES

MEDIAS 2019

CONTEXTE

Articles 6, 42 et 46 du contrat de gestion

En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes, et une quatrième chaîne thématique, complémentaires et clairement identifiées sur le plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs.

En radio, la RTBF doit éditer six services de médias sonores complémentaires : deux généralistes et quatre musicaux (classiques et non classiques). Elle peut y ajouter trois chaînes complémentaires diffusées en DAB+. En parallèle, la RTBF doit développer une offre de référence en termes de webradios.

BILAN

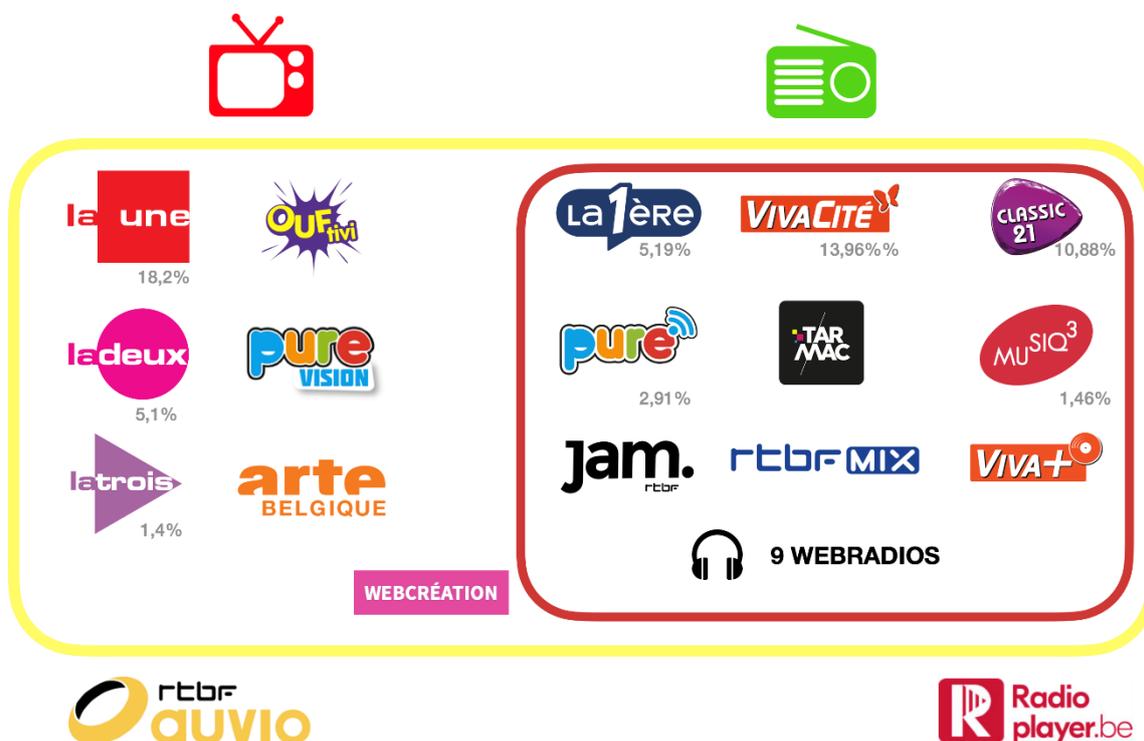


Diagramme synthétique représentant l'offre de la RTBF, regroupée en termes de services télévisuels et radiophoniques d'une part, et en termes de plateformes non-linéaires d'autre part. Les principaux services sont accompagnés de leurs parts de marché respectives pour l'année 2019¹.

¹ Télévision : Audimétrie CIM – Live +7 ; Radio : CIM Radio, résultats moyens sur base des 5 vagues portant exclusivement sur l'année 2019, calculés par les services du CSA.

L'approche « Publics »

Le modèle d'entreprise et l'approche éditoriale de la RTBF sont centrés sur 4 profils de publics, autour desquels l'édition d'offre est articulée.

« Nous » : définis comme des *publics en quête de rassemblement*, ils sont tournés vers des contenus fédérateurs comme l'information didactique et le divertissement. Ils sont décrits comme friands de médias traditionnels et d'un accompagnement digital ;

« Affinitaires » : *publics de passionnés*, ils oscillent entre les contenus linéaires et non linéaires dans le but d'approfondir des thématiques et centres d'intérêts ;

« Jeunes adultes » : friands de contenus authentiques, ces publics sont engagés et sensibles aux *ambassadeurs charismatiques et inspirants* ;

« Nouvelles générations » : résolument multi-plateformes, ces publics sont ouverts aux changements constants, et en quête de figures d'*ambassadeurs identifiants*.

L'illustration ci-dessous représente les offres principales qui leur sont associées :



Tipik

Fin août 2020, la RTBF a annoncé le lancement d'un média télévision-radio-web sous une marque commune dénommée Tipik. Cette nouvelle offre, dédiée aux *millennials* remplace depuis début septembre 2020 La Deux en télévision et Pure en radio.

Ces changements feront l'objet d'un descriptif et d'une analyse approfondies dans le cadre du contrôle de l'exercice 2020 et 2021.

L'offre radio

L'année 2019 aura été marquée par le lancement des services Jam et Viva+ en DAB+ au mois de septembre. Viva+ est une déclinaison de Vivacité visant plus spécifiquement un public sénior avec une programmation musicale issue des années 60 et 70. Jam se profile comme une radio musicale alternative visant un public de jeunes adultes.

En mai 2019, le service RTBF International a été remplacé par RTBF Mix, diffusée en DAB+ au nord du pays grâce à un contrat de diffusion signé entre la RTBF et Norkring, opérateur des réseaux communautaires DAB+ en Flandres. RTBF Mix se compose d'un florilège de programmes de La Première, de Classic 21 et de Vivacité. Le service s'adresse aux Francophones résidant en-dehors de Bruxelles et de la Wallonie ou se déplaçant en Flandres. Il vise aussi à augmenter le rayonnement de la Fédération Wallonie-Bruxelles dans la communauté flamande.

Disponibilité en 2019 des différents services de radio selon les plateformes de diffusion

Chaîne	FM	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Internet
La Première	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui
Vivacité	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Musiq'3	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Classic 21	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Pure	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Tarmac	-	oui	-	-	-	-	oui
Jam	-	oui	-	-	-	-	oui
Viva +	-	oui	-	-	-	-	oui
RTBF Mix	-*	oui	-	-	-	-	oui

[La plateforme « Auvio » et les radios](#)

L'offre de radios en streaming de la RTBF est disponible sur la plateforme RadioPlayer.be, qui rassemble actuellement (en décembre 2020) non seulement les 9 services diffusés en FM et DAB+, mais également les 9 webradios thématiques en déclinaison de Classic 21 : Classic 21 60's, Classic 21 70's, Classic 21 80's, Classic 21 90's, Classic 21 Blues (nouveau !), Classic 21 Metal, Classic 21 Route 66, Classic 21 Soulpower, et enfin Classic 21 Noir Jaune Rock. Notons l'extinction des deux déclinaisons web de Pure FM : Pure Like et Pure Lazy.

Quatre services sont également disponibles en radio visuelle via Auvio : La Première, Vivacité, Pure et Tarmac. Notons que Pure devient Tipik en 2020 lors de la fusion entre La Deux et Pure sous cette nouvelle marque (cfr supra). Pure Vision devient donc Tipik Vision, en parallèle de la chaîne de télévision du même nom. La production de radio visuelle va croissante à la RTBF, au fur et à mesure de la rénovation des studios (cfr le point à ce sujet dans la section « Développements technologiques » du présent avis).

L'offre en podcasts de la RTBF est très riche et se compose d'une part des émissions des différents services de l'éditeur, d'autre part de contenus natifs produits dans le cadre de la webcréation. Les podcasts des émissions sont accessibles via leurs pages respectives sur le site web de chaque radio et sont disponibles via Auvio, Apple Podcasts, PocketCast et un flux RSS standardisé pour permettre aux auditeurs de s'abonner via d'autres applications. Les contenus natifs sont disponibles sur ces mêmes plateformes, mais également sur la chaîne YouTube de la RTBF. Au rayon des podcasts natifs produits par la RTBF en 2019, on retrouve trois projets de fiction : Valhalla (8 épisodes de 10 minutes), Les podcasts d'Halloween (projet « Balance ta plume », 4 épisodes de 4 minutes), Noir Jaune Rouge : Belgian Crime Story (5 épisodes de 17 minutes). Par rapport à l'année passée, remarquons que la plateforme RadioPlayer ne propose plus de podcasts.

Les marques Tarmac, Tipik et Classic 21 sont également présentes sur YouTube. Pour Tarmac, l'ensemble des émissions de la chaîne est disponible, ainsi que des contenus additionnels. Tipik offre via sa chaîne

pléthore de séquences extraites des émissions tant radio que TV. La chaîne de Classic 21 semble dormante depuis quelques années.

L'offre non-linéaire en radio est tellement riche qu'il peut être difficile de s'y retrouver, la logique verticale des marques de chaînes entrant parfois en conflit avec celle plus horizontale des marques d'émissions. Ce tiraillement apparaît plus clairement dans l'univers de la consommation à la demande, transversale par nature, et est probablement inéluctable au vu du nombre de plateformes où il est nécessaire pour un éditeur d'être présent pour aller à la rencontre de ses publics dans les différents modes de consommation actuels. La plateforme Auvio, quant à elle, donne clairement priorité aux contenus vidéo. Les produits sonores y passent par conséquent au second plan.

[La plateforme « Auvio » et la VOD](#)

Lancée en avril 2016, la plateforme Auvio centralise l'offre audiovisuelle en ligne de la RTBF : programmes en direct et à la demande, inédits ou rediffusés. Une application est gratuitement disponible sur iOS et Android depuis juillet 2017.

Le catalogue reprend l'ensemble de la production propre de la RTBF. Dans la mesure du possible, la RTBF négocie les droits des programmes qu'elle acquiert pour qu'ils soient également disponibles sur Auvio. En outre, l'offre s'étoffe de plus en plus avec des contenus exclusifs (séries, documentaires, courts et long-métrages de fiction, ...). Enfin, le « live center » propose certains programmes linéaires en direct ainsi que des retransmissions exclusives. Ce catalogue est accessible pendant un laps de temps variable, entre 7 jours à plus d'un an en fonction des droits de diffusion.

Selon la RTBF, la plateforme compte 2,86 millions de comptes utilisateurs. Touchant, chaque semaine en moyenne, 387.000 personnes (12+ en FWB) avec une moyenne de 46 minutes par personne par jour ; compilant 1.764.000 visions et écoutes et représentant 525.000 heures de visions et d'écoute. Ces différentes mesures témoignent d'une progression de 20% par rapport à 2018.

En novembre 2019, Auvio a connu une série de développements techniques en vue d'une utilisation plus intuitive, réactive et personnalisée :

- Introduction du scrolling vertical ;
- Optimisation du système de recommandations ;
- Ajout d'une fonctionnalité de reprise automatique de lecture ;
- Généralisation de la mise à disposition de versions originales sous-titrées, y compris à destination du public en situation de déficience sensorielle ;
- Amélioration de la qualité du flux vidéo (hd) ;
- Vision des contenus sur un écran de télévision via la fonctionnalité chromecast.

L'offre éditoriale s'est également enrichie :

- Diffusion des programmes d'ab3 et d'abxplore ;
- Acquisition de documentaires et séries inédites (« Séries corner » : séries en intégralité en VOST) ;
- Partenariat avec Arte digital ;
- Partenariat avec la SONUMA ;
- Catalogue de films indépendants issus de la plateforme Sooner via un abonnement de SVOD².

² L'intégration de Sooner dans le catalogue Auvio ayant lieu fin 2020, elle fera l'objet d'une analyse dans la cadre du contrôle RTBF 2020.

L'objectif déclaré de la RTBF est de dépasser le cap de la simple vidéo de rattrapage et de progressivement fédérer sur une plateforme l'offre de programmes belge francophone.

Les sites internet

L'offre en ligne de la RTBF se déploie selon deux axes complémentaires : d'une part celui des thématiques, d'autre part celui des marques. Les différentes thématiques sont les suivantes :

- RTBF info ;
- RTBF sport ;
- RTBF culture ;
- RTBF webcréation ;
- RTBF tendance ;
- RTBF entreprise.

Chacune des marques de la RTBF a son site : « Auvio », « La Une », « La Deux », « La Trois », « La Première », « Vivacité », « Pure », « Classic 21 », « Musiq3 », « OUFtivi » et « Tarmac ».

On retrouve enfin des sites liés à des services (météo, info-routes, résultats de la loterie, concours), mais aussi des pages spécifiques en matière de sport (« Scores ») ou encore d'information (« Pour vous avec vous », « Faky », « Les Grenades », « Inside », « #Investigation »).

Le site « RTBF entreprise » abrite une présentation du fonctionnement de la RTBF, la page « Carrières », un « Espace professionnel », un onglet « Contact & questions » et surtout une page « Education aux Médias » qui regroupe des clés de décodage, des modalités de participation (visites et ateliers, assister aux émissions notamment) et un accès vers le projet transversal « Inside ».

Le site « Webcréation » regroupe l'ensemble des projets de la RTBF dans les nouveaux espaces d'expression numérique, à travers de nouveaux modes de narration : webséries, transmédia, webdocs, VR et 360 et séries sonores. On y retrouve également un espace « Jeunes créateurs » et une rubrique « Appel à projets ».

En marge de cette présence numérique, la RTBF participe également au portail « Vivre Ici » qui agrège des contenus locaux produits par la RTBF et les télévisions locales, présentés à l'utilisateur dans une navigation qui est pensée à l'échelle communale. Le site intègre également un agenda local des activités sportives et socio-culturelles.

Les réseaux sociaux

La RTBF administre 100 pages Facebook, 15 comptes Twitter, 20 pages Instagram, 2 comptes Snapchat, 7 chaînes YouTube et enfin un compte Twitch pour Tarmac (« Je Vous Salue Ma Rue » - talk-show et « Que le Stream » - streaming live sur les jeux vidéo). La plupart des émissions de la RTBF tiennent une page à jour et prolongent le contact avec leur public à travers des interactions et du contenu audiovisuel complémentaire, comme par exemple des Facebook Live en amont de l'émission « A votre avis ».

AVIS

La RTBF a rencontré ses obligations en termes d'offre de services en ligne, télévisuels et de radio.

Le Collège salue le dynamisme de la RTBF à faire évoluer son offre à travers la redéfinition des marques existantes et l'émergence de nouvelles marques pour aller à la rencontre de son public partout où il se

trouve. L'approche « Publics », fruit de la transformation du modèle d'entreprise du service public audiovisuel, en est un bel exemple.

Le Collège apprécie également l'investissement de la RTBF dans la plateforme Auvio pour maintenir tant la qualité de l'offre de contenus proposés sur celle-ci, que la qualité de l'interface qui lui permet de rester concurrentielle face aux géants du net.

Le Collège restera attentif à l'évolution des nouvelles radios Jam et Viva+ au cours des prochains exercices.

ALGORITHMES DE RECOMMANDATION

CONTEXTE

Articles 42octies

« En ce qui concerne sa plateforme de services de médias audiovisuels non linéaires et ses services de la société de l'information, la RTBF peut, sous sa responsabilité éditoriale, faire usage d'algorithmes de recommandation aux utilisateurs. »

Le cinquième contrat de gestion décrit comment ces algorithmes doivent « *sortir les utilisateurs de leurs bulles de filtre et de leur permettre d'explorer de nouveaux contenus* » et conserver « *l'éditorialisation humaine qui continuera de jouer un rôle pour assurer une information de qualité et homogène.* » La RTBF doit « *mesurer l'effet de ses algorithmes sur les utilisateurs* » et « *leur efficacité dans l'augmentation de la diversité des contenus consommés* » et publier dans son rapport annuel « *tous éléments utiles permettant de mesurer la pertinence et l'efficacité de ces algorithmes.* »

La RTBF s'engage à respecter la charte de confidentialité adoptée par son conseil d'administration le 1^{er} décembre 2016, et à publier celle-ci sur son site web afin de la rendre facilement accessible à l'utilisateur.

BILAN

Le rapport annuel de la RTBF ne contient aucune information relative à l'usage d'algorithmes de recommandation par l'éditeur. En revanche, la RTBF a transmis au CSA un résumé de l'activité de ces algorithmes en 2019 : le moteur de recommandation a fonctionné plus de 200 millions de fois, générant environ 10% de la consommation de contenus sur Auvio.

L'éditeur déclare également que « *la production de la RTBF qui ne bénéficie pas ou peu de la mise en avant manuelle est mise en avant par l'algorithme sur les plateformes au profit des publics de la RTBF qui peuvent ainsi les découvrir. C'est particulièrement vrai pour les contenus audio dont la popularité ne cesse de grandir sur internet et plus généralement des contenus qui font la spécificité de la RTBF dans le paysage médiatique francophone.* » L'éditeur ne fournit aucune information pour appuyer ses dires.

Au moment de la rédaction du présent avis (décembre 2020), le site de la RTBF semble ne plus proposer de recommandations aux utilisateurs, ni pour les articles d'information, ni pour les contenus publiés sur Auvio.

La charte de confidentialité de la RTBF est bien accessible sur son site et fait l'objet d'une présentation attrayante, l'internaute pouvant découvrir le contenu de la charte à travers une courte vidéo explicative,

ou à travers un résumé des points importants renvoyant au texte intégral de la charte. Cette charte a été consultée près de 80.000 fois en 2019, prouvant par-là l'intérêt du public pour celle-ci.

AVIS

Le Collège salue les premiers pas entrepris par la RTBF en termes de reporting concernant le fonctionnement de son algorithme de recommandation, contribuant ainsi à éviter que celui-ci ne fonctionne comme une « boîte noire », et invite l'éditeur à poursuivre la mise en place de métriques de référence selon les termes de l'article 42octies du contrat de gestion et à partager le résultat de ces mesures dans son rapport annuel lors des prochains exercices.

DEVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES

CONTEXTE

Articles 6, 8, 43bis, 44, 46, 47

La RTBF « diffuse ses services audiovisuels sur les réseaux de diffusion et distribution répondant aux évolutions technologiques et des habitudes de consommation du public, et dans le but d'être accessible au plus grand nombre d'usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, et spécialement les jeunes. »

Elle doit « être un acteur de veille et de développement technologique, et à ce titre, être attentive aux développements relatifs à la société de l'information et aux évolutions des médias et proposer aux usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les applications médiatiques et techniques adaptées de la société de l'information » et jouer « un rôle moteur dans l'utilisation et la promotion de la radiodiffusion sonore ou télévisuelle numérique hertzienne. »

BILAN

FAKY

Lancée en fin d'année 2019, la plateforme Faky se veut être un outil d'accompagnement pour aider les internautes à décoder l'information sur le net et encourager le fact-checking en se basant sur des ressources du net francophone. Le projet a été conçu en réponse au phénomène des « fake news » par une équipe interdisciplinaire de journalistes et de collaborateurs des Technologies et développé en partenariat avec des entreprises wallonnes.

Si une première version de la plateforme a créé la polémique à cause de résultats imparfaits, la RTBF a réagi très rapidement en retirant la plateforme pour la réviser et en proposer une seconde version après 6 semaines de travail, corrigeant les défauts relevés par le public et la presse.

Evolution de la plateforme Auvio

La plateforme de consultation des contenus en ligne de la RTBF a connu une série d'améliorations nécessaires pour rester concurrentielle dans un univers en évolution continue, à travers l'ajout de nouvelles fonctionnalités et l'amélioration de l'expérience utilisateur : lifting de la présentation des pages, « widget » de lecture, intégration de nouveaux partenaires (AB3 et ABxplore), support du « Chromecast », ajout d'une fonction « Play next » pour le visionnage en rafale des séries, augmentation

de la résolution à 1080p pour la vidéo et enfin, choix de la version pour permettre le visionnage des contenus en version originale sous-titrée.

[Renouvellement des studios radio](#)

L'utilisation croissante des studios radio en mode « radio visuelle », l'augmentation de la production cross-média et le lancement des nouveaux services sur le DAB+ ont nécessité la rénovation de studios radio à Mons pour Classic 21, Vivacité et Viva+. Cette rénovation s'est traduite par la pose d'un nouveau décor, le passage à la technologie IP pour le transport de l'audio, l'installation d'un éclairage plus propice à la radio filmée, l'intégration de micros HF pour les invités, et enfin l'adaptation aux nouvelles scénographies comme par exemple une « zone fauteuils » pour les interviews.

[Snippit](#)

Application web développée en interne par la RTBF, Snippit permet aux producteurs de contenus de découper simplement et rapidement des extraits de média et de les exporter vers les différentes plateformes de production, que ce soit pour la radio, la TV, le web ou les réseaux sociaux. Le développement par les équipes de la RTBF a permis une meilleure maîtrise des coûts tout en assurant que l'outil pourra suivre l'évolution des plateformes auxquelles il est interconnecté.

[POC Régie 42](#)

Afin d'évaluer l'impact des évolutions technologiques sur les méthodes de travail, la RTBF a construit un prototype fonctionnel de régie de production basé entièrement sur des outils informatisés. Ce prototype permet de mieux anticiper les changements et de préparer l'adoption des nouvelles technologies dans la production de tous les jours.

AVIS

Les obligations de la RTBF sont pleinement rencontrées en ce qui concerne les développements technologiques. Le Collège salue l'agilité de la RTBF dans le domaine technologique et sa réactivité face à un univers en constante réinvention.

ARCHIVES

CONTEXTE

Article 17

La RTBF « *poursuit 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* ».

Elle reste attentive à ce que « *la SONUMA mette ces archives à disposition des différents secteurs intéressés* » et à ce que la SONUMA « *accélère la mise à disposition et l'accessibilité de ces archives à tous les publics* ».

En fonction des moyens disponibles, elle 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.* »

L'article 17 du cinquième contrat de gestion de la RTBF se clôture avec la mention : « *Cette disposition transitoire est applicable jusqu'à la transformation de la SA SONUMA en ASBL SONUMA.* »

BILAN

L'année 2019 a été marquée par la transition des activités de la SA SONUMA, mise en liquidation au mois de mai 2019, vers l'ASBL SONUMA, constituée en décembre 2018 par la RTBF et la Fédération Wallonie-Bruxelles afin de poursuivre les objectifs de préservation et de mise à disposition des archives audiovisuelles, notamment de la RTBF.

L'association sans but lucratif concentre ainsi ses missions sur la sauvegarde du patrimoine audiovisuel de la Fédération et l'ouverture des fonds vers quatre publics cibles : l'enseignement, les institutions culturelles, le grand public et les professionnels de l'audiovisuel. Ces missions sont décrites dans les statuts de l'association de la façon suivante :

« L'association a pour objet, dans le sens le plus large du terme, la digitalisation de supports, fonds et collections d'institutions audiovisuelles et culturelles, de musées, centres d'archives et bibliothèques, francophones belges, la préservation, la conservation, la valorisation et la diffusion du patrimoine digital audiovisuel et culturel, de toutes les façons possibles, dans le but de permettre l'accès le plus aisé à ce patrimoine à certains groupes cibles tels que l'enseignement, la recherche scientifique, les opérateurs culturels, et le public national et international et d'éduquer, divertir et informer le public le plus large possible. En vue de la réalisation de cet objet, l'Association s'appuiera sur les outils des technologies de l'information et de la communication, fournira des services et fonctionnera comme une plateforme collaborative entre les différents acteurs et aura la faculté de conclure des conventions de collaboration avec tous les intéressés notamment avec des institutions culturelles et muséales. Elle peut d'une façon générale accomplir toutes opérations se rapportant directement ou indirectement à son objet social ou qui seraient de nature à en faciliter la réalisation. Elle peut collaborer et prendre part à chaque activité qui correspond à son objet social. »

Sauvegarde du patrimoine audiovisuel

La RTBF reste discrète quant à l'avancement des travaux de numérisation des contenus sur pellicule film, précisant simplement dans les documents transmis au CSA dans le cadre de la préparation de l'avis 2019 que la SONUMA « *a continué sa mission de sauvegarde du patrimoine audiovisuel [...] notamment en poursuivant la numérisation des émissions sur pellicule film de la RTBF.* »

L'enseignement

La plateforme pédagogique « E-classe » a été lancée en avril 2019 (<https://www.e-classe.be>). Elle permet aux enseignants de consulter des contenus à vocation pédagogique classés par matière et par niveau et d'assembler un contenu de cours multimédia. Ce projet s'inscrit dans le cadre du chantier du pacte d'excellence et est géré en partenariat entre l'Administration Générale de l'Enseignement (AGE), la SONUMA et la RTBF.

La SONUMA a coordonné la mise en œuvre de la plateforme numérique et prend en charge la fourniture et l'enrichissement de la description de contenus issus des catalogues de la RTBF et d'ARTE. La plateforme est alimentée quotidiennement par de nouveaux contenus issus de l'actualité pour permettre aux enseignants de mieux coller à celle-ci.

La RTBF et la SONUMA ouvrent également leurs fonds aux étudiants et aux chercheurs.

Les institutions culturelles

Au cours de l'année 2019, la SONUMA a répondu à plus de 130 demandes d'archives provenant du monde socio-culturel, alimentant de la sorte de nombreux événements ou projets, tels des expositions, conférences, sites web, etc.

Le grand public

Les archives numérisées par la SONUMA restent largement utilisées dans les productions et coproductions de la RTBF, tant pour l'Info que les émissions et même pour l'antenne. La RTBF a particulièrement recouru à la rediffusion d'archives sur ses antennes pour faire face à l'arrêt des productions lors de la période de confinement sanitaire que nous avons connu en cette année 2020. Le patrimoine numérique est donc particulièrement valorisé par l'éditeur sur ses antennes, et c'est là un bénéfice certain de l'effort de numérisation réalisé par la SONUMA depuis le début de son existence.

Les documents transmis par l'éditeur restent vagues quant à l'effort de mise à disposition du fonds d'archives audiovisuelles de la RTBF à destination du grand public sur le site web de la SONUMA, précisant simplement que « *le site [...] a été enrichi de nouveaux contenus d'archives.* »

Les professionnels de l'audiovisuel

La SONUMA assure sa mission d'ouverture des fonds d'archives de la Fédération Wallonie-Bruxelles à destination des professionnels de l'audiovisuel à travers une présence aux divers salons réservés à ces professionnels à travers une présence sur la plateforme de vente d'archives « InaMediaPro », mise en place par l'INA à destination des professionnels du monde francophone, devenue une référence en matière de ventes d'images d'archives.

AVIS

Les obligations de la RTBF sont rencontrées en ce qui concerne l'exploitation et la mise à disposition des archives.

Le Collège salue l'investissement soutenu de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de la RTBF dans la SONUMA à travers la réussite de sa restructuration en association sans but lucratif.

Le Collège invite toutefois la RTBF et la SONUMA à une plus grande transparence dans la réalisation des missions de sauvegarde du patrimoine audiovisuel et d'ouverture des fonds vers les publics, à travers la publication de chiffres d'avancement qui permettraient d'avoir une idée plus claire du volume d'archives restant à numériser d'une part, et de la proportion de contenus mis en ligne à travers les différentes plateformes d'autre part (site internet de la SONUMA, plateforme e-classe, plateforme InaMediaPro).

Enfin, le Collège constate d'année en année que les archives sonores de la RTBF restent pour ainsi dire inaccessibles au grand public, alors qu'elles constituent un patrimoine d'une richesse exceptionnelle. Dès lors, il encourage la RTBF et la SONUMA à concevoir une politique de valorisation des archives radiophoniques à destination des différents publics cibles identifiés.

INFORMATION

CONTEXTE

Article 7.4

L'information à la RTBF est encadrée par différents textes :

- La déclaration de l'Union Européenne de Radiodiffusion relative aux valeurs fondamentales des médias de service public ;
- La Charte des valeurs de l'entreprise (audace, connexion, diversité, respect et transparence) ;
- Le ROI relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel, qui inclut des règles relatives au bon usage des réseaux sociaux.

Une charte d'utilisation des données à caractère personnel complète ce dispositif depuis 2017, pour assurer une utilisation déontologique du Big Data (<https://www.rtbf.be/charte/>).

Selon l'article 7.4 de son contrat de gestion, la RTBF doit inclure dans son ROI relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel « les dispositions relatives à l'usage des images violentes lorsqu'elles sont utilisées à titre d'information et/ou d'illustration dans les JT ». La RTBF dispose de lignes directrices relatives à l'usage des images violentes dans ses JT, notamment : « La présence d'images violentes dans les JT répond à deux principes : le rejet de la violence gratuite et du sensationnalisme ainsi que la cohérence sur l'ensemble des médias de la RTBF. Les règles de prévention consistent en un avertissement oral du présentateur du JT, un texte d'avertissement sur le site et un panneau d'avertissement préalable à une séquence sur les plateformes vidéo »³ Celles-ci devraient apparaître dans le ROI de l'éditeur. En réponse à une question complémentaire à ce sujet, RTBF signale que sa direction de l'information travaille sur différentes dispositions à intégrer au ROI. Celles-ci seront soumises à l'avis de la Société des Journalistes et à la Commission paritaire de la RTBF avant d'être validées par le CA.

Par ailleurs, la RTBF est membre du Conseil de déontologie journalistique dont elle applique le Code de déontologie.

La RTBF Academy, outil de formation continuée au sein de la RTBF en matières techniques, éditoriales et managériales, intègre depuis 2017 une « Digital academy » qui forme le personnel aux nouveaux moyens de production et de création.

L'éditeur participe au réseau Expertalia, répertoire d'experts et personnalités issues de la diversité.

Pour contrer la désinformation, la RTBF a lancé la plateforme Faky : <https://faky.be/fr>, qui permet d'analyser la fiabilité d'une information (texte ou image) à partir d'un URL, grâce à ses partenaires « Decodex » et « les Décodeurs » du Monde, le « Détecteur de désinformation » (collaboration entre RTBF et Steria), « Textgain » et « Neutral News ». Les articles fact-checkés référencés sont issus du flux des rubriques « Vrai ou fake » de France Info, « A vrai dire » de TV5, « Fausses nouvelles » de Radio Canada, « Les observateurs » de France 24, La plateforme collaborative « Hoax.net » est également partenaire et les articles fact-checkés par la RTBF sont également référencés.

³ Rapport annuel 2019 RTBF pour le CSA, pp.16-17.

Elle publie en outre de nombreux articles relatifs aux fake news sur son site rtbf.info et consacre une rubrique de son site sur l'éducation aux médias à « la vérité des informations », : <https://www.rtbf.be/entreprise/education-aux-medias/detail-la-verite-des-informations?id=9559439>

Article 22

Concrétisant les objectifs généraux de couverture de l'actualité internationale, européenne, fédérale, de la FWB et locale, le contrat de gestion liste une série d'obligations chiffrées de programmation qui sont résumées dans les tableaux ci-dessous.

BILAN

Radio

Obligations	La 1ère	Durée	Fréquence	Vivacité	Durée	Fréquence
Minimum 10 journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste	27 JP et flashes	127 minutes ⁴	Quotidienne (lu-ve)	JP et flashes	105 minutes ⁵	Quotidienne (lu-ve)
	25 JP et flashes	101 minutes	W-E	JP et flashes	99 minutes	W-E
Minimum 1 séquence d'information multirégionale par jour en semaine	Le journal régional	~5 minutes	(lu-ve, Matin Première)			

La RTBF remplit ses obligations en nombre de JP et séquences d'information générale par jour.

Obligation	Vivacité	Durée	Fréquence
Sur une chaîne à vocation régionale, plusieurs journaux et séquences d'information en décrochage régional par jour, en semaine	Matinales (7 décrochages et 3 journaux régionaux)	De 6h à 8h	Quotidienne (lu-ve)
	Magazines régionaux (4 décrochages)	De 14h30 à 16h	Quotidienne (lu-ve)
	Magazines régionaux (En Direct, 4 décrochages)	De 19h à 20h	1x/semaine (ve)

La RTBF remplit ses obligations en nombre de JP et séquences d'information en décrochage régional par jour.

⁴ Une durée moyenne supérieure de 15 minutes à la durée moyenne en 2019 pour ces programmes.

⁵ Une durée moyenne inférieure de 10 minutes à la durée moyenne en 2019 pour ces programmes.

Autres obligations en matière d'information en radio	La Première	Durée	Fréquence
Minimum 3 programmes différents par semaine contenant des débats, des forums et/ou des entretiens d'actualités (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Ce Qui Fait Débat	~ 25 minutes	Quotidienne (4x, 18h20), dans Soir première + diffusion sur la Trois
	Au bout du Jour (entretiens et reportages sur les grands thèmes de l'actu belge et internationale)	~ 50 minutes	Quotidienne (4x, 19h10)
	L'invité de Thomas Gadiuseux	~ 15 minutes	Quotidienne (Matin Première)
	Le dossier de la rédaction (un acteur, un spécialiste ou un journaliste de la rédaction spécialiste de l'actualité du jour sur le grill)	~ 10 minutes	Quotidienne (Matin première)
	Le parti pris (2 débatteurs reviennent sur un ou deux sujets d'actualité)	~ 13 minutes	Quotidienne, (4x, Matin Première)
	Le grand oral (personnalité du monde politique, économique, social ou culturel)	~ 45 minutes	Hebdomadaire (sa) (web, radio, tv)
	Le débrief de la semaine (panel de journalistes)	~ 26 minutes	Hebdomadaire (CQFD du ve)

	Les décodeurs (décryptage de l'actualité médias avec 2 invités et deux chroniqueurs)	~ 13 minutes	Hebdomadaire, (ve)
	Dans quel monde on vit	~ 55 minutes	Hebdomadaire (sa)
Minimum 3 programmes ou séquences différents par semaine, portant notamment sur l'actualité et les enjeux internationaux (sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés)	L'œil de... (décryptage d'une actualité étrangère)	~ 5 minutes	2x/semaine dans Matin Première)
	La semaine de l'Europe	~ 35 minutes	Hebdomadaire (sa)
	La semaine du Monde (conclue par « l'accent des autres » un tour de l'actualité des pays francophones)	~ 45 minutes	Hebdomadaire (di)
	Les Couloirs de l'Europe	~ 5 minutes	Hebdomadaire (ve, dans Matin Première)

La RTBF remplit ses obligations en matière de programmes de débats et entretiens ainsi que de programmes portant sur l'actualité internationale, en radio.

Télévision

Obligations	La Une	Durée	Fréquence	Dispo en replay?
Minimum 3 journaux d'information générale par jour.	Le 13 heures	~ 30 minutes	Quotidienne	Oui
	Le 19 heures 30	~ 40 minutes	Quotidienne	
	La Deux	Durée	Fréquence	
	Vews 22h30	~ 25 minutes/ ~ 5 minutes (depuis novembre 2019) + modules vidéos, sur RS et site web, sur des sujets de fond	Quotidienne (lu au ve) à 22h30	

Minimum 1 journal d'information générale destiné à la jeunesse (hors congés scolaires)	La Trois Les Niouzz	~ 7 minutes	Quotidienne (lu-ve)	Oui
--	-------------------------------	-------------	---------------------	-----

La RTBF remplit ses obligations en termes de nombre de JT et de réalisation d'un JT à destination de la jeunesse.

Obligations	La Une	Brève description	Durée	Fréquence	Dispo en replay ?
Minimum 1 programme hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage (52) dont au moins 10 documentaires commandés à des auteurs indépendants de la FWB, produits par la RTBF ou coproduits avec des producteurs indépendants	Devoir d'enquête	Programme de reportages et investigation (actualité judiciaire)	~ 90 minutes (9 éditions)	Hebdomadaire	Oui
	Question à la Une	Programme de reportages. (sujets conso ou de société.	~ 90 minutes (22 éditions)		Oui
	Docu-investigation et Dossiers d'été	Programmes d'enquête produits principalement en France	~ 60 minutes (31 ⁶ + 8 éditions)	Hebdomadaire	En partie
	Documentaires d'auteurs et producteurs indépendants de la FWB	Programme de la catégorie « investigation, enquête et reportage »	~ 70 minutes (en moyenne)	10*	En partie
Minimum un débat hebdomadaire (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>) (37)	A votre avis (40)	Débat en plateau avec des invités, chroniqueurs, politiques et acteurs de terrain, qui analysent une question d'actualité et/ou de société, en direct et en public.	~60 minutes	Hebdomadaire	Oui
Minimum un débat mensuel sur des questions politiques, économiques, sociales ou environnementales (<i>sauf pendant l'été</i>) (10)	Voir remarque 2/ ci-dessous				

⁶ La RTBF déclare 23 éditions supplémentaires du programme Docuinvestigation mais celles-ci ne sont pas répertoriées dans la base de données « What's on ».

Minimum 2 programmes par mois de forums et entretiens d'actualité (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	Jeudi en prime	Entretien d'actualité avec une personnalité politique.	~15 à 20 minutes	Hebdomadaire	Oui
	La Trois Le grand oral	Entretien d'actualité avec une personnalité politique. Entretien mené par trois journalistes dont un du journal Le Soir.	~ 45 minutes	Hebdomadaire	Oui
	CQFD	Débat sur un fait du jour ou l'actu de la semaine (le vendredi), avec acteurs de terrain, observateurs, ...	~ 25 minutes	Quotidien	Oui
Minimum 2 programmes mensuels portant sur l'actualité et les enjeux internationaux (<i>sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés</i>)	EuropeS et Europe Hebdo	Magazines de l'actualité européenne.	~30 minutes	(3 et 23 éditions respectivement)	Oui
	Le bar de l'Europe	Magazine coproduit avec le soutien du parlement européen, aborde des questions européennes avec des experts invités.	~ 8 minutes	Hebdomadaire (37 éditions)	Oui
	Le (maxi) bar de l'Europe	Voir « Bar de l'Europe »	~ 54 minutes	(3 éditions)	Oui
	Objectif Monde	Enquêtes et reportages issus des rédactions de la francophonie	~90 minutes	Mensuel (9 éditions)	Oui

Concernant les obligations quantifiées répertoriées dans le tableau ci-dessus, deux questions nécessitent un développement.

1/ La RTBF a l'obligation de diffuser « un programme hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage, dont au moins 10 fois par an, un documentaire commandé à des auteurs indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles, produit par la RTBF ou coproduit avec un producteur indépendant », selon l'article 22.3.a.2 de son contrat de gestion. Les services ont identifié 4 programmes répondant à cette obligation dans la base de données « What's on ». En réponse à une question complémentaire, la RTBF déclare avoir réalisé 10 documentaires avec des auteurs ou des producteurs indépendants de la FWB et cite les programmes suivants :

« Le service des documentaires a pris en charge 6 copros docs :

- 3 « Brigade des mineurs » (2 en prime sur la Une, le 02/12 et 1 dans Doc shot le 03/12)
- 1 « Ni juge ni soumise » – mercredi prime la une
- 1 « Daesh le dilemme de la justice » dans Doc shot
- 1 « Les enfants de la collaboration » (en prime sur la Une, le 25/11 encadré dans une soirée spéciale débat AVA)
- Pour Investigation :
- *Maladie de Lyme, patients en errance* (07/10 – avec la journaliste indépendante Axelle Noirhomme)
- *Méthadone, la mort en rue* (18/11 – avec le journaliste indépendant de Médor Olivier Bailly)
- *Restos, la pression des étoiles* (16/12 – avec le réalisateur indépendant Julien Monfajon)
- *Gare le Mons, le prix de la démesure* (16/12 – avec le réalisateur indépendant Arthur Gillet)

Soit 10 coproductions d'investigation faisant appel à des auteurs indépendants de la FWB ».

Dans un premier temps, les services du CSA n'ont pas identifié ces programmes sur Auvio en 2019 mais n'ayant pas de doute ou d'argument permettant de réfuter les informations données par l'éditeur, ils ont conclu à des manquements dans la base de données. Par la suite, il est apparu que plusieurs de ces documentaires ont été (ou seront encore) diffusés en fin d'année 2020. Ainsi, les trois épisodes de « Brigade des mineurs », « Daesh, le dilemme de la justice », « Les enfants de la collaboration », « Méthadone la mort en rue », « Maladie de Lyme, des patients en errance » et « Gare de Mons, le prix de la démesure » datent en réalité de 2020, alors que le documentaire « Ni juge, ni soumise » a été produit en 2017. Le documentaire « Restos, la pression des étoiles, n'a quant à lui pas pu être trouvé. Par conséquent, le Collège regrette que les informations données par la RTBF aient été erronées et considère que l'obligation de diffuser « au moins 10 fois par an, un documentaire commandé à des auteurs indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles, produit par la RTBF ou coproduit avec un producteur indépendant » en 2019 n'est pas remplie. Néanmoins, considérant que l'éditeur n'a pas bénéficié, dans ces circonstances, de la possibilité d'argumenter pour sa défense dans le cadre de cette procédure, il ne lui adresse pas de grief relatif à l'article 22.3.a.2 mais il sera particulièrement vigilant sur ce point durant le contrôle des obligations de la RTBF pour l'année 2020 et attend de l'éditeur qu'il communique des informations honnêtes et fiables dans le cadre des échanges avec ses services.

2/ Par ailleurs, outre « un débat hebdomadaire démocratique et contradictoire d'échanges de vue » concrétisé par le programme « A votre avis », la RTBF doit diffuser en télévision, selon l'article 22.3.a.3 du contrat de gestion, « un programme par mois visant le public le plus large possible et poursuivant l'objectif de permettre un débat contradictoire et constructif sur des questions politiques, économiques, sociales ou environnementales », à raison de 10 éditions sur l'année. Ce programme n'étant pas clairement identifié dans le rapport annuel de l'éditeur, celui-ci a mentionné les programmes « Les 109 », « Ma voix, mon choix », « A votre avis » et « Regard sur », comme concrétisant cette obligation, en réponse à une question complémentaire.

Selon l'analyse des services du CSA, les programmes « Les 109 » et « Ma voix, mon choix », diffusés dans le contexte électoral sont effectivement recevables. « A votre avis » (40 éditions) répond déjà à l'obligation fixée à l'article 22.3.a.4 consistant à diffuser « un débat hebdomadaire, démocratique et contradictoire d'échanges de vues, sauf le cas échéant, pendant les périodes d'été et de congés » (soit 37 éditions). Ce programme ne peut donc être comptabilisé comme répondant également à l'article 22.3.a.3. Enfin, « Regard sur » est diffusé depuis septembre 2019 et présenté sur le site de la RTBF comme suit : « Chaque semaine, Julie Morelle pointe une thématique qui pose question dans notre société actuelle (sexualité, média, mobilité, économie, environnement, éducation, santé, etc) et propose deux regards

documentaires sur le sujet. Une fois par mois, la thématique abordée fera l'objet d'un débat ». Ce programme correspond donc à la définition fixée à l'article 22.3.a.3 du contrat de gestion mais une seule édition avec débat (novembre 2019) se trouve sur la plateforme Auvio. Le répertoire « What's on » ne permet pas, de son côté, de distinguer quelles sont les éditions qui auraient donné lieu à un débat des autres.

En réponse à une question sur une potentielle infraction à l'article 22.3.a.3 de son contrat de gestion, l'éditeur transmet la liste d'un large ensemble de programmes et séquences portant sur des thèmes susceptibles de susciter des débats, parmi lesquels un certain nombre de programmes s'étant déroulé dans le contexte de la campagne électorale. Par exemple, en télévision, outre les débats électoraux classiques (notamment 6 « Face à Face », « Le scan des élections » (6 thématiques scannées, le vrai du faux d'un dossier), « En train citoyens » (une personnalité candidate est emmenée à la rencontre de citoyens, 6 éditions) et « Ils répondent aux haters » (4 débats entre deux militants de la société civile aux convictions opposées, sur Vews/facebook). Des programmes vidéo sur réseaux sociaux ont également pour objectif de susciter le débat. Par exemple, « La capuche » (paroles de jeunes sans filtre sur leurs doutes, leurs peurs, leurs questions, ... sous la capuche, via Tarmac), « C'est qui ceux-là et ils pensent quoi » (Insta stories avec expression de plusieurs voix sur une thématique et idées principales des partis sur ces thématiques, via Tarmac), ...

La RTBF ajoute qu'elle considère l'année 2019 comme « une année charnière dans l'évolution des débats de société ». Elle s'est tournée vers les primo-votants mais aussi vers les plus jeunes. Elle a particulièrement investi, notamment en termes de ressources, les nouvelles plateformes et créé de nouveaux formats. Elle cite, entre autres, la séquence « Les voisins » qui montre des exemples concrets d'organisation sociétale différente dans les pays européens diffusée dans les Niouzz et les Niouzz+ sur Instagram. Les capsules diffusées sur les réseaux sociaux ont été « suivies d'échanges entre internautes assurés par les Community managers de la RTBF ».

En conclusion, le Collège ne remet pas en question la volonté de la RTBF de produire des séquences de programmes amenant à débattre sur d'importants sujets de société. Il reconnaît d'ailleurs que sa programmation générale est favorable à une culture du débat. Il constate cependant que l'article 22.3.a.3 de son contrat de gestion vise un programme de débat mensuel - distinct de « A votre avis » - qui n'apparaît pas en tant que tel dans la programmation de l'éditeur.

Considérant néanmoins le nombre important de débats et d'échanges contradictoires portant sur des thématiques de société qui ont été diffusés dans le contexte de la campagne électorale, il admet qu'un programme « *visant le public le plus large possible et poursuivant l'objectif de permettre un débat contradictoire et constructif sur des questions politiques, économiques, sociales ou environnementales* » a bien été diffusé durant l'année 2019. Il insiste cependant pour que la RTBF produise, en télévision, un programme identifiable conforme à l'article 22.3.a.3 de son contrat de gestion.

Outre ces obligations quantifiées, le contrat de gestion énumère une série d'objectifs dont les réalisations sont résumées ci-dessous :

- Les enjeux européens et internationaux :

Ces thèmes sont régulièrement abordés sous forme de reportages ou séquences dans les journaux parlés et télévisés, ainsi que dans des programmes et magazines spécialisés (voir tableau). Les élections européennes, le Brexit, la crise en Catalogne, les sommets européens ont également fait l'objet d'un suivi régulier. L'éditeur signale que 6.339 articles consacrés aux enjeux européens et internationaux ont été publiés sur son site info.

- Les travaux des assemblées parlementaires :

L'actualité parlementaire est traitée dans les journaux parlés et télévisés.

Les journalistes de la RTBF sont présents presque systématiquement lors des séances de questions orales qui ont lieu dans les parlements et rapportent un suivi de ces questions. Lorsque l'actualité le justifie une émission peut être proposée en direct sur le site web de la RTBF au départ des assemblées parlementaires. Des séances plénières ou de commission d'enquête sont également régulièrement proposées aux internautes.

- Le paysage institutionnel belge, l'économie, la finance, la science et la recherche :

Ces sujets sont régulièrement traités dans les journaux. Des séquences spécifiques peuvent également leur être dédiées dans des programmes comme « Jeudi en Prime » (politique), « Le fait du Jour » (actualité générale), « La revue de presse » (actualité générale), « L'invité actu », « Ils ont rêvé d'un autre monde » (parole aux citoyens), « Le fait régional » (actualité générale), « Le marché matinal » (économie et consommation), « Les coulisses du pouvoir » (politique), « le développement » (société, international, politique, sport, économie), « le grand angle » (économie, Europe, International), le débriefing de l'actualité de la semaine (club de la presse), « A votre avis » (thèmes variés : société, politique,...)...

Ces matières peuvent également être au centre des différents programmes de débats et d'entretiens, notamment dans « Le Grand oral » qui interroge une personnalité du monde politique, économique, social ou culturel ou dans « les Eclaireurs » qui reçoit des chercheurs et des chercheuses dans différents domaines.

- Les contenus locaux :

Ces contenus sont traités dans les JT, avec un accent régional plus marqué dans l'édition de 13 heures.

Vivacité organise dans sa programmation plusieurs décrochages régionaux en matinée (6 émissions), en après-midi (4 rendez-vous régionaux) et en soirée (lundi et vendredi). Un tiers du temps d'antenne en journée et 40% des effectifs (60 personnes) de la chaîne sont dédiés à la couverture de la vie régionale (450 heures réalisées sur le terrain, 9.000 manifestations couvertes).

La RTBF s'associe aux télévisions de proximité dans le développement du portail internet d'information régionale commun [Vivre Ici](#).

- L'information aux expatriés :

Les expatriés ont accès à toute l'information produite par la RTBF sur son site rtbf.be/info.

La RTBF est également partenaire du réseau TV5-Monde qui lui permet de diffuser certains programmes à l'échelle mondiale et est actionnaire d'Euronews.

La Première, radio de l'information, peut être écoutée partout dans le monde en formant un n° de téléphone.

Enfin, AUVIO est accessible dans les 28 pays de l'Union européenne.

- Les solutions innovantes en matière d'information :

La RTBF porte une attention à la variété de ses publics. L'édition de midi du JT fait la part belle aux actualités régionales, tandis que l'édition du soir est plus axée sur les contenus politiques et internationaux, dans une perspective plus prospective et analytique. Sur la Deux depuis 2017, « Vews » qui existe aussi en version digitale, vise un public plus jeune. Les programmes d'information "Izinews" sur Tarmac et "Les Niouzz" visent aussi les nouvelles générations.

L'éditeur diversifie également ses formats de programmes. « A votre avis », débat politique, repose en partie sur l'avis de la population recueilli par application mobile et est précédé d'un « Facebook live ».

En termes de contenus, la RTBF développe un programme de séquences explicatives sur les questions du climat.

La « parole citoyenne » s'exprime également quand un citoyen vient présenter une initiative pour « changer le monde » (séquence hebdomadaire, Matin Première)

- Les dossiers thématiques sur le web :

Plusieurs dossiers thématiques ont été réalisés, non seulement pour le web, mais diffusés également sur d'autres services (radio, tv et AUVIO) : Brexit, salon de l'auto, crise politique belge, les 90 ans de Tintin, ...

- Les élections :

La RTBF a adopté un dispositif électoral.

A l'occasion des élections, une section spécifique a été créée sur le site rtbf.be/info, regroupant des articles, les programmes des partis, la présentation des candidats, l'analyse des résultats du scrutin, y compris un fil des résultats en direct.

AVIS

Le Collège constate que la RTBF remplit ses obligations en matière d'information. Il émet cependant des réserves en ce qui concerne la réalisation des articles 22.3.a.2 et 22.3.a.3 de son contrat de gestion et sera donc particulièrement attentif au respect de ces deux obligations lors des prochains contrôles.

DEVELOPPEMENT CULTUREL

CONTEXTE

Articles 24 et 25

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 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 aux talents émergents.

La RTBF doit veiller à ce que son offre de programmes culturels ne soit pas restreinte à des services ou à des horaires spécifiques. L'objectif est de promouvoir la visibilité de la culture.

Le présent chapitre analyse la manière dont la RTBF a valorisé sa programmation culturelle sur ses différents services. Il porte également sur la diversité des disciplines artistiques couvertes.

BILAN

Radio

Répartition de la programmation culturelle

Parmi les cinq chaînes de radio de la RTBF, deux sont positionnées en tant que chaînes de référence en matière culturelle :

- La Première, chaîne de référence dans le domaine de l'information et de la culture, grâce à une offre spécifique en journaux d'information, avec une large part de magazines et de musique francophone.
- Musiq3, la chaîne des musiques classiques s'adressant par son contenu musical et culturel spécifique à un auditoire exigeant sensible aux arts et à tous les aspects de l'esthétisme.

Ces deux services concentrent la majorité de la programmation culturelle présente sur l'ensemble des services, composée de programmes de contenu portant sur les diverses thématiques culturelles. L'obligation est donc rencontrée principalement à travers la programmation de La Première et de Musiq3.

La seconde chaîne généraliste (Vivacité) et les deux autres chaînes musicales de l'éditeur (Classic21 et Pure) offrent une programmation culturelle qui prend le plus fréquemment la forme de chroniques et séquences consacrées à des sujets culturels d'actualité.

Cette offre est complétée par des sujets d'actualité culturelle dans les programmes d'information ainsi que la présence d'invités culturels dans les programmes tels que le « 8/9 » sur Vivacité.

PROGRAMMES PAR SERVICE :

Les tableaux ci-dessous donnent un aperçu non exhaustif des programmes culturels par thématique et par service :

Actu culturelle: théâtre, cinéma, littérature et bd, web.../ culture transversale				
La Première	Vivacité	Musiq3	Classic 21	Pure FM
Entrez sans frapper	Les Matinales	La matinale	Agenda des concerts	Snooze
Jour / Matin première	Stoemp, peket et des rawettes	Demandez le programme	Classic 21 Culture	Le Drive
Le fantôme de la radio	Le 8/9	L'odyssée		Pure Like
Transversales	Quoi de neuf	Farniente		Pop & snob
Le plus grand musée du monde	Les petits papiers	L'heure de pointe		#POPUP
Le MUG	Aller/retour	La couleur des idées		
Les sorties culturelles de l'été	Dialectales			

Littérature / Bande dessinée				
La Première	Vivacité	Musiq3	Classic 21	Pure FM
A lire à voir à écouter		La matinale	Classic 21 Culture	#POPUP
Entrez sans frapper		A portée des mots	Classic 21 BD	
Jour première		Farniente		
Par Oui dire				
Librairie francophone				
Majuscules				

Actualités musicales / Programmes musicaux thématiques				
La Première	Vivacité	Musiq3	Classic 21	Pure FM
A lire à voir à écouter	Tip Top	Soirée d'Archives	Le Coup de cœur	La Hotlist
Sacrés français		L'heure de pointe	La séquence nouveautés	Là où tout commence
Entrez sans frapper		Comptoir classique	Agenda des concerts	Pure Trax
Jour Première		Magazine d'Opera	Ladies in Rock	Lazy factory

Le monde est un village		Présent composé		What the funk
La troisième oreille		Table d'écoute		Radar
Le Grand Jazz		Musique du monde		

Cinéma / Médias / Web				
La Première	Vivacité	Musiq3	Classic 21	Pure FM
A lire à voir à écouter			Média 21	Empreinte digitale
Entrez sans frapper			Surfons tranquille	#POPUP
L'actu du Web			Plein Ecran	5 heures
Les décodeurs				
Journal Culture/médias				
Les 5 Heures				

L'Humour				
La Première	Vivacité	Musiq3	Classic 21	Pure FM
Le Café serré	Les enfants de chœur		Delphine Pointbarre	Snooze
C'est presque sérieux	Le Cactus			

L'éditeur participe de manière active à la valorisation d'événements culturels : comme lors de l'exercice précédent, la Première a été présente à la Foire du livre durant 4 jours, a diffusé en direct « la Nuit des Ecrivains », un programme de 5 heures rassemblant des auteurs face à leur public à la librairie « Passa Porta » à Bruxelles, et le Prix Première Victor de la jeunesse. Musiq3 retransmet chaque année le Concours Reine Elisabeth.

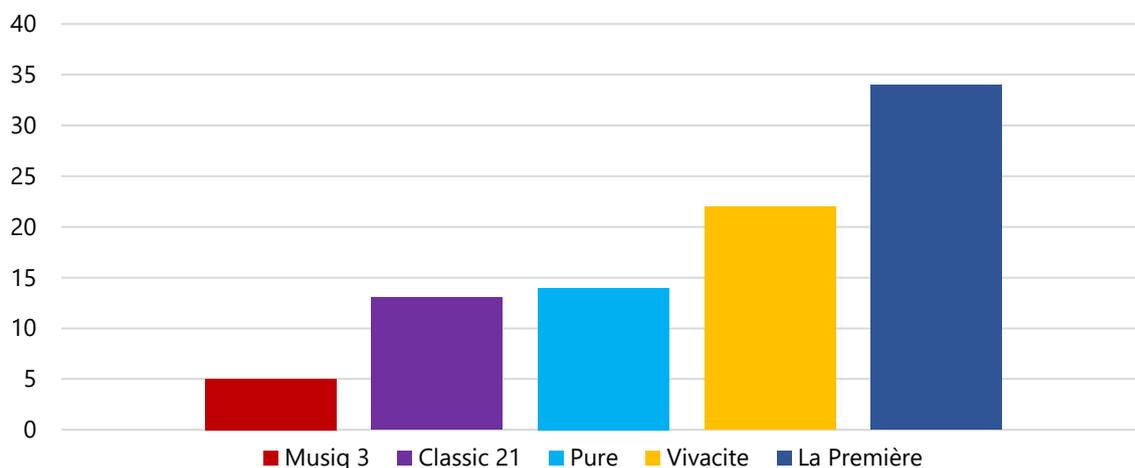
Pure se positionne en tant que vivier des nouveaux talents avec les programmes « Pure Like » et « Là où tout commence », avec dans ce dernier un focus tous les dimanches soir sur les artistes belges émergents, dans la séquence « Pure Talent ». Lors du festival « Propulse 2019 », Pure a mis en lumière cinq artistes émergents à travers l'enregistrement et la diffusion de sessions acoustiques avec ces groupes.

Enfin, 29 documentaires et créations radiophoniques ont été diffusés dans le cadre du programme « Par Oui-Dire », ayant notamment bénéficié du soutien du Fond d'aide à la création radiophonique et « Du côté des ondes », un appel à projets radiophoniques soutenu par la RTBF, la SACD, la SCAM et la Fédération Wallonie Bruxelles.

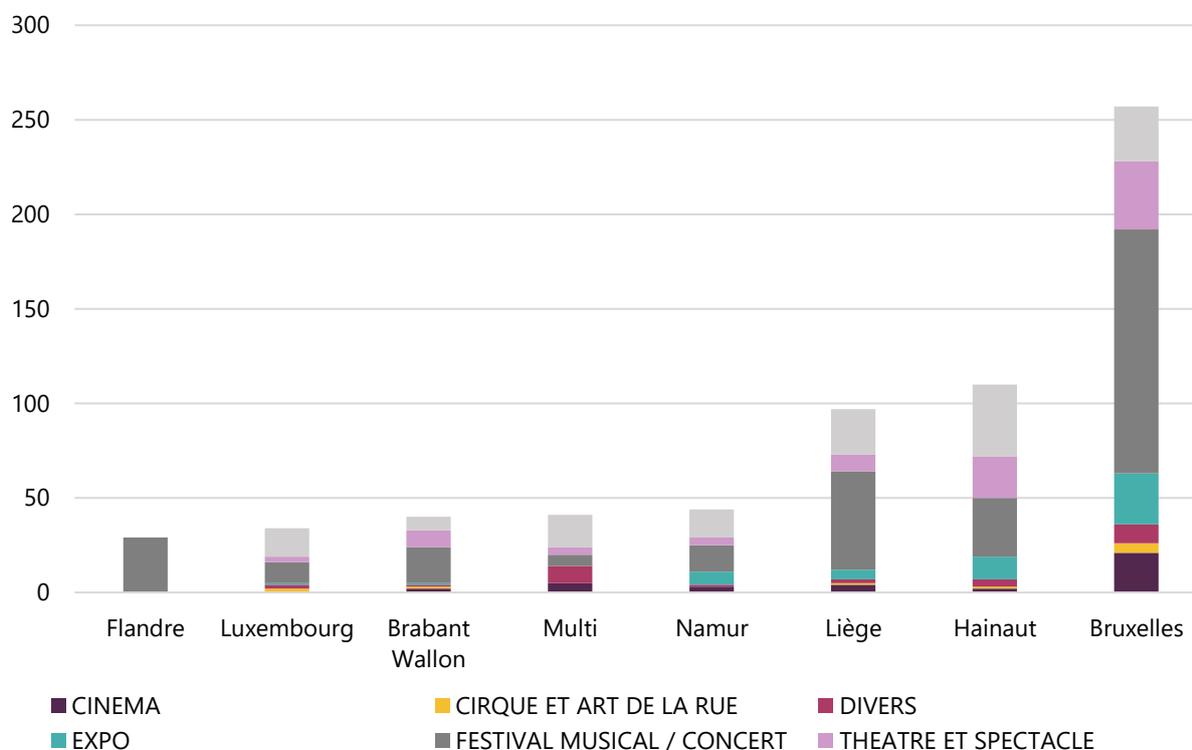
Partenariats culturels et événementiels

Le contrat de gestion stipule que la RTBF ancre son offre culturelle dans la mise en valeur des ressources culturelles, artistiques, patrimoniales et touristiques de la Fédération Wallonie Bruxelles. Cet ancrage se traduit également par des partenariats de l'éditeur avec des événements culturels et de patrimoine.

Promotion d'avant-premières cinéma: radio



En 2019, la RTBF a été partenaire de 652 événements à caractère culturel et 85 avant-premières cinéma. Ces avant-premières ont bénéficié de 108 occurrences promotionnelles, dont 88 sur les services radiophoniques de l'éditeur.



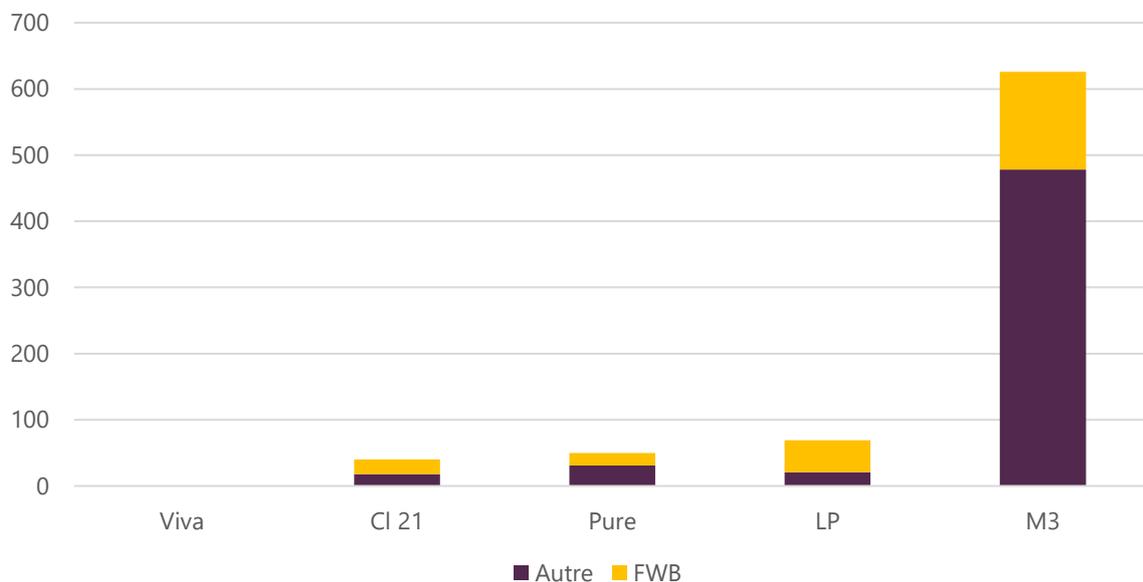
A l'image de l'exercice précédent et comme l'indique le graphe ci-dessus, Bruxelles concentre la majorité des partenariats valorisés (39%), le reste de la Wallonie représente 51%, des événements qui ne sont pas limités à un lieu 6% et la Flandre 4%.

L'ensemble des disciplines artistiques est couvert par les partenariats développés par l'éditeur, avec une grande majorité consacrée aux concerts et festivals de musique (45%), suivis par le patrimoine (22%) et le théâtre et les arts de la scène (13%). Le cirque et les arts de la rue, les expositions et le cinéma (principalement les festivals) constituent 20% des occurrences restantes.

Le patrimoine est encore une fois principalement mis à l'honneur sur Vivacité, en accord avec le profil du service. Les festivals musicaux et concerts sont la catégorie d'évènements la plus valorisée en particulier sur Classic 21 (68 évènements), Musiq 3 (58) et Pure (35). Une majorité (52%) d'évènements dans l'ensemble des disciplines a été couverte par deux services de l'éditeur ou plus.

Diffusion de spectacles musicaux, lyriques et concerts

En complément à l'information culturelle et programmes dits « de contenu », l'article 25.5 du contrat de gestion fixe la diffusion d'au moins 300 concerts ou spectacle musicaux, dont 150 produits en FWB.

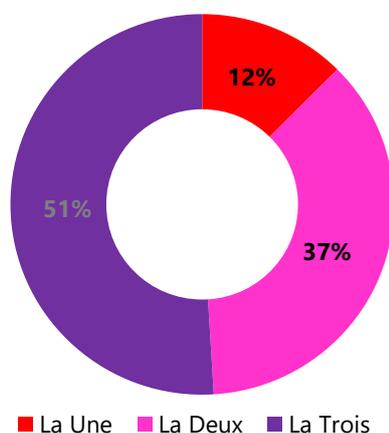


- En 2019, 785 concerts, showcases et spectacles musicaux ont été diffusés sur les services de l'éditeur dont 237 produits en FWB, un total de 30%.
- Parmi les spectacles produits en FWB, 48 ont été diffusés sur la Première (42 en 2018), 0 sur Vivacité (5 en 2018), 148 sur Musique 3 (100 en 2018), 22 sur Classic21 (17 en 2018) et 19 (28 en 2018) sur Pure FM.

Télévision

Répartition de l'offre culturelle par chaîne

Le graphique ci-dessous illustre la répartition par service de l'offre culturelle de la RTBF. La durée considérée comprend les magazines ainsi que les captations. Elle intègre également les rediffusions sauf celles programmées entre minuit et 6 heures du matin (boucle de nuit).



Cette répartition reste stable par rapport aux exercices précédents : la Deux et la Trois concentrent un peu moins de 90% de la programmation culturelle.

Toutefois, le Collège relève que les aménagements de grilles entrés en vigueur en septembre 2019 ont induit une meilleure répartition de la programmation culturelle. Prises isolément sur les trois derniers mois de 2019, les proportions ci-dessus ont donc évolué : 19% sur la Une, 38% sur la Deux et 43% sur la Trois. Le Collège salue ce rééquilibrage qui va dans le sens de ses recommandations.

Les tableaux ci-dessous proposent un aperçu des magazines culturels de la RTBF.

LA UNE			
Programme	Jour	Horaire	Discipline artistique
Agenda ciné	Lundi	20h10	Cinéma
C'est du belge	Vendredi	20h15	Culture belge
Je sais pas vous	Sa-di	22h	Musique
Stoepm, Peket et des rawettes	Dimanche	10h30	Patrimoine
Tout le bazart	Jeudi	23h30	Culture transversale

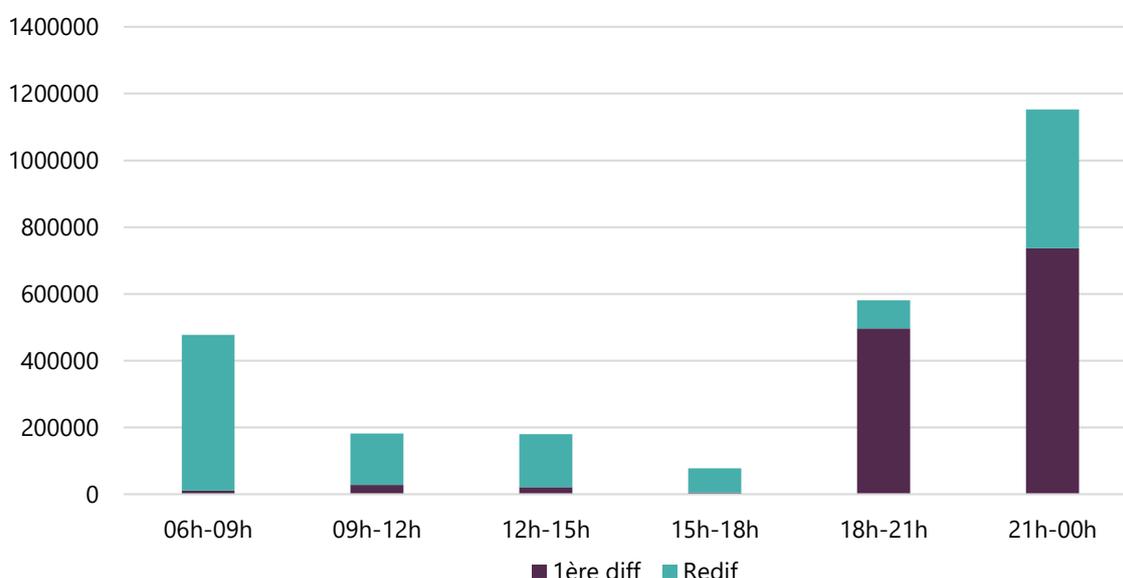
La DEUX			
Programme	Jour	Horaire	Discipline artistique
69 minutes sans chichis	Jeudi	20h20	Culture transversale
POPM	Samedi	21h00	Culture transversale

D6bels on stage	Mercredi	23h00	Musique
Decibels (+ le Live)	Dimanche	22h45	Musique
Hep Taxi	Dimanche	22h45	Culture transversale
Tellement ciné	Vendredi	20h	Cinéma

LA TROIS			
Programme	Jour	Horaire	Discipline artistique
Hep taxi	Dimanche	20h	Culture transversale
La librairie francophone	Samedi	23h	Littérature
Jour de relâche : le Mag (01-06/2019)	Lundi	22h30	Théâtre
KIOSK (automne 2019)	Vendredi	23h	Théâtre
Classic Ciné	Mercredi	21h	Cinéma
Regardoc	Mercredi	22h20	Cinéma (documentaire)
Tout le Bazart	Lundi	22h30	Culture transversale
Livrés à domicile	Mardi	21h	Littérature
Sous couverture	Mercredi / Jeudi	23h	Littérature
Tempo	Vendredi	21h05	Musique
Wallons Nous	Lundi	22h30	Patrimoine
Nomade	Lundi	20h15	Transversale
Plan Cult	Lundi / Samedi	21h00 – 20h00	Culture transversale
TamTam	Vendredi	20h00/23h00	Transversale

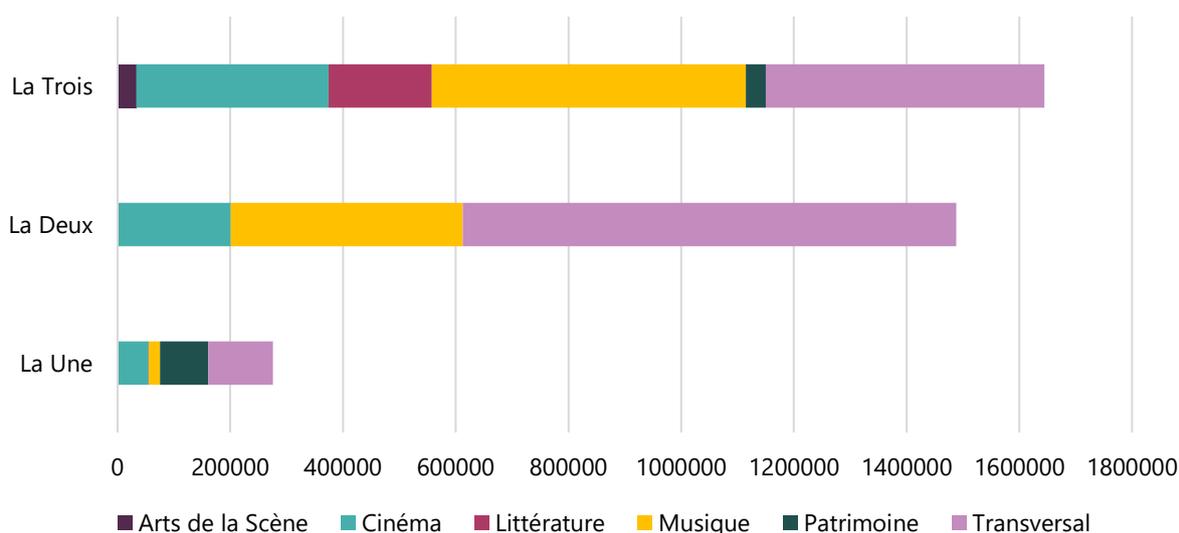
Horaires de diffusion de la programmation culturelle

La programmation culturelle est présente tout au long de la journée et sur chacun des trois services.



65% de la programmation culturelle est diffusée après 18h, et 43% après 21h. 57% des primo diffusions sont programmées après 21h. Dans la tranche 21h-24h, 70% des programmes commencent après 22h30. Les tranches 06h-09h, 09h-12h, 12h-15h et 15h-18h sont presque exclusivement composées de rediffusions.

Répartition de la programmation culturelle par disciplines



La RTBF propose des programmes thématiques consacrés aux arts de la scène, à la littérature, à la musique, au cinéma et au patrimoine. La catégorie « culture transversale » comprend les magazines multithématiques (tels que « Hep Taxi » ou « POP M » par exemple). Ces derniers traitent un éventail de disciplines artistiques diversifié, comprenant notamment l'architecture, la photographie, la mode, le design, etc.

- Cinéma

« L'Agenda Ciné » : sélection des sorties cinéma de la semaine (52 éditions - La Une).

« Tellement Ciné » : magazine consacré au cinéma (20 éditions - La Deux).

« Classic Ciné » : capsules consacrées aux classiques du cinéma (48 éditions - La Trois).

Programmation spécifique sur La Trois : couverture de festivals (« Silence on Fiff », « Cérémonie des Magritte »), diffusion des capsules « Cinevox » consacrées à la production des films belges francophones, et rediffusion d'une série de 10 documentaires consacrés aux réalisateurs-documentaristes belges.

- Littérature

« Livrés à Domicile » (remplacé depuis octobre 2019 par « Sous Couverture ») : chroniques de livres et de bandes dessinées (34 - La Trois).

- Musique

« D6bel On Stage » (remplacé par « DECIBELS ») : magazine des musiques contemporaines qui combine entretiens et prestations « live » (66 éditions - La Deux).

« Tempo » : magazine de rencontre entre la musique classique et le rock (31 éditions - La Trois).

« Je sais pas vous » : programme de format court qui revisite les chefs d'œuvres de la musique classique (25 éditions - La Une).

- Patrimoine

« Wallons-nous » remplacé par « Stoemp, Peket et des Rawettes » : programme dédié à la langue et à la culture wallonnes (16 éditions - La Une et La Trois).

« Le patrimoine culturel immatériel de Belgique et de France » (rediffusions - La Trois).

- Théâtre et arts de la scène

« Jour de relâche » : magazine des arts de la scène (6 éditions - La Trois). Remplacé par KIOSK, format plus court qui prend la forme d'un agenda de l'actualité des Arts de la Scène (8 éditions).

- Culture transversale :

La catégorie reprend les magazines multithématiques :

« C'est du belge » et « C'est du belge capsules » (63 éditions - La Une).

« 69 minutes sans chichis » (14 éditions - La Deux).

« Hep Taxi » dont « Rétro taxi » et les « Brèves de Taxi » (38 éditions - La Deux).

« Pop M » (23 éditions - La Deux).

« Plan Cult » (39 éditions - La Trois).

« Nomades » (9 éditions - La Trois).

« TamTam » (31 éditions - La Trois).

Diffusion et captation de spectacles

Spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques (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.

Pour l'exercice 2019, l'éditeur déclare :

- La diffusion de 189 spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques, dont 159 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles et dont 85 sont de nouvelles captations. Après vérifications et quelques ajustements, le Collège constate que les « lives » de « The Voice » répondent strictement aux codes télévisuels et ne peuvent dès lors être qualifiées de « spectacles musicaux » au même titre que des concerts publics. Il constate également que le programme « Je sais pas vous » ne constitue pas une captation de concert au sens propre. Le nombre de spectacles éligibles est donc ramené à 130 pour l'année 2019.
- La diffusion de 2 spectacles chorégraphiques : « Anne-Theresa de Keersmaker : 6 suites pour un violoncelle », et « Brel et Barbara » de Maurice Béjart (rediffusé sur plusieurs exercices).
- L'éditeur a diffusé des spectacles lyriques, dont trois représentations de l'Opéra Royal de Wallonie.

Spectacles de scène (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.

Pour 2019, l'éditeur déclare la diffusion de 25 spectacles de scène, produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, dont 10 nouvelles captations : cinq mettent en valeur le théâtre patrimonial avec « Wallons Nous », quatre sont des captations du théâtre contemporain et une est un spectacle d'humour.

La RTBF atteint les quotas fixés par son contrat de gestion.

Œuvres valorisant les artistes de la FWB en prime-time sur la Une et la Deux (art.25.4, e)

Le contrat de gestion préconise que l'éditeur diffuse 44 œuvres mettant en valeur des artistes, auteurs et producteurs de Fédération Wallonie Bruxelles durant des heures de grande audience sur la Une et la Deux, en particulier des séries télévisuelles locales et populaires.

La RTBF déclare avoir diffusé 241 programmes permettant de mettre en lumière des auteurs et créateurs de la Fédération Wallonie Bruxelles. Le contrat de gestion n'apportant pas de précision quant au type d'œuvres éligibles dans le cadre de l'obligation, de nombreux programmes permettent à l'éditeur de valoriser l'obligation.

Parmi les œuvres diffusées sur la Une et sur la Deux en première partie de soirée, l'éditeur mentionne notamment les séries « Funcorp », « Unité 42 » et « Ennemi Public », pour un total de 45 épisodes diffusés sur La Une et sur La Deux entre 20h et 22h30. De plus, l'éditeur renseigne des éditions de « 69 minutes sans chichis » et du « Grand cactus » ainsi que le concert de la Fête de la Fédération Wallonie Bruxelles et le festival d'humour « Rire Ensemble 2019 ». En complément, 12 long-métrages belges francophones ont été diffusés entre 18h30 et 22h30 sur La Une et sur La Deux.

L'obligation est rencontrée.

AVIS

Radio

Le Collège constate que les obligations des articles 24 et 25 sont rencontrées sur les cinq services de l'éditeur. Malgré une présence plus importante sur La Première et Musiq3 (conforme toutefois aux profils des services), la majorité des disciplines est présente sur l'ensemble des services. De plus, les événements du monde culturel de la Fédération Wallonie Bruxelles bénéficient d'une exposition et d'un soutien sur les ondes de l'éditeur. La promotion plus intense du patrimoine culturel wallon sous forme de partenariats sur Vivacité compense une moindre présence de magazines culturels à proprement parler sur ce service.

Les obligations de la RTBF en matière de culture sont rencontrées en radio.

Télévision

Le Collège constate une meilleure répartition de l'offre culturelle entre les trois services au second semestre. Celle-ci reste néanmoins concentrée sur la tranche horaire 21h-00h.

Le Collège constate que la RTBF propose une programmation culturelle diversifiée en termes de formats et de disciplines artistiques couvertes. Les prescrits des articles 24 et 25 du contrat de gestion sont rencontrés. Le Collège relève cependant l'absence de programme consacré aux Arts Plastiques et une diminution importante du temps d'antenne consacré aux Arts de la Scène à la suite du remplacement de « Jour de relâche : le Mag » par « Kiosk ».

Le Collège réitère ses constats des exercices précédents concernant les œuvres chorégraphiques diffusées, considérant que le quota minimum de spectacles chorégraphiques est rencontré de justesse par l'éditeur, ce qui ne reflète pas le dynamisme de cette scène en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'article 25.3 impose à l'éditeur de diffuser *un programme culturel d'envergure, de manière régulière et visant un large public, et mettant en avant les auteurs, créateurs, producteurs, artistes interprètes, réalisateurs et distributeurs issus de la FWB*. En suivi de l'arrêt du programme « 50 degré Nord », l'éditeur avait procédé à une restructuration de son offre culturelle en proposant des programmes plus ciblés. Dans les avis des exercices précédents, Le Collège avait considéré que cet ensemble de programmes permettait à l'éditeur de rencontrer l'obligation de l'article 25.3 du contrat de gestion. Il en va de même pour l'exercice 2019.

Les obligations de la RTBF en matière de culture sont rencontrées en télévision.

EDUCATION PERMANENTE

CONTEXTE

En vertu de l'article 28.3 de son contrat de gestion, la RTBF doit diffuser des séquences et des programmes d'éducation permanente. Dans le cadre de cette mission, l'article 28.4 fixe en outre comme objectif de proposer deux programmes spécifiques :

- Un programme présentant diverses manifestations de la vie associative, sous toutes ses formes en Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- Au moins 10 éditions d'un programme visant à décrypter et analyser les grandes questions de société et d'éducation et s'adressant à tous.

La RTBF déclare qu'elle concrétise principalement sa mission dans l'ensemble de sa programmation. Conformément au libellé de l'article 28.3, son approche de l'éducation permanente est « transversale ». La présente fiche vise, d'une part, à rendre compte des thématiques relevant de l'éducation permanente investies par la RTBF de façon transversale dans sa programmation, et d'autre part, à identifier les programmes spécifiques visés à l'article 28.4.

Définitions

Selon l'article 1^{er} du décret du 17 juillet 2003 relatif à l'action associative dans le champ de l'éducation permanente (repris à l'art. 28.1 du contrat de gestion), celle-ci vise à favoriser et à développer :

- Une prise de conscience et une connaissance critique des réalités de la société ;
- Des capacités d'analyse, de choix, d'action et d'évaluation ;
- Des attitudes de responsabilité et de participation active à la vie sociale, économique, culturelle et politique.

La RTBF a notamment pour mission de contribuer à ces objectifs. Dans ses principes fondamentaux, le contrat de gestion relève à l'article 6.2.c un nombre important d'enjeux de société propres aux programmes d'informations et d'éducation permanente tels que « *la lutte contre la pauvreté, l'intégration sociale, le développement durable, l'éducation à la santé, l'éducation à la consommation, la parentalité, les liens familiaux et intergénérationnels, le développement de la citoyenneté européenne, le dialogue interculturel, l'égalité des femmes et des hommes, la lutte contre les discriminations et contre les stéréotypes sexistes et les préjugés, la lutte contre l'homophobie, l'inclusion des personnes handicapées, l'égalité des chances, le respect des minorités, la diversité culturelle, le développement de l'esprit critique, l'éducation au civisme, la responsabilité citoyenne et la lutte contre toutes les formes de violences, spécialement à l'égard des femmes, des minorités et des personnes les plus fragiles ...* ».

Dans son chapitre 4 consacré aux apprentissages et notamment à l'éducation permanente, le contrat de gestion identifie à l'article 28.3 plusieurs thématiques pertinentes pour fonder un programme d'éducation permanente, sur base desquelles, lors de l'avis 2017, le Collège a proposé les catégories suivantes :

- La sensibilisation à l'environnement
- L'éducation à la santé

- La vulgarisation scientifique
- La cohésion sociale
- L'éducation aux médias
- La protection des consommateurs
- La compréhension de la vie sociale, politique et économique.

Cette liste n'a pas vocation à être exhaustive et la RTBF a naturellement toute latitude pour développer des approches originales. Il s'agit surtout pour le Collège d'obtenir un panorama de la place de l'éducation permanente dans la programmation de l'édition, de son temps d'antenne, de ses récurrences et de sa répartition sur les différents services. C'est principalement la manière de développer ces thématiques qui pourra fonder un programme d'éducation permanente, une mission qui se distingue de celle de l'information par son caractère moins immédiat, sa volonté d'aborder les thèmes de manière plus approfondie, avec un recul propice à la réflexion.

BILAN

[Approche transversale \(28.3\)](#)

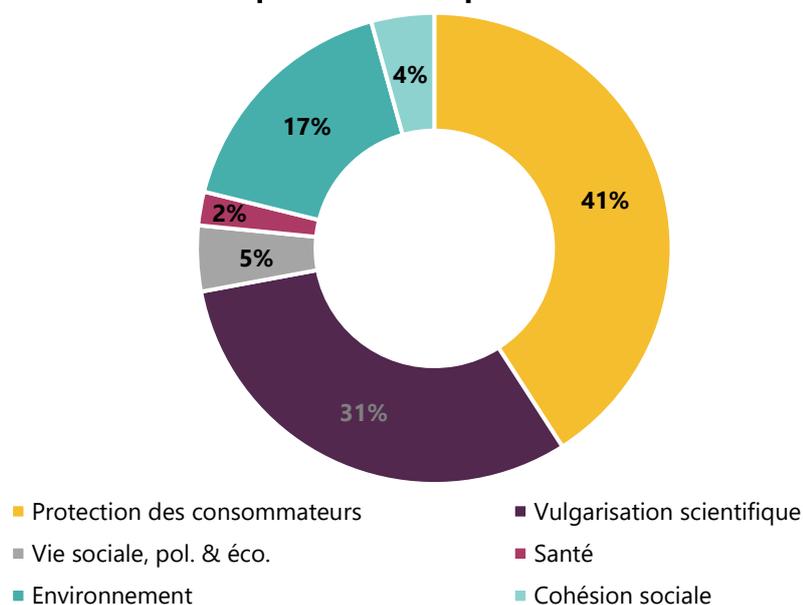
Les programmes de la RTBF repris ci-dessous sont ceux principalement consacrés à la mission d'éducation permanente. Dans le cadre de son analyse, le Collège n'a pas tenu compte, par exemple, des programmes d'information renseignés par la RTBF comme concrétisant la mission dans son approche transversale, mais prioritairement dédiés à une autre mission de service public. De même, les programmes d'éducation aux médias, branche de l'éducation permanente, font l'objet d'une analyse distincte dans le cadre de cet avis.

Enfin, en fonction des sujets traités et des invités reçus, certains programmes ci-dessous peuvent être identifiés sous plusieurs thématiques. Par exemple, le programme « Matière grise » peut, en fonction des sujets traités, être repris dans les thématiques « environnement » ou « santé ». Le Collège se réfère cependant à son objet premier pour le catégoriser en « vulgarisation scientifique ».

Thématique	Support	Titre	Descriptif	Fréquence/ Durée	Durée annuelle
Sensibilisation à l'environnement	TV (La Une)	« Le jardin extraordinaire »	magazine de la nature et de l'environnement	hebdo (30 min)	19h
	TV (La Deux/ La Trois)	« Alors, on change ! »	magazine de mise en valeur des initiatives pour une société « durable »	mensuel (30 min)	18h
	Radio (Vivacité)	« Grandeur nature »	analyse des enjeux environnementaux en compagnie d'étudiants en communication	hebdo (110 min)	61h
	Radio (La Première)	« Tendance première : transition »	Séquence sur le développement durable	Plusieurs fois par semaine (20 min)	55h
Vulgarisation scientifique	TV (La Une/ La Deux)	« Matière grise »	magazine scientifique	hebdo (45 min)	33h
	TV (La Une)	« Retour aux sources »	débats avec des témoins et experts autour d'un documentaire historique	hebdo (25 min)	19h
	Radio (La Première)	« Un jour dans l'histoire »	analyses d'événements historiques	quotidien (75 min)	206h
	Radio (La Première)	« Les éclaireurs »	La recherche en FWB	Hebdo (45 min)	25h
Education à la santé	TV (La Une/ La Deux)	« Air de familles »	conseils pratiques à destination des parents	variable (5 min)	4h
	Radio (Vivacité) Podcast	« La vie du bon côté »	magazine du bien-être et de la santé	hebdo (30 min)	17h
Cohésion sociale	TV (La Trois)	« Nomade »	Mise en lumière de jeunes issus du monde associatif	mensuel (15 min)	3h

	TV (La Trois)	« TamTam »	magazine du monde associatif et citoyen en FWB	hebdo (15 min)	6h
	Radio (La Première)	« Transversales »	magazine de reportages radiophoniques	hebdo (55 min)	30 h
Protection des consommateurs	TV (La Une)	« On n'est pas des pigeons »	magazine/débat d'information des consommateurs	quotidien (45 min)	124 h
	radio (Vivacité)			quotidien (90 min)	248 h
Compréhension de la vie sociale, politique et économique	TV (La Trois)	« Les sentinelles »	entretiens philosophiques	mensuel (60 min)	8h
	Radio (La Première)	« Et dieu dans tout ça ? »	magazine des philosophies et des religions	hebdo (60 min)	33h

Thématiques éducation permanente en 2019



La RTBF développe une approche pluridisciplinaire de la mission. Comme déjà constaté en 2017, trois thématiques restent cependant prédominantes : l'environnement, la vulgarisation scientifique et la protection des consommateurs.

Cette prédominance s'explique notamment par des programmes phares de la RTBF comme « On n'est pas des pigeons » qui bénéficie d'une diffusion quotidienne à des heures de grande écoute en télé (La Une) comme en radio (Vivacité). A lui seul, ce programme assure une présence forte de la thématique « protection des consommateurs » dans la programmation.

La « Vulgarisation scientifique » et l'« Environnement » sont les deux autres thématiques les plus investies dans la programmation, mais par la contribution de différents programmes apportant une diversité d'approches de la thématique.

Ainsi la « Vulgarisation scientifique » se développe sous différents aspects : « sciences et technologies » avec « Matière grise » (La Une/ La Deux), « innovations en FWB » avec « les Eclaireurs » (La Première), mais encore « histoire, sociologie et éducation civique » avec des programmes comme « Retour aux sources » (La Une) et « Un jour dans l'histoire » (La Première).

L'environnement, autre préoccupation contemporaine majeure, est la troisième grande thématique traitée par la RTBF, principalement sous deux aspects : « l'observation de la nature » et « le développement durable ». Au côté du plus ancien programme de la RTBF, « Le Jardin extraordinaire » (La Une) qui fait la part belle à l'observation de la faune, des programmes tels que « Alors, on change » (La Deux/La Trois), « Grandeur nature » (Vivacité) ou la séquence « Transition » dans « Tendances première » (La Première) mettent en lumière des initiatives scientifiques, politiques ou encore citoyennes face aux grands problèmes environnementaux.

Les trois autres thématiques paraissent moins traitées dans la programmation. Ceci peut s'expliquer en partie par le fait que les thématiques « Cohésion sociale » ou « Compréhension de la vie sociale, politique et économique » sont particulièrement investies dans les programmes d'information. La disparition d'un programme peut aussi à lui seul faire diminuer l'intensité d'une thématique comme c'est le cas pour la thématique « santé » avec la transformation en 2019 du programme quotidien d'une heure intitulé « La Vie du bon côté » (Vivacité) en un podcast hebdomadaire d'une demi-heure. De plus, comme précisé plus haut, certains programmes traitant de la santé sont repris sous d'autres catégories en fonction de leur objet premier.

Comme demandé dans le contrat de gestion, l'éducation permanente en télévision n'est pas limitée à La Trois et peut se développer sur la Une à des heures de grande écoute, comme en radio où elle a trouvé sa place notamment sur le service le plus écouté, Vivacité. Certaines thématiques et la manière dont la RTBF les décline sont en effet porteuses en termes d'audience.

[Programmes spécifiques \(28.4\)](#)

A. La RTBF doit proposer un programme présentant diverses manifestations de la vie associative.

L'éditeur déclare répondre à cette obligation notamment via l'émission mensuelle de TV « Alors on change » (La Deux/La Trois) réalisée en collaboration avec huit TVL consacrée à des acteurs d'un changement dans la manière de travailler, de consommer, de vivre dans l'optique d'une voie durable.

Un autre programme court (15 min.) diffusé sur la Trois répond particulièrement bien à l'obligation. « Tam-Tam » est un hebdomadaire consacré aux personnes ou associations qui agissent sur le terrain pour initier des projets, créer des alternatives et apporter des réponses collectives face aux enjeux sociétaux d'aujourd'hui.

En radio, plusieurs programmes proposent des agendas de la vie associative. C'est le cas des séquences quotidiennes « Popup » sur Pure ou de la séquence « Transition » consacrée à des acteurs du développement durable dans le programme « Tendances Première » sur La Première.

B. La RTBF doit proposer au moins 10 éditions d'un programme visant à décrypter et analyser les grandes questions de société et d'éducation et s'adressant à tous. Dans le contrat de gestion précédent, cette obligation devait être réalisée nécessairement en télévision, ce qui n'est plus le cas.

La RTBF indique répondre à l'obligation avec le programme « Inside » qui remplace « Médialog » sur La Deux/Tipik.

Cependant « Inside » apparaît comme une émission d'éducation aux médias et de médiation sur des questions liées principalement à la programmation et au traitement de l'information par la RTBF. L'article 28.4 évoque les grandes questions de société et d'éducation au sens large, de plus, s'adressant à tous. Les thématiques proposées dans un tel programme ne peuvent donc pas se limiter au décryptage de contenus médiatiques comme dans « Inside », et doivent s'adresser à un large public.

En réponse à une question complémentaire, l'éditeur propose plusieurs de ces programmes d'information comme « A votre avis » sur La Une ou « CQFD » sur la Première ainsi que d'autres programmes orientés sur des personnalités (intellectuels, scientifiques, religieux,...) comme « Les sentinelles » (La Trois) ou sur la philosophie comme dans « Et dieu dans tout ça » (La Première).

Le Collège estime que certains programmes d'information, notamment constitués de débats, peuvent rencontrer favorablement l'obligation. Le nombre important de ces programmes sur différents services de la RTBF est significatif de la volonté de l'éditeur de débattre des grandes questions sociétales. L'obligation est rencontrée, mais principalement via des programmes d'information.

AVIS

Sur l'exercice 2019, télévisions et radios cumulées, la RTBF a diffusé 909 heures de programmes (rediffusions non comprises) répondant principalement à la mission d'éducation permanente (675 heures en radio et 234 heures en télévision). L'éditeur a aussi proposé en radio comme en tv des programmes récurrents mettant en lumière la vie associative. Enfin, il a donné une place importante dans sa programmation au décryptage et à l'analyse des grandes questions de société.

La RTBF concrétise favorablement sa mission d'éducation permanente telle que formulée aux articles 28.1, 28.2, 28.3 et 28.4 du contrat de gestion.

Néanmoins, concernant l'obligation reprise à l'article 28.4 de proposer 10 éditions d'un programme visant à décrypter et analyser les grandes questions de société et d'éducation et s'adressant à tous, le Collège constate que l'éditeur y répond principalement par des programmes d'information qui remplissent déjà une autre mission essentielle de l'éditeur, celle d'informer. Le Collège invite donc l'éditeur à réfléchir à une réponse plus spécifique à cette obligation par un programme unique d'au moins dix éditions, s'adressant à tous et se démarquant des programmes d'information.

SPORT

CONTEXTE

Article 34

La RTBF doit diffuser et proposer à la demande des programmes d'informations sportives et des retransmissions d'événements sportifs. Son contrat de gestion fixe comme objectif la couverture d'un « éventail le plus large possible de disciplines sportives ». Il fixe en outre trois points d'attentions spécifiques :

- les disciplines sportives « moins médiatisées » ;
- les sports pratiqués par des femmes ;
- les sports pratiqués par des « personnes porteuses d'un handicap ».

BILAN

ETAT DES LIEUX

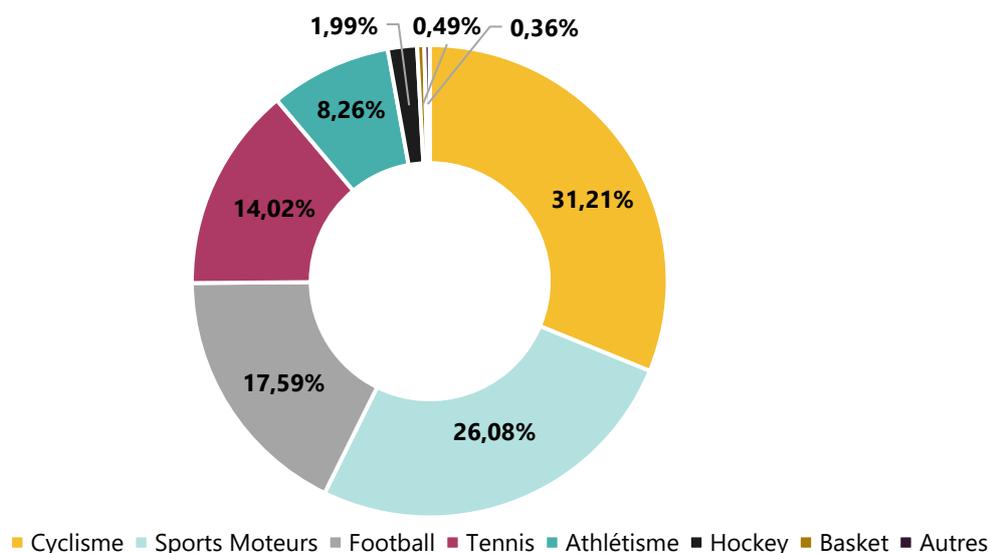
[En télévision](#)⁷

Les retransmissions

Sur ses chaînes de télévision en 2019, la RTBF a consacré 832 heures d'antenne à des retransmissions d'événements sportifs (augmentation de 9.5% par rapport au dernier état des lieux du CSA). Cette offre reste pour l'essentiel concentrée sur « Tipik » (anciennement « La Deux »).

⁷ Par rapport aux données fournies par la RTBF, le CSA a procédé à quelques requalifications, ne considérant dans ses calculs que les retransmissions d'événements sportifs et les programmes d'informations sportives. En conséquence, les programmes « *Fit Tonic* » et « *En terrain inconnu* », par exemples, n'interviennent pas dans les durées analysées. Il en va de même des fictions et documentaires.

Durée des retransmissions par discipline sportive



Le cyclisme (31.2%), les sports moteurs (26%), le football (17.6%) et le tennis (14%) sont les disciplines les plus couvertes⁸.

- La couverture du cyclisme (31.2%), du tennis (14%) et de l’athlétisme (8.2%) comprend une dimension locale importante, que ce soit au travers de la retransmission de compétitions organisées en Belgique ou de rencontres/épreuves impliquant des athlètes belges.
- La couverture des sports moteurs (26%) résulte davantage de choix éditoriaux axés sur la retransmission de championnats internationaux (championnat du monde de rallye, de formule 1 et de moto GP).
- La durée des retransmissions consacrées au football double par rapport aux derniers relevés du CSA (de 76 à 146 heures). En proportion des retransmissions, le football atteint 17.6% en 2019 (pour 10% en 2017). Ceci s’explique notamment par l’acquisition, depuis septembre 2018, des droits de l’Europa League (plus de 25 matches couverts en 2019) et par la retransmission des matches phares de la Coupe du monde de football féminin. Précisons en outre que la RTBF continue de couvrir le championnat masculin de première division au travers d’une offre importante de magazines spécialisés⁹ (voir ci-dessous).
- La couverture du hockey suit également une courbe ascendante pour atteindre 2% des retransmissions sur 2019. La RTBF retransmet les principales rencontres des équipes nationales féminines et masculines.
- La couverture du basket est en revanche devenue très confidentielle (0,5%). La RTBF n’a proposé que deux rencontres de l’équipe nationale masculine sur « Tipik ». Cette offre est toutefois complétée par des retransmissions en direct sur Auvio.

⁸ Outre une volonté éditoriale affirmée de la RTBF, ceci s’explique en partie par la durée intrinsèquement plus longue de ces manifestations sportives.

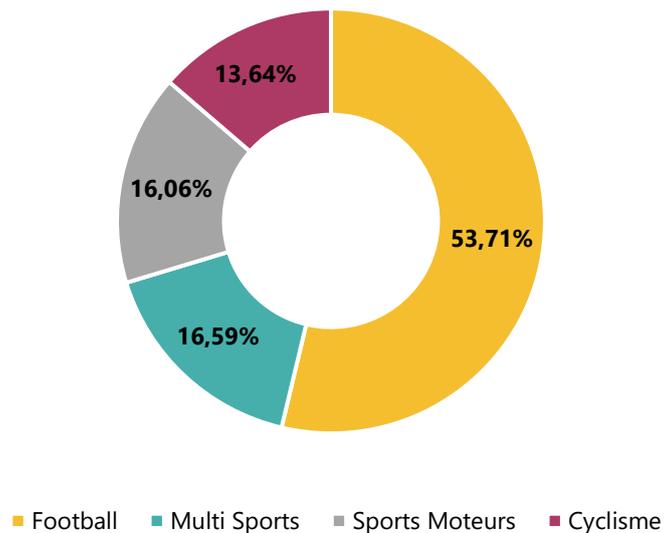
⁹ L’acquisition par la RTBF des lots « résumés » et « magazines » lors de la négociation des droits de diffusion de la division 1 belge de football se concrétise via les programmes d’information sportive « Studio Foot » et « Studio 1 La Tribune ».

- Enfin, la catégorie « autre » comprend des retransmissions de beach soccer, de esport et de jumping. Ces disciplines moins médiatisées ont donc bénéficié d'une visibilité sur « Tipik ».

Les programmes thématiques

Sur ses chaînes de télévision en 2019, la RTBF a consacré 190 heures à des programmes d'information sportive en première diffusion.

Répartition des programmes d'informations sportives



- La couverture du football, notamment celle de la division 1 belge, occupe 53,8% des programmes d'information sportive : magazine de résumés des matches du week-end (« Studio Foot ») et programme hebdomadaire de débats/analyses (« Studio 1, La Tribune »).
- Les sports moteurs, qui représentent une part importante des retransmissions, font en parallèle l'objet de plusieurs magazines thématiques.
- Le Tour de France dispose d'un magazine spécifique pendant toute sa durée.
- Bien qu'il soit largement consacré aux sports dominants, le programme d'information multisports « Le week end sportif » propose fréquemment des séquences relatives aux disciplines « moins médiatisées ».

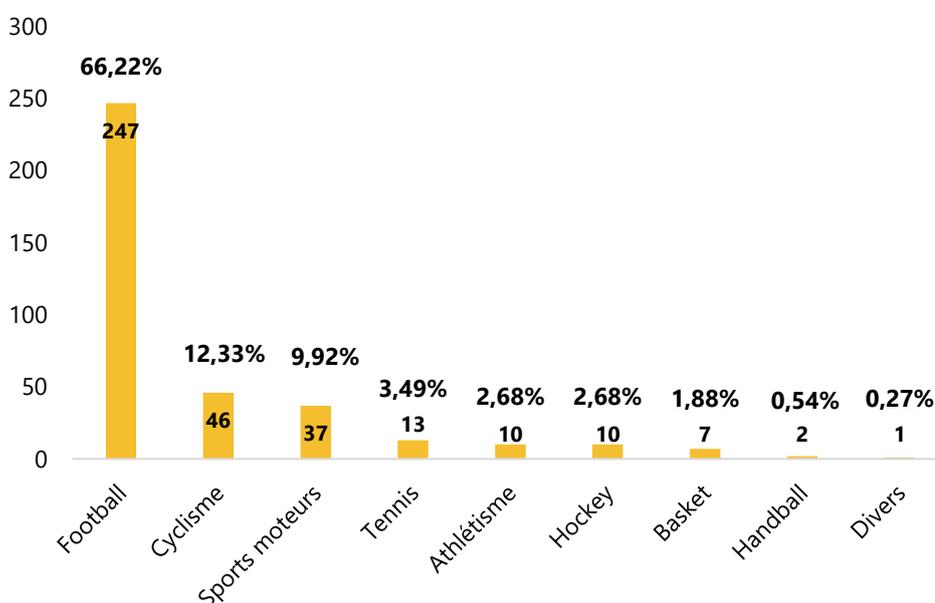
En radio

Dans le cadre du rapport annuel de la RTBF, le CSA ne reçoit pas le même type de données en radio qu'en télévision. Par conséquent, c'est par monitoring que la fiche thématique consacrée aux disciplines sportives couvertes en radio est réalisée.

Sur les neufs services sonores de la RTBF, ce sont essentiellement Vivacité, La Première et Classic 21 qui consacrent une partie de leur programmation à des contenus sportifs sous formes de programmes d'information, d'émissions thématiques ou de retransmissions.

En termes de retransmissions de compétitions sportives et de directs au sein des programmes des radios, la RTBF en déclare 373, soit 79 de moins que pour l'exercice 2017. Les sports couverts par ces diffusions sont répartis de la manière suivante :

Directs sportifs et retransmissions radios



Vivacité

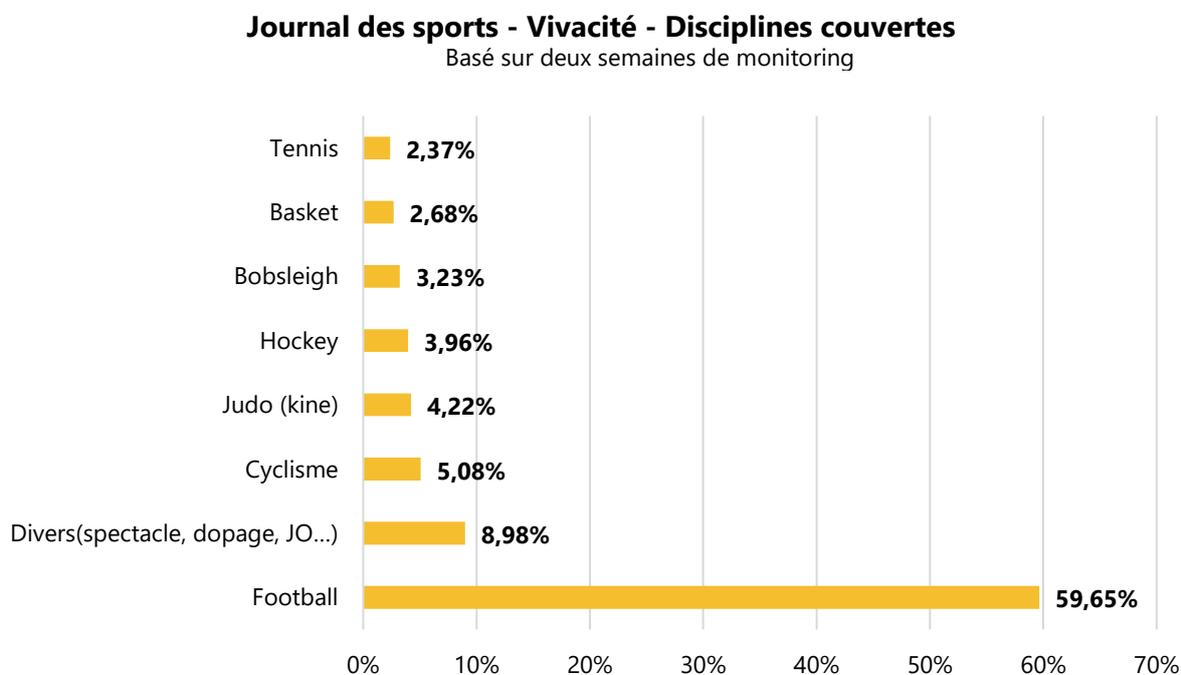
Le sport est abordé au sein de la plupart des journaux parlés mais également dans des programmes thématiques: le « Journal des sports », « Complètement foot », « Viva Sports » et « Viva Sport le direct ». Vivacité est également la radio des retransmissions sportives.

1. Journaux parlés et journaux thématiques en chiffres

Une journée de programmation de Vivacité peut proposer environ 2 heures 16 minutes d'informations en 29 flashes et journaux parlés. 18 d'entre eux comportent de l'actualité relative au sport. La place qu'occupe le sport dans ceux-ci est d'un peu moins d'une minute par journal parlé soit environ 18,43%.

Vivacité diffuse également quotidiennement 2 journaux des sports pour une durée totale hebdomadaire d'environ 1 heure 15 minutes. La durée de chacun de ces rendez-vous varie entre 3 et 6 minutes sauf le dimanche matin qui propose une version d'une demi-heure.

Répartition des disciplines sportives dans le programme « Journal des sports »⁷



Vivacité consacre une majorité des actualités sportives au football puisqu'il représente environ 60% des sports traités dans le « Journal des sports ». Le football est traité prioritairement à travers les résultats des matchs de D1 belge mais également les éventuelles rencontres de clubs belges en Champion's League et Europa League. Les résultats à l'étranger sont également présentés, principalement ceux des clubs dans lesquels évoluent les Diables Rouges.

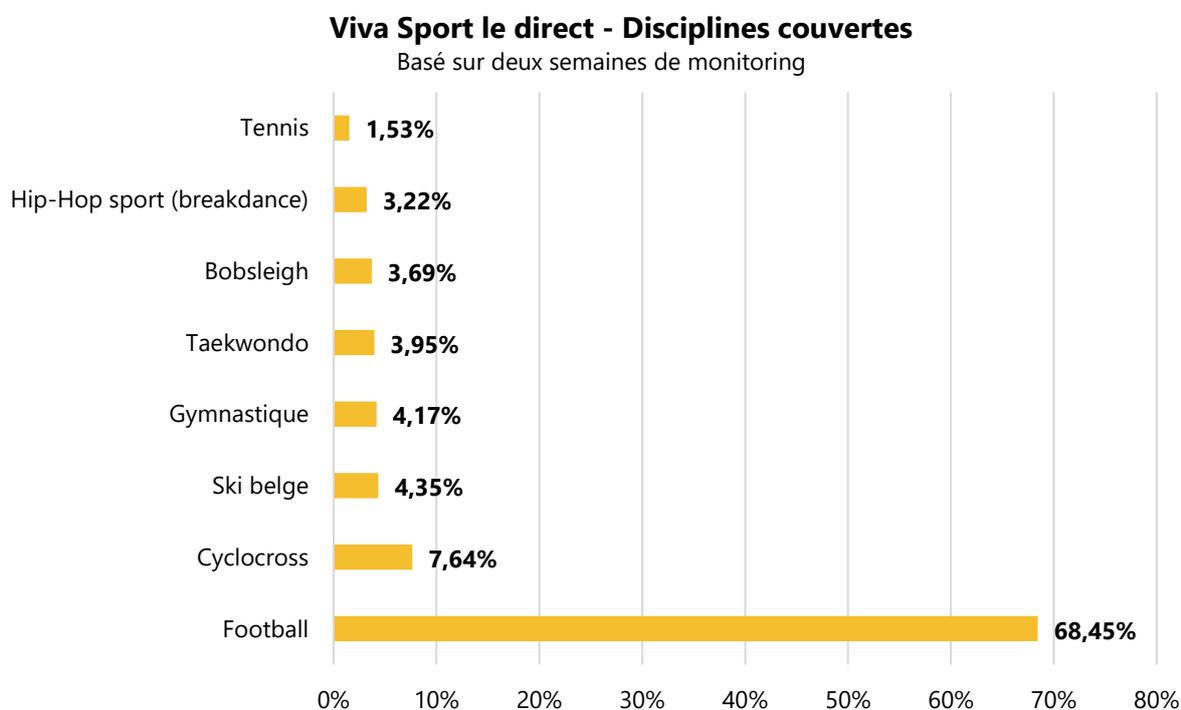
La durée des autres sports traités varie en fonction de l'agenda et de l'actualité sportive mais aussi en fonction de la manière dont le sujet est traité : soit par simple évocation de résultats de quelques secondes, soit par la réalisation de focus et d'interviews.

En divers, on retrouvera des thématiques plutôt à la marge de la pratique sportive, comme par exemples celles liées au racisme dans le sport, le dopage, etc.

La durée consacrée au sport pratiqué par des femmes sur le monitoring des journaux des sports qui a été réalisé est d'environ 11 minutes 30 soit 7,72% du contenu des journaux thématiques. Elles sont représentées dans des pratiques sportives assez variées telles le basket, le bobsleigh, la boxe, l'escalade, le handball, le hockey, le marathon et le tennis. La visibilité de l'handisport, quant à lui, est encore moindre vu qu'il représente environ 2,35% du contenu des journaux des sports.

2. Viva sports le direct⁸

Le dimanche en fin d'après-midi, Vivacité consacre une heure de sa programmation à une émission sportive qui revient sur toute l'actualité de la semaine, les derniers résultats, etc.



Le football représente encore une fois le sport qui occupe la grande partie du contenu de l'émission puisque l'émission intervient le dimanche et qu'elle revient sur l'ensemble des matchs du weekend. L'émission a néanmoins la particularité d'également faire le point sur le classement des divisions inférieures à la D1, et même des amateurs. Cette visibilité donnée aux plus petits clubs est d'environ 22% du contenu destiné au football.

Sur base du monitoring réalisé sur ce programme, la durée consacrée au sports pratiqués par des femmes représente seulement 4,74% du contenu, dans des pratiques sportives assez variées telles que le cyclocross, le football, le patinage de vitesse, le taekwondo et le tennis. L'handisport quant à lui n'a pas été représenté dans les émissions monitorées.

3. Autres programmes thématiques

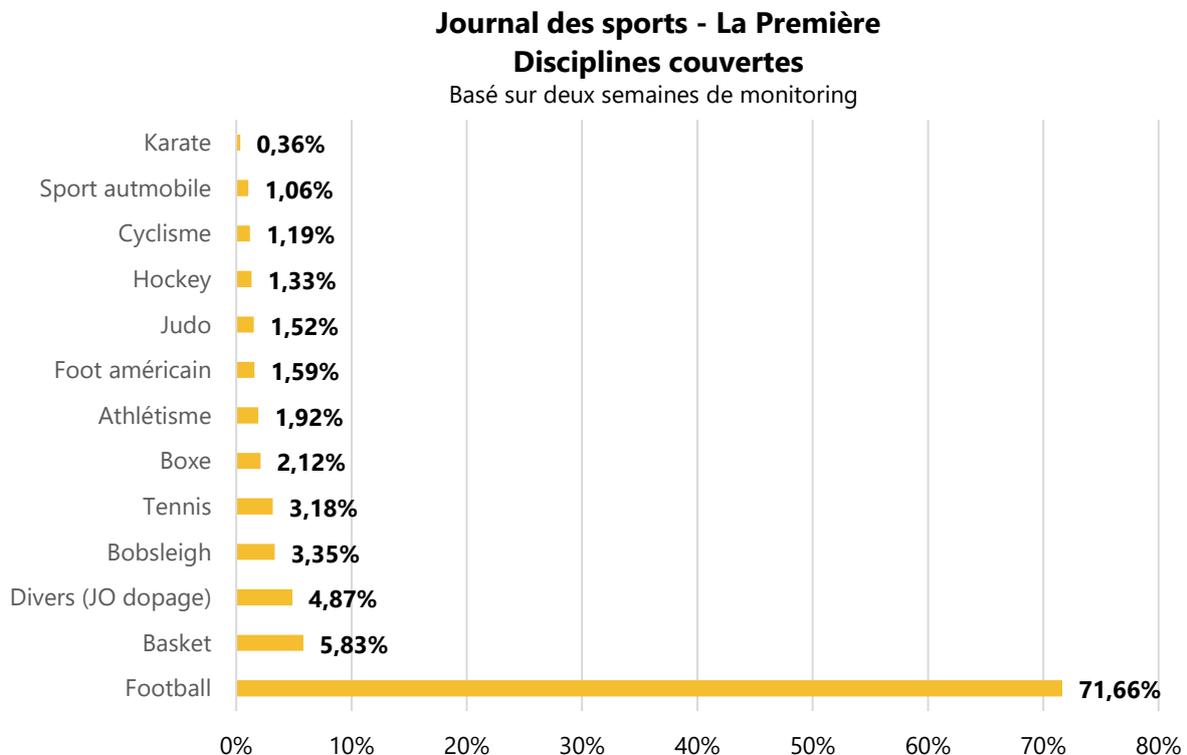
Le sport sur Vivacité passe également par deux autres émissions : « Viva sport », consacrée à la retransmission en direct des matchs de football, tant en phase classique de D1 A, qu'en *Champion's League* et *Europa League* lorsque les clubs belges y sont engagés ; et « Complètement foot », consacrée aux analyses de matchs, debriefings et interviews relatifs aux différentes rencontres de la semaine.

La Première

1. Journaux parlés et journaux thématiques en chiffres

Tout comme Vivacité, le sport trouve sa place sur La Première au sein des journaux parlés et des journaux thématiques. En semaine, une journée de programmation peut comporter 25 journaux et flashes pour une durée totale d'environ 2 heures et 10 minutes. 13 d'entre eux vont consacrer un chapitre à l'actualité sportive pour une durée d'un peu moins d'une minute par journal, majoritairement consacrée aux résultats des matchs de football. Les samedi et dimanche, à 7 heures, la page sport au sein du journal varie entre 3 et 4 minutes 30 et est entièrement consacrée à un sport ou un dossier (judo, dopage, handisport,...).

La Première diffuse également « Le journal des sports » quotidiennement pour une durée hebdomadaire totale d'un peu plus de 25 minutes. Leur durée varie entre 3 et 4 minutes. Sur les programmes monitorés, la répartition des sports présentés est la suivante :



L'essentiel des Journaux des sports est consacré au football puisqu'il représente environ 70% de leur contenu. Tout comme sur Vivacité, la durée des autres sports traités varie en fonction de l'agenda et de l'actualité sportive mais également en fonction de la manière dont le sujet est traité : soit par simple évocation de résultats de quelques secondes, soit par la réalisation de focus et d'interviews.

Au sein de ces journaux environ 9% du contenu a été consacré à la pratique de sports par des femmes dans des disciplines variées telles le basket, le bobsleigh, la boxe, le football et le tennis. L'handisport quant à lui n'a pas été couvert dans les émissions monitorées.

Classic21

Classic21, bien que plus musicale que ses deux consœurs, consacre également un programme par semaine aux sports moteurs. Ce programme intitulé « Classic21 Sports moteurs » est diffusé le samedi de 19h à 19h30 et propose des sujets, interviews de sportifs et interventions d'expert.e.s. Les différents sujets traités sont séparés les uns des autres par des titres musicaux. Le dimanche, vers 16 heures 45, une séquence sport d'environ une minute est également consacrée aux sports moteurs.

En matière d'information et d'actualité sportive, une journée peut comporter 19 journaux parlés pour une durée totale d'environ 40 minutes d'informations. Parmi ceux-ci, 10 journaux parlés contiennent de l'actualité sportive pour une durée totale d'environ 9 minutes, soit également un peu moins d'une minute par journal.

Sur Auvio

La RTBF diffuse l'essentiel de sa programmation sportive en simultané sur Auvio. Le « live center » propose également des retransmissions en direct parallèles à celles diffusées en télévision traditionnelle : couverture d'épreuves simultanées lors de meetings d'athlétisme, « essais » en sports moteurs... La RTBF diffuse enfin des manifestations sportives qui n'ont pas pu être intégrées à ses grilles linéaires (cyclisme, basket). Ceci permet de rentabiliser les acquisitions de droits, mais aussi de développer une offre plus spécialisée, susceptible de concrétiser les points d'attention repris ci-dessous.

POINTS D'ATTENTION

Les disciplines moins médiatisées

Le contrat de gestion n'apporte pas de précision permettant d'établir le caractère « moins médiatisé » d'une discipline sportive. Celui-ci doit dès lors s'apprécier au cas par cas et en tenant compte du contexte spécifique du marché audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ainsi, bien que le rugby, par exemple, soit très populaire en France et bénéficie de relais médiatiques en conséquence, sa pratique reste beaucoup moins médiatisée en Belgique francophone.

En télévision, le CSA relève des retransmissions de beach soccer, d'esport et d'équitation. Ces disciplines sont encore susceptibles d'être considérées comme « moins médiatisées » au sens du contrat de gestion. La proportion consacrée n'équivaut toutefois qu'à 0,4% de l'ensemble du sport en direct proposé en télévision. Le CSA constate que les disciplines moins médiatisées bénéficient également d'une couverture au travers du programme « Le week end sportif ».

En radio, sur base des monitorings de Vivacité et La Première, certains sports moins médiatisés ont fait l'objet de sujets ou ont été évoqués : on notera notamment le surf, le bobsleigh, le hip-hop comme pratique olympique, l'escalade ou encore le hockey. Ces sujets sont toutefois moins présents que le football, le cyclisme ou les sports moteurs.

Au vivo contribue à la couverture des sports moins médiatisés. La RTBF cite la retransmission de rencontres des équipes nationales de handball, de rugby, de volleyball ainsi que le championnat du monde de BMX.

En conclusion : le libellé de l'article 34 est rencontré mais sans avancée notable par rapport au dernier état des lieux du CSA. Le Collège note que la diversité de la programmation sportive pourrait être améliorée dans le sens d'une couverture élargie des disciplines moins médiatisées.

Les disciplines pratiquées par des femmes

En télévision, la RTBF fournit le détail des retransmissions consacrées aux sports féminins. Celles-ci concernent 119 heures en 2019 (pour 114 heures en 2017), ce qui représente 14.3% du total des retransmissions télévisées (pour 15% en 2017)¹⁰.

- Une partie importante de ces retransmissions couvre le parcours des joueuses de tennis belges lors du Tournoi de Roland Garros ;
- Les sportives belges sont mises en valeur dans le cadre de différentes compétitions d'athlétisme : championnat d'Europe, championnat du monde, compétitions locales (Mémorial Van Damme) ;
- Des rencontres d'équipes nationales féminines sont également retransmises : Red Flames (football) et Red Panthers (hockey).

Dans son rapport annuel, la RTBF répertorie certains succès d'audience, notamment la couverture des performances de Nafissatou Thiam ou celle de la Coupe du monde de football.

En complément aux retransmissions, la RTBF apporte une attention particulière aux sports féminins via son magazine multisports « Le week-end sportif ». Le rapport annuel de l'éditeur répertorie 43 séquences dédiées.

En radio, certains « Journaux des sports » mettent en lumière le sport féminin. Mais il reste néanmoins très minoritaire dans l'ensemble du contenu. Par ailleurs, bien que Vivacité consacre, dans son émission Viva sport le direct, une visibilité plus large au football en rapportant les résultats et le classement des divisions amateurs et provinciales masculines, les résultats de la ligue féminine ne sont jamais évoqués, ne serait-ce que pour la ligue 1.

Sur Au vivo, la RTBF relève la retransmission exclusive de courses cyclistes féminines.

En conclusion : le libellé de l'article 34 est rencontré.

¹⁰ La RTBF ne fournissant pas le détail par genres de la couverture de certaines grandes compétitions d'athlétisme, le CSA a divisé la durée globale de cette catégorie par deux afin d'approcher au plus près de la visibilité accordée aux athlètes féminines.

Le Collège note une stagnation générale de l'enjeu de la couverture du sport féminin entre 2017 et 2019. En télévision, malgré des audiences prometteuses, la couverture de la Coupe du monde féminine de football n'induit pas la progression statistique escomptée. Sur Auvio, la part réservée au sport féminin reste aussi marginale qu'en 2017. Plus que jamais, l'objectif de l'éditeur de service public doit être de garantir un meilleur équilibre des genres dans sa couverture des sports.

Les disciplines sportives pratiquées par des personnes en situation de handicap

En télévision, la RTBF n'a diffusé aucune retransmission sportive de ce type en 2019. Dans son rapport annuel, elle renseigne quelques reportages diffusés dans le cadre de ses programmes d'information ou dans « Le Week-end sportif » (tennis, basketball, tir à l'arc, athlétisme).

Sur Auvio, la RTBF a diffusé la demi-finale et la finale du Masters de tennis en fauteuil roulant disputées par Joachim Gérard.

En radio, la place réservée aux « handisports » est également très réduite car, sur les deux semaines monitorées, elle ne représente que quelques minutes de la totalité de la programmation sportive. Le Collège relève deux sujets : d'une part un sportif qui pratique le tir à l'arc avec ses pieds, et d'autre part au sein du décrochage matinal bruxellois, un sujet sur le tennis en fauteuil roulant. A noter que le sujet sur le tir à l'arc a été diffusé par Vivacité et La Première mais provient d'un reportage réalisé pour une diffusion en TV.

En conclusion : l'attention que la RTBF porte aux « handisports » reste très limitée pour 2019. Les avancées enregistrées par rapport à 2017 ne sont pas manifestes. Le Collège rappelle que, bien que son libellé soit souple, le contrat de gestion impose néanmoins une attention particulière de l'éditeur de service public à l'égard des sports pratiqués par les personnes en situation de handicap. Le Collège restera très vigilant quant à la prise en charge progressive par la RTBF de cet enjeu de service public.

AVIS

La RTBF propose une offre de programmes sportifs importante et diversifiée, tant en télévision qu'en radio.

Auvio apparait comme une fenêtre de diffusion adaptée à la couverture de sports de niches, avec des impératifs d'audience et de commercialisation moindres. La RTBF semble pourtant peu exploiter ce mode de visibilité.

Elle couvre les sports moins médiatisés via des reportages dans « Le Week-end sportif » ou via quelques diffusions exclusives sur Auvio. Les retransmissions en télévision comme en radio sont plus limitées. Le Collège note que la diversité de la programmation sportive pourrait être améliorée dans le sens d'une couverture élargie des disciplines moins médiatisées.

En matière de sports féminins, le Collège constate des initiatives variées. Il relève toutefois que les résultats statistiques stagnent et restent donc largement perfectibles. En outre, la diversité de genre au sein-même des équipes de journalistes sportifs et de chroniqueurs, en dépit de quelques initiatives, pourrait être utilement améliorée face à cet enjeu.

En matière de sports pratiqués par des personnes en situation de handicap, l'exercice 2019 reste très peu fourni. Les performances des athlètes belges mériteraient pourtant une exposition plus soutenue. Le Collège rappelle que l'association entre le handicap et la performance sportive est une manière pour l'éditeur de service public de contribuer à lutter contre les stéréotypes. Le Collège restera très vigilant quant à la prise en charge progressive par la RTBF de cet enjeu de service public.

Dans son rapport public, la RTBF déclare qu'elle est « *dans une courbe croissante en ce qui concerne les compétitions paralympiques et l'exposition du sport féminin* » et qu'elle « *se base sur les recommandations faites par l'Union Européenne de radio diffusion quant à l'égalité des genres dans la diffusion des programmes sportifs* ». L'éditeur n'étaye cependant ces déclarations d'aucune donnée tangible. Au regard du rapport annuel fourni pour l'exercice 2019, le Collège ne peut qu'invalider ces déclarations.

PRODUCTION PROPRE

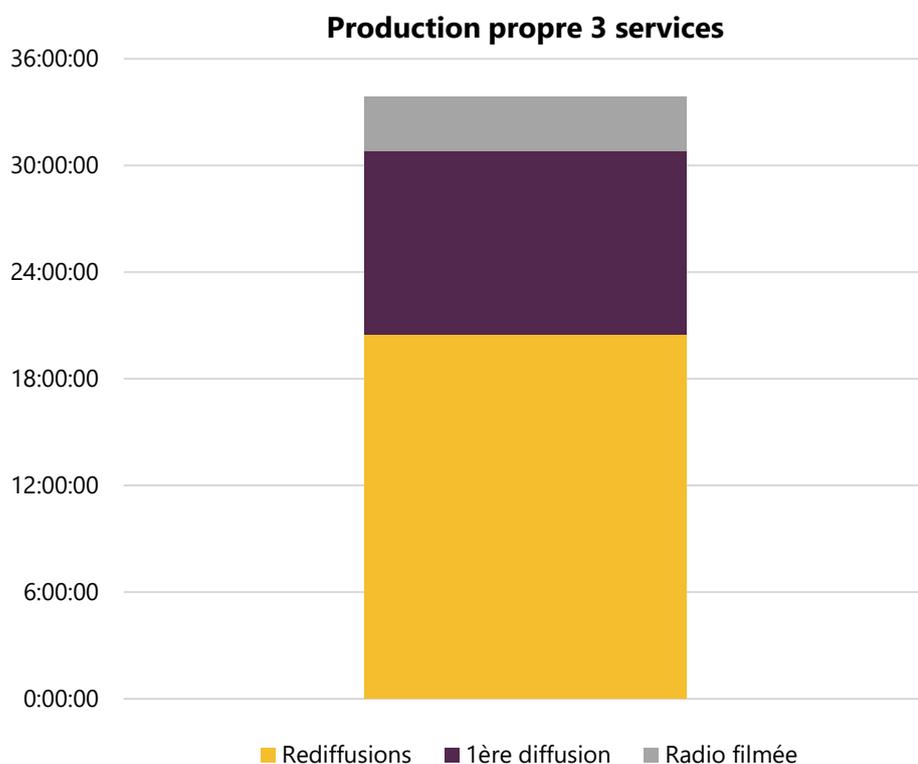
PRODUCTION PROPRE TV

CONTEXTE

En vertu de l'article 11 de son contrat de gestion, la RTBF doit privilégier la production propre de ses programmes. Le contrat de gestion porte globalement le principe d'un équilibre entre le recours à la créativité interne et l'implication des créateurs indépendants.

La RTBF « programme, en moyenne journalière calculée par année civile, dans ses services de médias audiovisuels linéaires (...) au moins 9 heures de programmes télévisuels réalisés en production propre ».

BILAN



La durée de production propre diffusée diminue de deux heures en moyenne en comparaison avec l'exercice précédent. Considérée hors rediffusions et hors radio filmée, la production propre de la RTBF se maintient toutefois au-dessus du quota imposé par le contrat de gestion : 10 heures 20 minutes pour l'exercice 2018 (12 heures en 2018). La durée de la radio filmée reste pratiquement inchangée.

AVIS

La RTBF atteint largement l'objectif de diffuser 9 heures de programmes produits en propre en moyenne journalière sur ses trois services télévisuels linéaires.

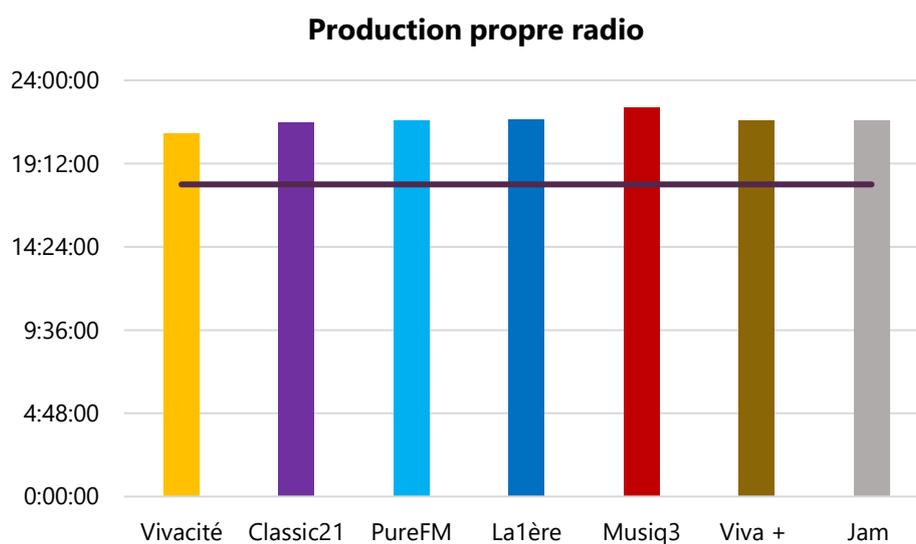
PRODUCTION PROPRE RADIO

CONTEXTE

Selon l'article 11, la RTBF doit produire au moins 18 heures par jour de programmes en propre sur toutes ses stations de radio.

BILAN

Comme on peut l'observer dans le graphe ci-dessous, la RTBF propose minimum 20h par jour de production propre sur ses cinq services.



AVIS

Les obligations sont largement rencontrées.

QUOTAS

QUOTAS TV

CONTEXTE

En vertu de l'article 19 de son contrat de gestion, la RTBF doit consacrer 60% de son temps de diffusion à des œuvres européennes (contrat de gestion précédant : 55%).

Objectif : stimuler le secteur de la production audiovisuelle européenne en favorisant l'acquisition de programmes produits dans l'Union.

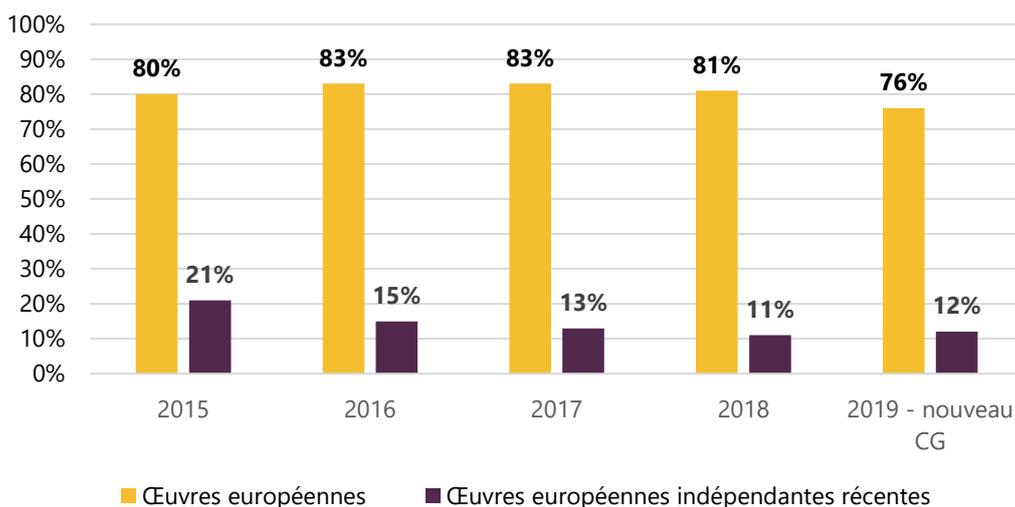
La RTBF doit consacrer 10% de son temps de diffusion à des œuvres européennes émanant de producteurs audiovisuels indépendants et dont la production date de moins de 5 ans.

Objectif : stimuler, en Europe et en FWB, le développement d'un secteur de la production qui soit indépendant du secteur de l'édition télévisuelle.

Le contrat de gestion prévoit un autre quota spécifique en matière d'œuvres européennes. La RTBF doit consacrer au minimum 50% de sa programmation de fictions (courts métrages, longs métrages, téléfilms et séries) à des œuvres émanant des pays de l'Union. Ces 50% doivent être d'origine diversifiée (art.25.4). Objectif : soutenir le secteur de la fiction européenne et favoriser la circulation intra-européenne des œuvres de manière, notamment, à sensibiliser les téléspectateurs aux différentes composantes culturelles de l'Union.

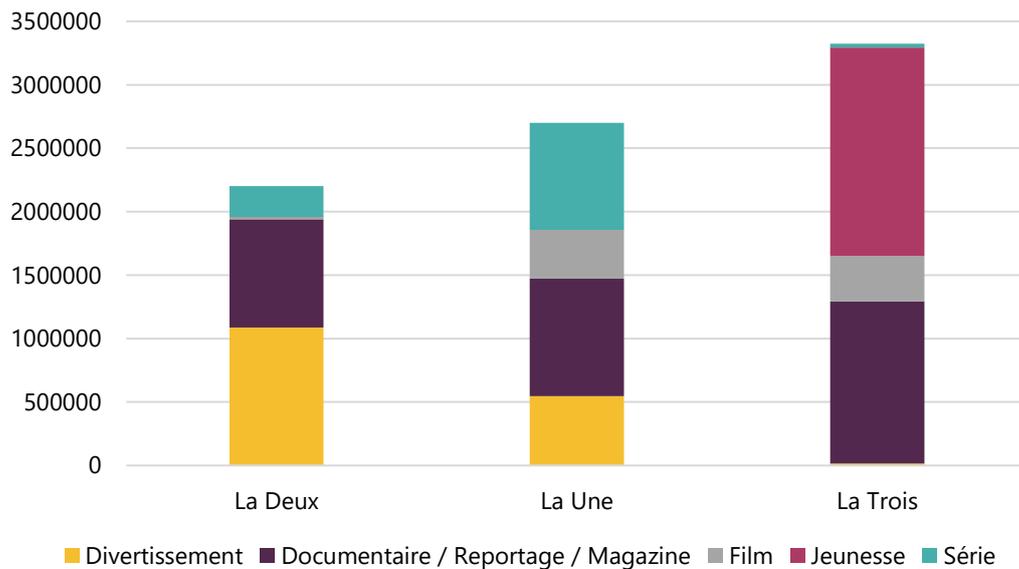
BILAN

Quotas européens et indépendants récents



- L'assiette éligible au calcul est large puisqu'elle intègre tous les programmes de stock et de flux, à l'exception des journaux télévisés, des retransmissions sportives et de la communication commerciale.

- Les deux quotas sont respectés. La proportion d'œuvres européennes diminue de 5% par rapport à l'exercice précédent. La proportion d'œuvres récentes émanant de producteurs indépendants augmente d'un pourcent.
- En conformité avec l'article 25.4.d), le quota spécifique aux œuvres de fiction est également atteint : 53% d'œuvres européennes, cette proportion diminue fortement par rapport à l'exercice précédent (64%). En outre, le quota de 10 long-métrages d'auteurs de la FWB est atteint, l'éditeur ayant diffusé 16 films locaux (pour 15 en 2018).
- L'éditeur respecte également le quota d'œuvres d'expression originale francophones (64%).



Observations quant à la production indépendante récente :

- 33% des œuvres indépendantes récentes sont diffusées sur la Une, 27% sur la Deux et 40% sur la Trois. Examinée par catégories de programmes, la durée d'antenne que la RTBF consacre à la production indépendante récente se compose à 37% de documentaires, à 20% de divertissements, à 20% de programmes jeunesse, à 14% de séries et à 9% de (télé)films.
- 72% de ces œuvres proviennent du marché français (60% en 2018), 25% du marché belge francophone (35% en 2018), 0.6% du Royaume-Uni, 2% du reste de l'UE et 0.1% du marché belge néerlandophone.
- Les œuvres provenant du marché belge francophone sont pour 25% des acquisitions (39% en 2018, 17% en 2017) et pour 75% des coproductions (62% en 2018, 83% en 2017) dans lesquelles la RTBF est partie prenante.

AVIS

La RTBF rencontre ses obligations en matière de diffusion d'œuvres européennes (76%), d'œuvres francophones (64%) et d'œuvres européennes de fiction (53%). Ce dernier quota est cependant atteint avec une marge restreinte. Il en va de même du quota d'œuvres indépendantes récentes (12%).

QUOTAS RADIO

CONTEXTE

En matière de quotas de diffusion, l'article 25.5 stipule que la RTBF a pour obligation de diffuser des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française à concurrence d'un minimum de 45 % sur La Première, 40 % sur Vivacité, 20 % sur Classic21 et Tarmac et 10 % sur Pure, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation.

L'obligation pour les œuvres de musiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mesurée en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, est de 12 % sur La Première, Vivacité, Pure et Tarmac, dont 10 % aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h, et de 6 % sur Classic21, dont 4,5 % aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h.

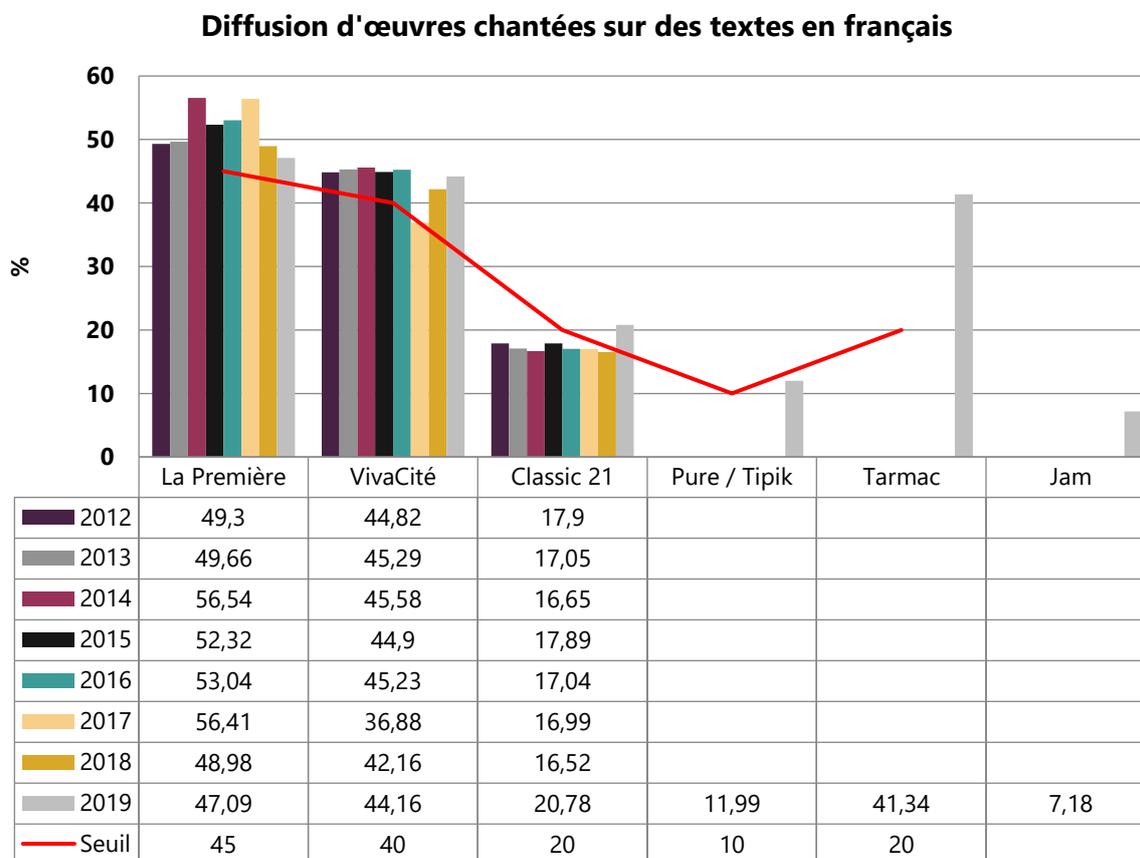
Le cinquième contrat de gestion introduit donc une application de quotas musicaux spécifiques pour un plus grand nombre de services que par le passé, avec des obligations qui sont globalement revues à la hausse. 2019 est donc le premier exercice d'application de quotas d'œuvres musicales avec des paroles en français pour Pure / Tipik et Tarmac, et la première année d'application de quotas d'œuvres musicales issues de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour Classic 21 et Tarmac. Le contrat de gestion actuel ne prévoit aucun quota de diffusion musicale pour Viva+ et Jam, lancées au quatrième trimestre 2019. Interrogée au sujet de la politique de quotas sur ces deux nouveaux services, la RTBF a fourni des données pour le service Jam qui sont donc inscrites dans le bilan ci-dessous.

Service	Musique FR	Musique FWB	
		00h-24h	06h-22h
La Première	45%	12%	10%
Vivacité	40%	12%	10%
Classic 21	20%	6%	4,5%
Pure / Tipik	10%	12%	10%
Tarmac	20%	12%	10%

Tableau récapitulatif des obligations en termes de quotas musicaux pour les radios de la RTBF.

BILAN

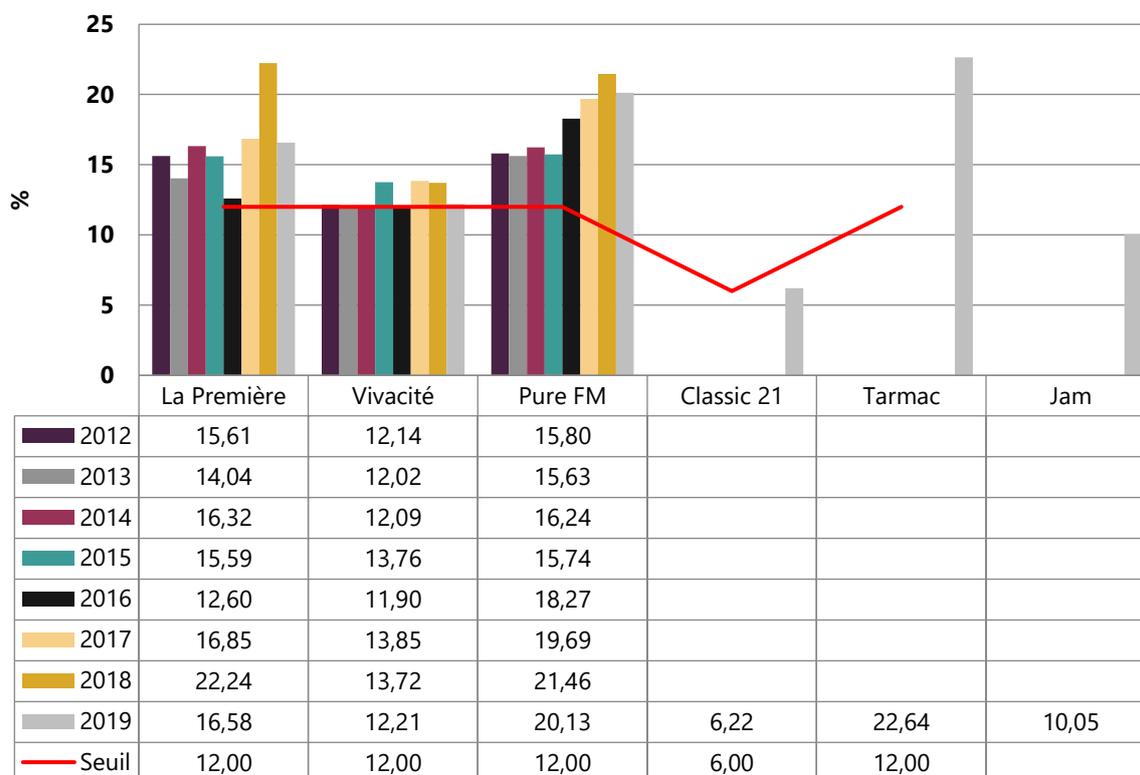
En matière de quotas musicaux, les résultats sont les suivants :



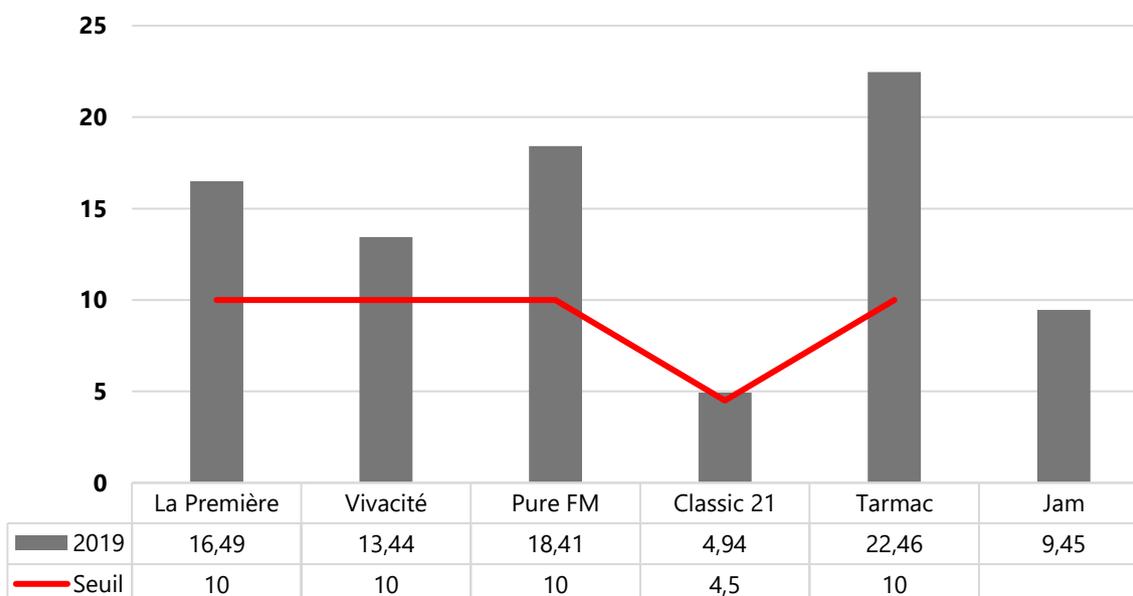
Source : CSA en coordination avec la RTBF

La RTBF respecte ses quotas de diffusion de musique sur des textes en français, avec une mention particulière pour Tarmac qui montre une proportion impressionnante de morceaux de hip-hop francophones pour le premier exercice d'application de ce quota sur la chaîne de culture urbaine de la RTBF, brisant par là le stéréotype selon lequel un service qui s'adresse à un public jeune aurait plus de difficultés à diffuser une proportion importante d'œuvres chantées sur des textes en français.

Diffusion d'œuvres issues de la FWB (00h-24h)



Diffusion d'œuvres issues de la FWB (06h-22h)



Source : CSA en coordination avec la RTBF

En ce qui concerne les quotas d'œuvres issues de la FWB, quatre services surpassent largement l'obligation fixée dans le contrat de gestion. Classic 21, quant à elle, atteint son objectif. Notons qu'il s'agit de la première année d'application des quotas différenciés pour la journée entière et la période

de grande écoute (06h-22h). Notons que La Première, Vivacité et Pure / Tipik enregistrent une diminution de la proportion de musique issue de la Fédération Wallonie-Bruxelles en 2019. A contrario, Tarmac enregistre un résultat impressionnant, dépassant même le record fixé par La Première en 2018, avec plus d'un cinquième des titres diffusés qui sont issus de notre Fédération.

Remarques méthodologiques :

- Dans les informations transmises par la RTBF au CSA dans le cadre de la procédure du contrôle annuel, l'éditeur déclarait un potentiel manquement en termes de musique non classique sur des textes en langue française pour La Première. Les résultats obtenus lors du contrôle effectué par les services du CSA confirment quant à eux le bon respect des obligations pour ce service. La différence s'explique par une différence méthodologique, à savoir la prise en compte des titres instrumentaux dans le décompte effectué par le CSA, et également par le fait que certains morceaux chantés en français n'étaient pas identifiés comme tels dans les conduites fournies par la RTBF pour La Première ;
- La RTBF n'a transmis aucune information concernant les contenus musicaux diffusés sur Viva+ pour l'exercice 2019 ;
- Sur la question des « quotas de jour » en termes de musique issue de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le Collège a constaté un potentiel problème d'interprétation du contrat de gestion concernant la mesure de l'engagement entre 6 heures et 22 heures. Conformément à sa recommandation du 2 juillet 2015 concernant les quotas de diffusion musicale, le Collège interprète que l'engagement entre 6 heures et 22 heures devrait être une proportion de celui réalisé en 24 heures. En raison de ce potentiel problème d'interprétation, le Collège applique provisoirement une méthode de calcul plus avantageuse pour l'éditeur, qui prend en compte uniquement les œuvres musicales diffusées pendant la tranche horaire 06h-22h pour le calcul du quota « de jour ». Le Collège invite l'éditeur à être vigilant quant à une clarification par le législateur de cet article qui pourrait être mise en application lors des prochains contrôles annuels.

AVIS

La RTBF remplit ses obligations en termes de quotas musicaux. Le Collège souligne l'effort important de promotion musicale fourni par Tarmac pour l'exercice 2019.

En revanche, le Collège s'interroge quant à l'absence d'objectifs à atteindre en termes de programmation musicale pour les nouveaux services Viva+ et Jam dans le cadre défini par le Contrat de gestion, étant données les obligations définies par ailleurs dans le décret consolidé sur les services de médias audiovisuels et s'appliquant aux services privés.

SOUTIEN À LA PRODUCTION

PRODUCTION AUDIOVISUELLE

CONTEXTE

Le contrat de gestion prévoit à l'article 12 des partenariats étroits avec le secteur de la production audiovisuelle dans son ensemble, en FWB, dans les Etats membres de l'Union européenne et dans les pays de la francophonie. Cette activité relève de la mission de service public de la RTBF visant à soutenir et promouvoir la création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'éditeur s'engage à mener des stratégies de financement coordonnées en vue de développer des industries de production d'œuvres audiovisuelles belges francophones (créations web, animation, ...) avec le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la FWB ainsi que toute institution publique intéressée.

À ce titre, la RTBF mène une politique appropriée de contrats cadres ou ponctuels avec l'ensemble des acteurs de la production audiovisuelle et notamment avec des producteurs audiovisuels indépendants d'éditeurs de services de média audiovisuel sonore ou télévisuel.

Cette politique de partenariats avec les producteurs audiovisuels en FWB peut prendre la forme, notamment :

- d'une « co-entreprise » associant la RTBF et des producteurs audiovisuels indépendants¹¹ en mutualisant la recherche et le développement de nouveaux concepts et formats de programmes ainsi que les outils de production et les moyens techniques et humains ;
- de contrats de coproduction ;
- d'achats ou préachats de droits de diffusion ;
- d'achats de formats ou concepts audiovisuels ;
- d'achats de droits d'auteur ou de droits voisins auprès des sociétés de gestion collectives ou de droits individuels ;
- de commandes de programmes ou séquences ;
- de sous-traitance technique de production ou de post-production.

INVESTISSEMENT

L'éditeur investit minimum 8% de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échange promotionnel, avec un minimum de 30 millions d'euros par an, dans des contrats (cfr supra) auprès de contractants dont, selon le cas, le domicile ou la résidence, le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en Belgique.

¹¹ Dont, selon le cas, le domicile ou la résidence, le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en région de langue française ou dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

BILAN

La RTBF déclare qu'elle applique pour chaque projet une convention-type de coproduction¹². Ce contrat est issu de négociations sectorielles menées dans le cadre de la mise en place du Fonds spécial et dont la dernière actualisation date de 2011. L'éditeur mentionne à ce sujet sa volonté de moderniser le cadre contractuel de la production audiovisuelle belge francophone, un groupe de travail regroupant les différents comités d'accompagnement a été initié par la FWB. Rassemblant les associations professionnelles, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel ainsi que la RTBF, ce groupe a comme objectif de passer en revue l'ensemble des conventions (cinéma, fiction, documentaire, série belge) et d'inclure davantage les évolutions du marché, notamment les droits d'exploitation. Ce travail est actuellement en cours.

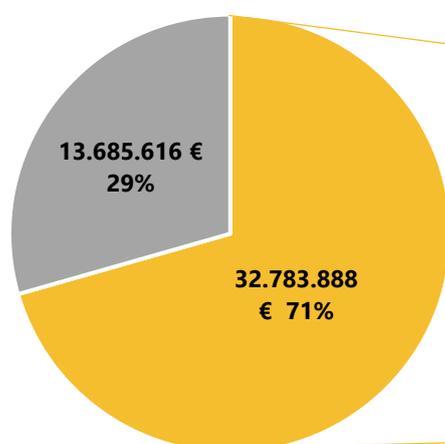
Montants investis

Pour 2019, le montant de l'obligation s'élève à $366,2 \text{ M€} \times 8\% = 29.296.000 \text{ €}$.

En 2019, la RTBF a investi 46.469.504 €, dépassant largement l'obligation.

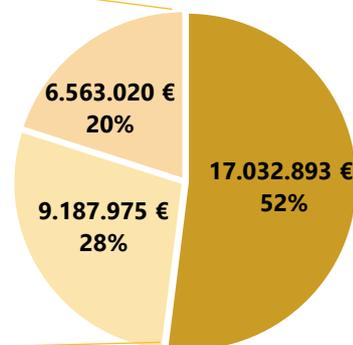
Les montants d'investissement sont répartis de manière suivante :

Répartition du montant global investi en 2019 : secteur de production audiovisuelle et droits d'auteurs



- Secteur de production audiovisuelle
- Droits d'auteurs

Répartition du montant investi dans le secteur de la production audiovisuelle par catégorie (en €)



- Achat de droits, coproduction et commande de programmes
- Sous-traitance
- Prestations à l'antenne, image, sons et extraits de programmes

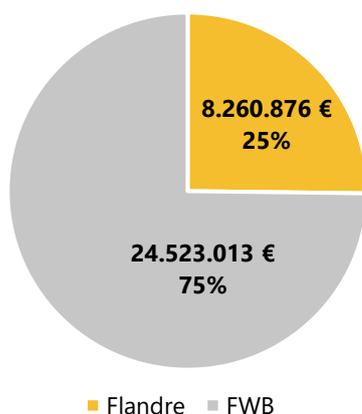
La figure de droite détaille les montants investis dans le secteur de la production audiovisuelle : la catégorie « achats de droits, coproduction et commande de programmes » représente 52% et comprend

¹² La convention-type de coproduction signée en date du 19 décembre 2011 à l'issue des négociations entre les associations professionnelles, la RTBF et le Ministère de la Communauté française de Belgique.

les contrats de coproduction, d'achats ou pré-achats de droits de diffusion¹³. La catégorie « sous-traitance » concerne la sous-traitance technique de production et de post-production. Sont donc reprises dans cette catégorie toutes les sociétés de production avec lesquelles la RTBF travaille lors d'une sous-traitance d'activités pour produire des séquences ou des émissions (notamment : les techniciens son, les réalisateurs, les graphistes etc.). Quant à la catégorie « prestations à l'antenne », elle regroupe également les achats de formats ou concepts audiovisuels ainsi que les commandes de séquences.

La catégorie des droits d'auteur reprend l'ensemble des achats des droits d'auteur ou de droits voisins auprès des sociétés de gestion collective (SABAM/SACD/SCAM/SOFAM/SIMIM/Imagia) ou auprès de titulaires de droits individuels ainsi que les droits de photographes. Ce montant couvre les factures et provisions pour tous les médias de l'éditeur en 2019. Cette catégorie représente près de 30% du montant global investi. La proportion de l'investissement alloué à cette catégorie, revenant entre autres aux artistes, dialoguistes, scénaristes etc. est significative. Le Collège s'interroge sur le sens de l'intégration de cette catégorie dans le montant global de soutien au secteur audiovisuel. En effet, alors que les prestataires et la sous-traitance notamment s'incluent intuitivement dans la notion de production audiovisuelle, s'agissant d'investissements dans le secteur et son essor au sens large, le Collège fait part de son interrogation sur la rencontre de l'objectif du législateur en incluant l'investissement « droits d'auteur » dans l'obligation de soutien à la production audiovisuelle dans son ensemble.

Répartition du montant investi dans le secteur de la production audiovisuelle entre la Flandre et la Fédération Wallonie-Bruxelles



L'investissement minimal de l'article 12.3 du Contrat de gestion concerne des contrats auprès de contractants belges. Pour la catégorie « secteur de production audiovisuelle », 75% du montant a été investi par l'éditeur en Fédération Wallonie-Bruxelles et 25% en Flandre.

¹³ Hors droits sportifs.

AVIS

En 2019, la RTBF a investi 46.469.504 € dans le secteur de la production indépendante, dépassant largement l'obligation.

PRODUCTION INDÉPENDANTE

La RTBF étant un partenaire indispensable du développement du secteur de la production audiovisuelle indépendante en FWB, le contrat de gestion prévoit plusieurs obligations et incitants de soutien en ce sens :

1. L'éditeur doit investir un montant annuel dans des contrats passés avec des producteurs audiovisuels indépendants ;
2. L'éditeur contribue à un « Fonds pour les séries belges » dont les appels à projets successifs dynamisent la production de séries grand public en Belgique francophone ;
3. L'éditeur investit, via un « Fonds spécial », dans des œuvres audiovisuelles de créations coproduites avec des producteurs indépendants.

LES INVESTISSEMENTS

CONTEXTE

En vertu de l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Chaque année, l'éditeur doit affecter minimum 2,5% du total de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échange promotionnel, avec un minimum de 8.000.000 € par an, à des contrats de coproduction avec des producteurs audiovisuels indépendants de la FWB dont le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en région de langue française ou dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

Ces investissements peuvent prendre plusieurs formes : notamment des coproductions, (pré)achats de droits de diffusion, achats de formats télévisuels, commandes ou encore prestations techniques (services). Les contrats peuvent porter sur différents genres : téléfilms, longs métrages, documentaires, animations, courts métrages, séries et programmes de flux.

Le contrat de gestion prévoit une clé de répartition des investissements entre ces différents genres :

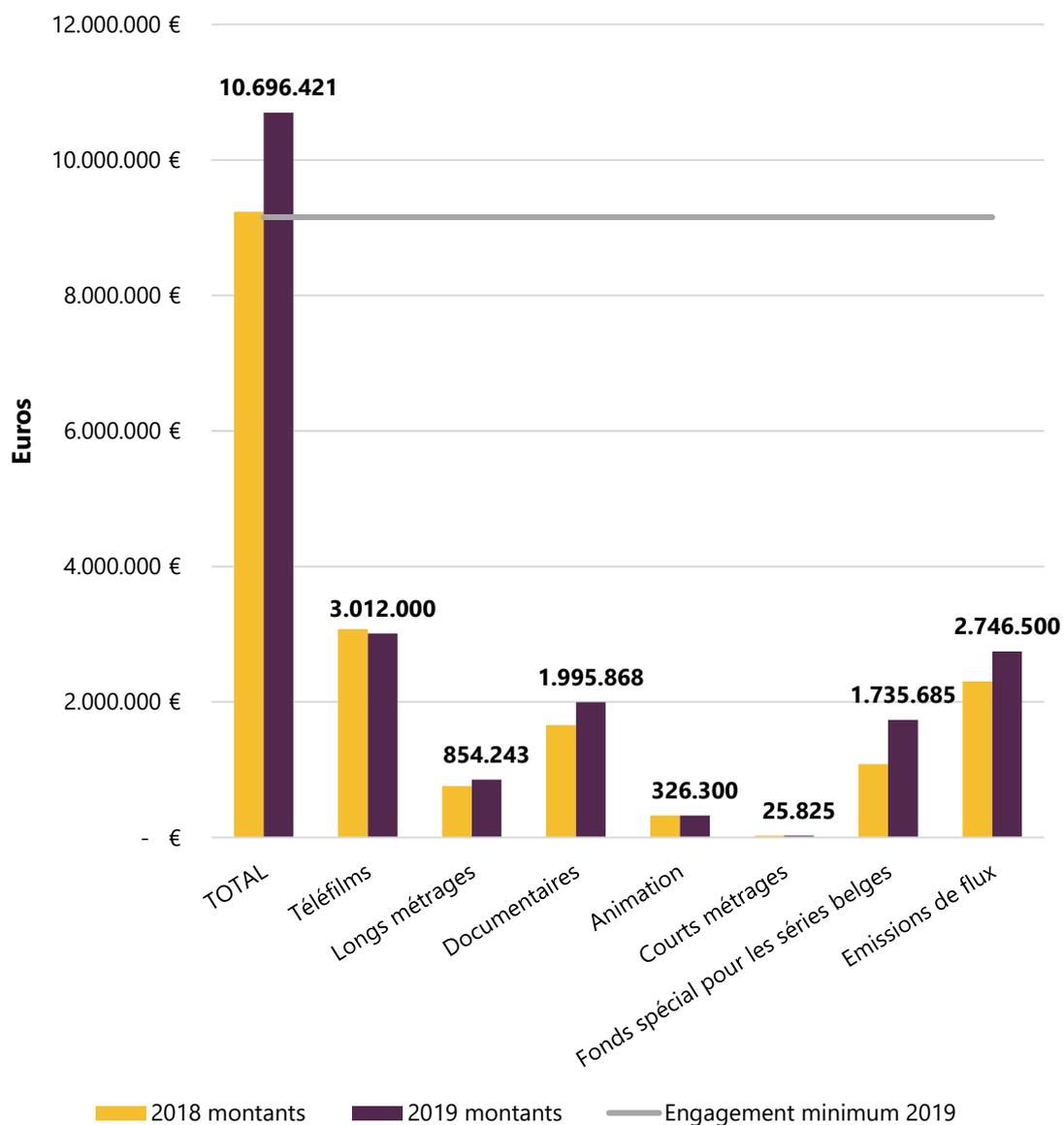
- Au moins 70% de l'engagement minimum doit être affecté à des « œuvres de stock », à savoir des longs et courts métrages (notamment d'animation), des téléfilms, des (web)documentaires et des (web)séries;
- Au moins 20% de l'engagement minimum doit être affecté à des (web) documentaires ;
- Au moins 25% de l'engagement minimum doit être affecté à des séries belges francophones ;
- Maximum 30% de l'engagement minimum peut être affecté à des « programmes de flux » (magazines, *talk-shows*, divertissement).

Le contrat de gestion impose enfin que 50% de l'investissement soit consacré à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires¹⁴ ». La proportion passe à 66% pour les documentaires.

BILAN

Montants investis

Répartition des montants affectés à la production indépendante (2018 et 2019)



Pour 2019, le montant de l'obligation s'élève à $366,2 \text{ M€} \times 2,5\% = 9.155.000\text{€}$.

¹⁴ Le caractère « majoritaire » est défini par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. L'objectif est de démontrer un ancrage belge dans la composition des équipes de production. Les critères varient légèrement en fonction du genre de production (court métrage, long métrage, animation etc.).

Le Collège constate que la RTBF a investi un montant total de **10.696.421€** dans des contrats passés avec les producteurs indépendants, ce qui constitue une augmentation de 15,8% par rapport à l'exercice précédent. Les genres « documentaires », « longs métrages », « séries belges » et « émissions de flux » connaissent une évolution positive, alors que le genre « téléfilms » baisse légèrement. Les montants affectés aux courts métrages et à l'animation sont quant à eux stationnaires.

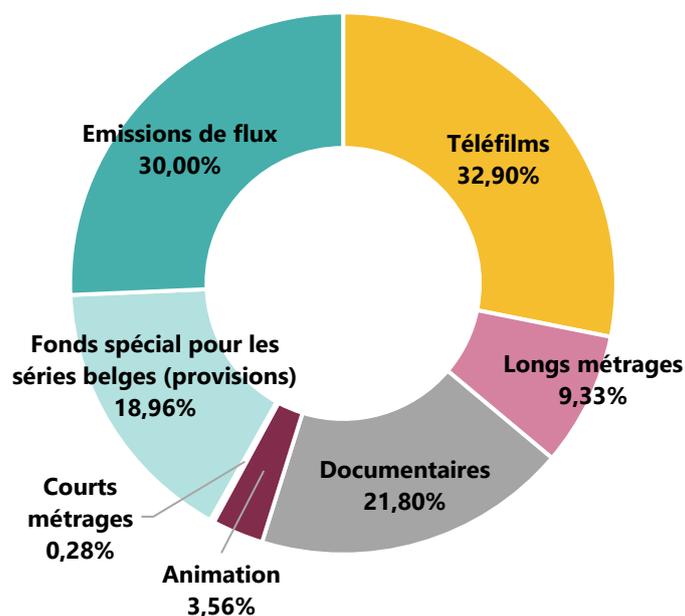
Pour l'exercice 2019, le Collège salue le dépassement significatif de l'obligation.

Détail de l'investissement :

- 3.012.000 € dans 51 projets de « téléfilms » ;
- 2.746.500 € dans 5 programmes de flux ;
- 1.995.868 € dans 75 projets de documentaires ;
- 1.735.685 € de provision pour le Fonds séries : 30 projets soutenus en 2019 ;
- 854.243 € dans 32 projets de longs-métrages ;
- 326.300 € dans 10 projets d'animation ;
- 25.825 € dans 11 projets de courts-métrages.

Clé de répartition

Répartition en pourcentage des montants affectés à la production indépendante (2019)



Comme l'illustre la figure ci-dessus, la clé de répartition du montant minimum à investir telle que définie par le contrat de gestion est respectée en 2019 concernant les programmes de stock : 86,84% du montant de l'obligation (minimum 70%), 21,8% dans le documentaire (minimum 20%) et 30% dans les programmes de flux (maximum 30%). En ce qui concerne le Fonds séries, l'obligation est fixée à minimum 25%. Elle est de 18,96% pour l'exercice. L'obligation n'est donc pas rencontrée. Ce point sera détaillé ci-dessous, dans la section consacrée au Fonds séries belges.

Cœuvres majoritaires

Le contrat de gestion impose que 50% des investissements soient consacrés à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires ».

Par définition, les œuvres audiovisuelles concernent les formats dits « de stock » et excluent les formats « de flux », tels que les programmes de plateaux, le divertissement, les reportages et magazines d'information¹⁵.

La qualification de « majoritaire » repose sur des critères pondérés¹⁶ quant à la participation de professionnels de la Fédération Wallonie-Bruxelles (réalisateur, rôle principal ou secondaire important, scénariste, technicien-cadre) dans la production des œuvres.

Pourcentage d'investissements consacrés aux d'œuvres majoritaires, par genre

Genre	Majoritaires (€)	Total genre (€)	% Majoritaires
Courts métrages	25.825	25.825	100%
Flux	2.746.500	2.746.500	100%
Téléfilms	0	3.012.000	0%
Documentaires	1.450.968	1.995.868	73%
Fonds séries belges	1.735.685	1.735.685	100%
Films (longs métrages)	397.499	854.243	47%
Animation	200.000	326.300	61%
Total	6.556.477	10.696.421	61%

Partenariats avec les producteurs indépendants

Les investissements consentis en 2019 par la RTBF en vertu de l'article 13 de son contrat de gestion ont bénéficié à 214 projets audiovisuels, portés par 79 sociétés de productions différentes.

Ce nombre doit néanmoins être nuancé par le fait que l'implication financière de la RTBF dans ces collaborations peut être très variable, avec parfois des apports limités, comme pour les documentaires.

Par rapport à l'exercice 2018, le nombre de producteurs indépendants soutenus a augmenté de 18% (passant de 67 à 79 sociétés).

¹⁵ Article 1, 23° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

¹⁶ 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.

LE FONDS POUR LES SERIES BELGES

CONTEXTE

Créé en 2013, le Fonds pour les séries belges concrétise le partenariat noué entre la FWB et la RTBF afin de développer le soutien au développement de séries belges francophones.

En vertu de l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF alimente ce Fonds séries à hauteur de 25% du montant qu'elle affecte à la production indépendante (voir supra).

Il est également alimenté annuellement par la Fédération Wallonie-Bruxelles :

- À hauteur de 545.998€ provenant du Fonds spécial dédié aux œuvres audiovisuelles de création (voir infra) ;
- À hauteur de 800.000€ complémentaires engagés sur le budget de la Fédération.

Les modalités de fonctionnement du Fonds et des appels à projets pour les séries font l'objet d'une convention conclue entre la RTBF et la FWB¹⁷, qui prévoit également que toute institution ou société désireuse de s'associer aux objectifs du Fonds peut contribuer à son financement.

A l'article 13.4.3, la RTBF s'engage à diffuser d'ici 2020 au moins quatre séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires par an.

BILAN

[Appels à projets 2019 – phase 1](#)

Le comité de sélection du Fonds séries belges de la Fédération Wallonie-Bruxelles et de la RTBF a validé en 2019 sept nouveaux projets de séries télévisées : « Arcanes », « Fronde », « Mascarade », « Matière première », « Résonance », « Transport » et « Ultra » entrent en première phase de développement (promesse d'aide à l'écriture¹⁸).

L'ensemble de ces projets sont des formats de 52 minutes mais pour rappel, le Fonds séries belges avait exceptionnellement ouvert l'appel aux formats de 26 minutes en novembre 2016 (en plus des formats de 52 minutes). Face au succès rencontré, l'expérience est désormais renouvelée une fois par an.

[Projets en développement - 2019](#)

- « Ghost society » de Frédéric Castadot, Manon Carpentier et Christophe Beaujean (Wrong men) ;
- « La Vague » de Stéphane Henocque, Nicolas Maricq et Maia Descamps (Ulysses Grant Productions et Artémis Productions) ;
- « Les affreux » de Grégory Zalzman et Alon Knoll (Take-Five) ;
- « Unité 42 » saison 3 de Charlotte Joulia (Left Field Ventures) ;

¹⁷ http://gallilex.cfwb.be/document/pdf/39757_000.pdf

¹⁸ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Bilan 2019 - Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles » (pp. 89 et 90) ».

- « Ennemi public » saisons 3 et 4 de Gilles de Voghel, Matthieu Frances, Christopher Yates et Chloé Devisq (Entre Chien et Loup).

Projets en production - 2019

- « Baraki » de Julien Vergas, Peter Ninane et Fred De Loof (Koko arrose la culture et 10.80 Films) ;
- « Fils de... » de Camille Pistone et Salim Talbi (AT PROD) ;
- « Pandore » d'Anne Coesens, Savina Dellicour et Vania Leturcq (Artémis Production) ;
- « Unseen » de Geoffroy Enthoven (Kwassa Films).

AVIS

Pour 2019, la RTBF déclare avoir consacré 18,96 % de son obligation d'investissement minimum, à savoir 1.735.685 €, au Fonds séries. Le montant est en augmentation par rapport à 2018 mais l'objectif de 25% porté par le contrat de gestion n'est pas atteint.

Au 31 décembre 2019, le montant provisionné par la RTBF pour le Fonds Séries Belges est de 5.392.053€.

Dans son rapport annuel, l'éditeur stipule que le différentiel est provisionné pour financer les projets à venir, notamment les tournages de « Pandore », « Baraki », « La Patrouille », « Fils De », « Ennemi Public saison 3 » et « Warning ».

Par ailleurs, cette réserve importante amène l'éditeur au constat que le Fonds séries, conçu en 2013, nécessiterait des ajustements en vue de soutenir efficacement l'objectif de création d'un écosystème de production de série télévisuelle en FWB. En effet, le nombre de séries passant à l'étape de production reste insuffisant pour affecter l'ensemble des montants dus.

L'éditeur rappelle son attachement à l'objectif de développer et de structurer un secteur de la production de séries en Fédération Wallonie-Bruxelles. Mais il précise que la création et la perpétuation de cette dynamique positive ne suit pas forcément la temporalité des exercices annuels. En effet, lors de ces deux derniers exercices, certains projets ont accumulé des retards au fil des différentes étapes de développement, nécessitant un encadrement en amont plus soutenu par les équipes de la RTBF et ne permettant pas de clôturer les projets dans le phasage initialement prévu. Ceci explique que la liquidation annuelle du montant prévu par le contrat de gestion, en ce qu'elle est centrée sur la production à proprement parler, n'ait pas suivi le rythme imposé.

Dès lors, l'éditeur souhaiterait bénéficier d'une flexibilité dans l'affectation de l'arriéré cumulé des exercices 2018 et 2019 pour un montant provisionné de 5.392.053€. Les modes de liquidation proposés serviraient l'objectif du développement d'un secteur de la production de séries télévisuelles en FWB. Il s'agirait, d'une part, d'élargir les formes de liquidation sous la forme de contrats de coproduction (lancements de nouveaux appels à projets portant sur des nouveaux formats et/ou genres ou encore augmentation des montants de production dorénavant affectés par épisode) et d'autre part, d'investir

dans le déploiement de l'accompagnement des projets par l'éditeur tel que l'Atelier du Fonds séries belges¹⁹.

LE FONDS SPÉCIAL POUR LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DE CRÉATION

CONTEXTE

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. Depuis la création du Fonds séries en 2013, le budget global du Fonds spécial est exclusivement consacré aux longs métrages (développement et production), aux courts métrages ainsi qu'aux documentaires.

L'application de l'accord-cadre du 2 mars 1994 conclu entre le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF prévoit pour 2018 l'exercice d'un droit de tirage par la RTBF sur le Fonds spécial à hauteur de 1.368.681€²⁰.

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir, en parallèle, sur ses Fonds propres, un montant de 1.325.694,56 €²¹ pour 2019.

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.

BILAN

Dans son bilan 2019, 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%

¹⁹ Formation mise en place par l'éditeur destinée aux auteurs, réalisateurs, producteurs de séries comprenant notamment des ateliers et des conférences dans le but de fournir aux participants des outils pratiques de création et de permettre le réseautage.

²⁰ Ce montant est égal à l'exercice 2018 (voir page 81 du rapport CCA).

²¹ Ce montant est supérieur à l'obligation de 2018 (1.253.730,42€).

Dans son bilan 2019 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements²² consentis par l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 2.860.956 € pour 2019²³.

Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé dans le tableau ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.118.733,44 € par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994. Les recettes nettes de publicité représentant 9,4% des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2019, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'impose donc pour 2019.

AVIS

Le Collège constate que la RTBF a affecté un montant total de 10.696.421€²⁴ à des contrats passés avec des producteurs indépendants en respectant la plupart des prérequis de la clé de répartition par genres. Le montant investi est en augmentation par rapport à l'exercice précédent. Le quota d'œuvres majoritaires est rencontré. Le Collège constate également l'utilisation conforme par la RTBF du Fonds spécial.

Le Collège constate que la RTBF ne rencontre pas, sur l'exercice 2019, l'objectif d'investir 25% du montant minimal de son obligation dans les séries belges. Ceci constitue une infraction potentielle à l'article 13.4.2 du contrat de gestion. Cependant, tenant compte de l'argumentaire développé par la RTBF, le Collège considère opportun que l'éditeur puisse disposer d'une certaine flexibilité dans l'affectation de l'arriéré cumulé pour un montant provisionné de 5.392.053€. Le Collège reste ouvert aux propositions que l'éditeur pourrait officialiser en ce sens. Le cas-échéant, il invite la RTBF à concerter ses propositions avec les autres parties concernées.

Par ailleurs, le Collège sera particulièrement attentif à la liquidation progressive du Fonds. Il réitère la nécessité de maintenir une dynamique créative qui soit alimentée de manière régulière par ce Fonds. Il relève enfin que plusieurs productions sont attendues à moyen terme.

²² Investissements qui peuvent être de trois formes différentes : cash, services ou diffusion.

²³ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Bilan 2019 - Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles (p.84) ».

²⁴ Conformément à l'article 12.4.1, b du contrat de gestion, plus de la moitié des budgets consacrés à la coproduction ont été affectés en numéraire (71,5%).

ACCESSIBILITE

CONTEXTE

L'article 40 du contrat de gestion de la RTBF fixe ses obligations en matière d'accessibilité de sa programmation et de son site internet. L'article 25.4 fixe des objectifs quantitatifs spécifiques en matière d'audiodescription.

Sous-titrage

L'article 40 fait directement référence aux obligations portées par le Règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle (ci-après « Le Règlement »). Celui-ci est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2019. Ces objectifs quantitatifs se veulent progressifs et échelonnés sur 5 ans d'ici à leur application complète sur l'exercice 2023.

Dès lors, le contrôle des obligations pour l'exercice 2019 consiste davantage en un contrôle des moyens mis en œuvre pour atteindre le premier palier d'objectifs prévus pour 2021. En vertu du Règlement, la RTBF devra proposer : 47.5 % de programmes sous-titrés pour les services dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2.5% et 17.5% pour les services dont l'audience moyenne annuelle est inférieure.

En outre, l'article 40 du contrat de gestion stipule que la RTBF « *recourt autant que possible compte tenu des évolutions technologiques, aux sous-titres comme principe d'écriture de séquences et sujets d'information spécifiquement destinés aux réseaux sociaux et médias sociaux ou au site internet* » et qu'elle « *renforce l'accessibilité de ses programmes aux déficients sensorielles par des programmes sous-titrés, (...), notamment par le biais des nouvelles technologies de diffusion et de distribution des signaux numériques et en VOD* ». L'article 11 du Règlement renforce cette obligation applicable aux services non linéaires : les éditeurs « *mettent tout en œuvre afin de mettre à disposition des utilisateurs, dans leur catalogue de programmes, une proportion de 25% de programmes sous-titrés* ».

Traduction gestuelle

L'article 40 du contrat de gestion porte que la RTBF doit diffuser, en direct et en différé, sur une plateforme télévisuelle ou non linéaire, une version interprétée en langue des signes de son JT de début de soirée et de son JT spécifiquement dédié à la jeunesse. Cet article renvoie par ailleurs au Règlement, qui prévoit une obligation de moyens pour l'interprétation des programmes en langue des signes de Belgique et donne la priorité aux programmes d'information et aux programmes à destination des plus jeunes. L'obligation de moyens concerne également l'accessibilité des messages d'intérêt général de sécurité et de santé publique, ainsi que les programmes confiés à des associations représentatives et les événements d'intérêt majeur.

Audiodescription

Sur l'exercice 2019, en vertu de l'article 25.4 de son Contrat de gestion, la RTBF doit diffuser au moins deux fictions audiodescrites par mois. Ce quota augmente progressivement pour atteindre 5 fictions en 2022. Le Collège relève sur ce point un chevauchement entre le Règlement et le Contrat de gestion. Si le contrat de gestion restreint l'objectif à 5 fictions audiodescrites par mois en 2022, le Règlement imposera, dès 2023, que 25% des fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h sur La Une et La Deux soient audiodescrits, et 15% des documentaires et fictions diffusés sur La Trois (en fonction des audiences actuelles).

Obligations qualitatives

La RTBF a activement participé aux groupes de suivi organisés tout au long de l'année 2019 pour anticiper l'entrée en vigueur du Règlement. Ces réunions ont notamment permis la rédaction de Chartres de qualité, qui définissent des critères qualitatifs, objectifs et facilement contrôlables, pour les sous-titres adaptés, l'audiodescription ainsi que l'interprétation en langue des signes. Ces chartes ont été validées le 26 novembre 2019 par le Collège d'Avis du CSA.

Obligations en matière de communication sur les programmes rendus accessibles

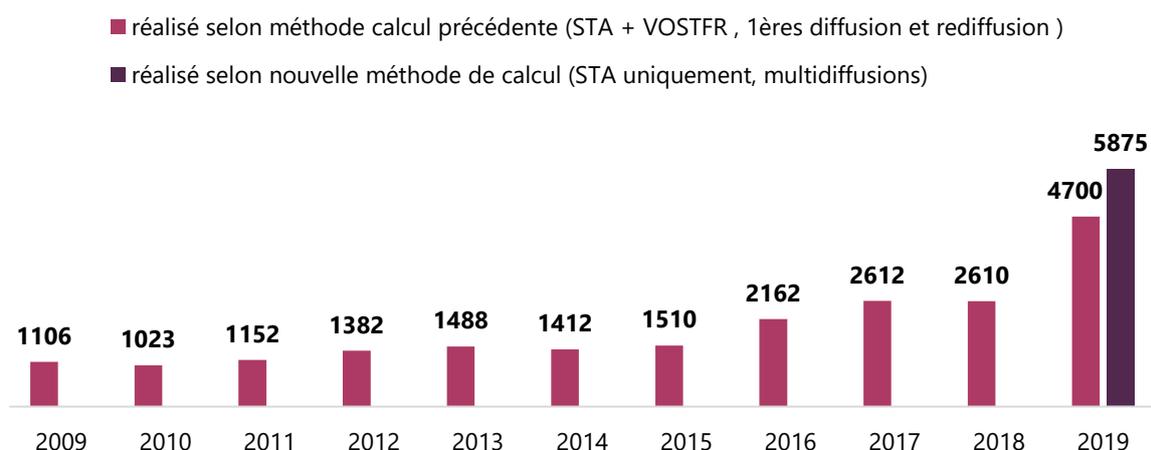
Le Règlement définit également des objectifs relatifs à la promotion de l'accessibilité envers ses publics cibles (Chapitre 4 du Règlement). L'article 15 stipule que les éditeurs doivent incruster des pictogrammes ou prévoir une mention sonore pour accompagner la diffusion et la promotion de programmes rendus accessibles. L'article 16 prévoit une obligation similaire sur les supports de communication externes (site internet, presse écrite, guides électroniques de programmes, etc.).

BILAN

Sous-titrage

Au cours de l'exercice 2019, compte tenu du changement de méthode de calcul RTBF a diffusé 5875 heures de programmes avec sous-titres adaptés soit une hausse de 125% par rapport à 2018. Cependant, il est important de noter que ce résultat ne se base pas sur la même méthode de calcul que pour les années 2015 à 2018 ; la comptabilisation n'incluait que la première diffusion et la première rediffusion mais tenait compte des sous-titrages interlinguistiques (VOSTFR). En 2019, la méthode de calcul inclus les multidiffusions mais les sous-titres interlinguistiques ne sont plus comptabilisés. Dès lors, en recourant à la même méthode que celle utilisée en 2018, on comptabilise alors 4700 heures et une hausse de 80%, qui reste significative.

Durée cumulée des sous-titres sur les trois chaînes de la RTBF (2009-2019)



Parmi les 5875 heures de programmes sous-titrés, plus de 48% étaient proposés en primo-diffusion. Cette hausse s'explique notamment par les partenariats que la RTBF a noués avec d'autres éditeurs francophones tels que France TV, Swiss TxT (RTS) et TF1, pour acquérir les sous-titres adaptés de

programmes dont la RTBF possède déjà les droits de diffusion. Ces partenariats ont permis d'augmenter, à partir de mai 2019, la quantité de programmes proposés avec sous-titrage adapté. La RTBF a notamment développé le sous-titrage de sa programmation jeunesse (« Léna, rêve d'étoile », « Scooby Doo », « Pyjamasques » ou encore « Jean-Michel Super Caribou »).

Rappel des obligations en matière des sous-titrage (article 22 du Règlement)

Chaînes	La Une	La Deux	La Trois
% réalisés en 2019*	56.69%	13.43%	45.93%
Obligations règlement 2021	47.5%	47.5%	17.5%
2022	71.25%	71.25%	26.25%
2023	95%	95%	35%

* Données issues du Rapport annuel 2019 sur l'Accessibilité des programmes.

Au regard des objectifs fixés par le Règlement, l'objectif de 35% de programmes sous-titrés sur la Trois en 2023 est déjà atteint (46% des programmes de la chaîne disposent de sous-titres adaptés selon les déclarations de la RTBF) grâce au calcul incluant les multidiffusions et la grande disponibilité des sous-titres auprès des partenaires de la RTBF.

Ce n'est pas le cas pour la Deux dont seulement 13% des programmes sont sous-titrés. Les programmes de la chaîne sont principalement des séries anglosaxonnes dont les sous-titres adaptés seraient difficilement accessibles sur le marché francophone; le service devra toutefois atteindre 95% de programmes sous-titrés en 2024.

La Une est la chaîne diffusant le plus de programmes avec sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive (57%) puisque dès 14 heures, tous les programmes de la chaîne sont rendus accessibles au moyen de sous-titres, et ce quotidiennement. L'objectif fixé par le Règlement pour l'année 2022 est d'ores et déjà atteint.

Concernant la Cellule Access, la RTBF apporte les précisions suivantes :

- La production interne de sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive par la Cellule Access de la RTBF est en légère baisse (1747 heures soit une baisse de 4.7% par rapport à 2018) par rapport à 2018. En effet, les équipes étaient mobilisées sur d'autres activités liées à l'acquisition des programmes sous-titrés ; la RTBF cite les activités liées à prise de contact avec les fournisseurs ainsi que les tâches de synchronisation et de vérification qui suivent la réception des programmes sous-titrés et visent notamment à apprécier la qualité des sous-titres au regard du Règlement et de la Charte du Collège d'avis.
- En 2019, la RTBF a acheté 1093 heures de programmes disposant de sous-titres adaptés sur le marché francophone ;
- Les programmes produits par la Cellule Access en 2019 sont les suivants :

Fictions	<ul style="list-style-type: none"> • La trêve ; • Ennemi Public ; • Unité 42 .
Informations	<ul style="list-style-type: none"> • JT de 19h30 ; • Météo de 20h ; • Jeudi en Prime ; • Messages Royaux ; • Editions spéciales en direct ; • Election du 26/05.
Magazines	<ul style="list-style-type: none"> • On n'est pas des pigeons ; • C'est du belge ; • Questions à la Une ; • 7 à la Une ; • Le Week-end Sportif.
Emissions en direct	<ul style="list-style-type: none"> • The Voice ; • Matches des Diables rouges ; • Eurovision ; • Gala du Cap 48 ; • Viva for life ; • Défilé du 21 juillet.

Sur Auvio, les programmes suivants disposent désormais d'une fonction d'activation des sous-titres adaptés : le JT de 19h30, « Devoir d'enquête », « The Voice Belgique », « On n'est pas des pigeons », « Question à la une », « C'est du belge », « Une brique dans le ventre », « Jardins & Loisirs », « Jardins Extraordinaires », « Carnets du Bourlingueur », « l'Agenda Ciné », mais aussi divers documentaires et fictions. Les programmes diffusés en linéaire avec des sous-titres sont diffusés avec les mêmes sous-titres sur les plateformes digitales. Néanmoins, au regard de tests effectués sur le site AUVIO, le Collège attire l'attention de la RTBF sur la qualité du sous-titrage disponible : un monitoring révèle des erreurs d'affichage et de synchronisation.

Traduction gestuelle

La RTBF déclare que son JT de 19h30 est interprété en langue des signes et diffusé en direct sur Auvio et en différé au plus tard 30 minutes après la fin de ce journal, sur Auvio ou sur d'autres canaux télévisuels. Le journal avec interprétation en Langue des Signes Française de Belgique (LSFB) est également diffusé quotidiennement à 20h30, sur La Trois. Le JT à destination du public jeune « Les Niouzz » est également interprété en langue des signes de Belgique et diffusé sur Auvio à 18h30 et à 18h50 sur la Trois. Les versions accessibles de ces programmes sont disponibles sur Auvio.

La RTBF déclare que ceci représente 364 éditions du JT et 183 éditions du JT jeunesse en 2019.

Les autres programmes interprétés diffusés en 2019 sont :

- Les messages royaux du 21 juillet et du 25 décembre ;
- La soirée du gala Cap48 soit environ 3h de programmes, diffusés sur La Trois ;

- A l’occasion de la journée internationale de la LSF, le 23 septembre la RTBF a diffusé le JT de La Une avec une interprétation en langue des signes de Belgique ainsi que des spots de sensibilisation en faveur de la LSF.

Entre 2018 et 2019, la diffusion de programmes avec une interprétation en langue des signes a diminué de 5.5% (de 1052 heures à 994h). Cette évolution est à attribuer à la baisse de la durée des programmes et notamment des journaux télévisés.

Le Collège souligne par ailleurs l’initiative de la RTBF qui a activement participé à la promotion de la langue des signes de Belgique au travers des initiatives menées en collaboration avec la FFSB à l’occasion de la journée internationale de la langue des signes, le 23 septembre 2019. Le journal télévisé de cette journée fut intégralement interprété en langue des signes sur la Une et une coupure du son avait pour objectif de sensibiliser le public « entendant ».

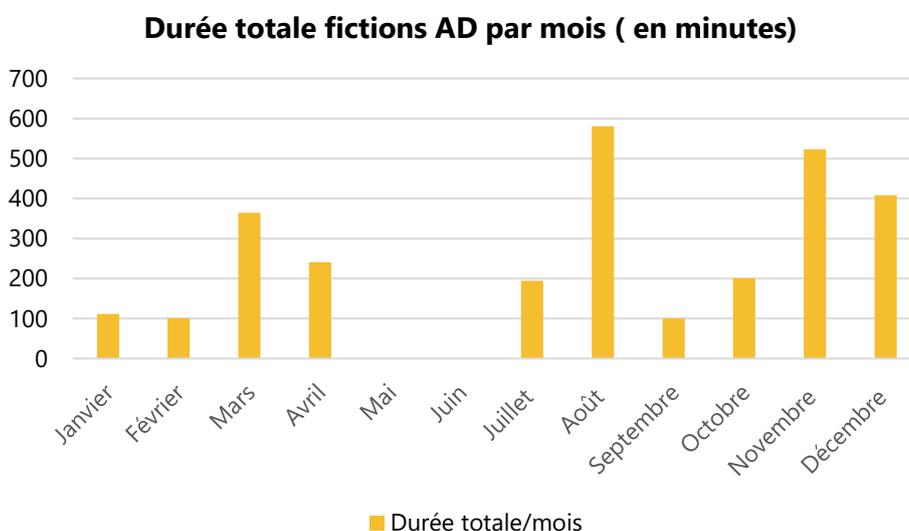
Audiodescription

Lors du contrôle annuel pour l’exercice 2018, le Collège d’Autorisation et de Contrôle a souligné les efforts accomplis en matière d’audiodescription et était optimiste quant à la mise en œuvre des exigences liées à l’accessibilité des programmes. En effet, la RTBF a déclaré 57 fictions audiodescrites (61h21) en 2018 soit entre 4 et 5 par mois, dépassant largement les objectifs fixés. Cependant, le nombre de fictions audiodescrites a diminué depuis 2018 puisque la RTBF déclare avoir diffusé 52h et 53 minutes de programmes avec audiodescription en 2019 (soit 42 fictions) dont moins de 29h (54%) en primo-diffusion.

La baisse entre 2018 et 2019 s’explique notamment par l’absence de rediffusion des séries audiodescrites produites par la RTBF.

En outre, en 2019, la RTBF a pris le parti de privilégier une programmation cohérente de ses séries audiodescrites plutôt que le respect strict de ses engagements (2 audiodescriptions par mois). En effet, si la RTBF n’a pas diffusé stricto sensu 2 fictions audiodescrites par mois, l’obligation est rencontrée lorsqu’on considère que l’obligation équivaut à 24 fictions audiodescrites par an.

De plus, considérant la contradiction entre les obligations du règlement et celles mentionnées au sein de l’article 25.4 du Contrat de gestion, la RTBF a choisi de ne pas tenir compte des quotas mensuels pour adopter une logique annuelle, conforme au Règlement, dès 2019.



Parmi les 29 heures d'audiodescription inédites, près de 12 heures d'audiodescription furent acquises tandis que les 17 autres furent produites par la société sous-traitante Hiventy (notamment les saisons 2 des séries « Ennemi Public » et « Unité 42»). A ce jour, les programmes disposant d'une piste d'audiodescription sont principalement diffusés sur La Une.

Selon les estimations figurant au sein du rapport rédigé par la RTBF, l'objectif à atteindre en 2022 s'élève à 60 heures par mois et plus de 80 heures en 2023. La RTBF est donc consciente que les efforts restant à accomplir sont considérables bien qu'elle doive faire face à certaines difficultés dont les principales sont le coût de l'audiodescription (32 euros la minute en production, 28 euros en acquisition) et la difficulté d'en acquérir les pistes sur un marché francophone peu développé.

Accessibilité du site

L'article 40.2 a) du Contrat de gestion indique que « *la RTBF rend certaines parties de son site internet accessible, et pour les parties qui peuvent l'être, cherche à obtenir le label « anysurfer » et à développer ses nouvelles applications en cherchant à tendre vers ce label, notamment en proposant un outil Text to Speech permettant une lecture orale des articles d'information publiés sur son site internet* ». Dès lors, la RTBF s'attache à respecter certaines directives propres au label belge « anysurfer »²⁵ garantissant la qualité des sites accessibles, qui ne sont néanmoins plus utilisés au profit des normes WCAG 2.1. Toutefois, au regard des coûts engendrés par la mise en œuvre du critère prévoyant la mise à disposition de sous-titres descriptifs pour l'ensemble des contenus audios et vidéos, la RTBF a déclaré ne pas pouvoir prétendre à l'obtention du label.

Outre la possibilité d'activer des sous-titres (directive 2.5.3), à condition qu'ils soient disponibles, et la possibilité d'utiliser un logiciel permettant la lecture des pages web, à destination des personnes en situation de déficience visuelle (directive 2.5.2), la RTBF propose la fonctionnalité « Text2speech » sur ses pages articles, permettant l'accès aux informations textuelles via le canal audio. Une fonctionnalité « pause » permet de stopper les défilements et d'améliorer l'expérience d'utilisation des personnes épileptiques (directive 3.3.2). Par ailleurs, la RTBF déclare remplir 17 autres critères parmi les 40 précédemment exigés par le label²⁶, à savoir :

Pour la navigation :

- Le clavier peut être utilisé, notamment les touches *TAB* et *ENTER*, pour naviguer sur une partie du site. Cela doit également inclure une mise en évidence de l'emplacement de l'utilisateur sur la page. De même, l'ordre de tabulation doit être logique et prévisible pour faciliter la navigation. La RTBF estime que 50% de ses sites disposent de cette fonctionnalité.
- Les hyperliens des sites sont significatifs dans leur contexte. Concrètement, aucun lien « lire plus », « cliquez ici », ou encore « télécharger » ne doit apparaître, à moins qu'ils soient intégrés dans une phrase, une liste ou un tableau.

²⁵ <https://www.anysurfer.be/fr>

²⁶ Depuis le 1er janvier 2019, les directives énoncées par la RTBF ne sont plus utilisées pour réaliser les audits préalables à l'obtention du label. Le label utilise désormais les Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) version 2.1. (<https://www.anysurfer.be/fr/en-pratique/directives>"<https://www.anysurfer.be/fr/en-pratique/directives>)

Concernant le contenu :

- La RTBF déclare respecter la directive selon laquelle le code source est conforme à la spécification du langage utilisé et ce afin de favoriser l'interopérabilité et ainsi l'accessibilité.
- Chaque page possède un titre significatif qui résume son contenu ou sa nature, et comprend le nom du site, et ce afin de faciliter la navigation de l'utilisateur.
- La langue principale de chaque page doit être indiquée pour faciliter la lecture des outils d'accessibilité.
- Chaque image, y compris cliquable, et bouton de formulaire doivent posséder un attribut *alt*, composé de 80 caractères maximum, qui permettra de fournir une description sommaire du contenu qui pourra alors être transmise par des outils tels que les lecteurs d'écran.
- Les images d'arrière-plan qui contiennent de l'information ont une variante accessible.
- Les fichiers audio et vidéo sont annoncés par quelques mots d'introduction afin de permettre à l'utilisateur qui n'y a pas accès d'en connaître le contenu.
- Comme le stipulent les directives du label, les sons, fonds sonores et autres musiques, ne démarrent pas automatiquement lors des changements de page, laissant toute liberté à l'utilisateur.

Relativement à la mise en forme :

- Les lettres et espaces doivent être utilisés de manière conventionnelle et non pour créer un effet visuel et/ou stylistique, et ce afin de favoriser la compréhension lorsqu'on doit recourir à un lecteur d'écran.
- Le contenu des pages doit suivre un ordre logique afin de faciliter l'utilisation des outils de lecture d'écran.
- Les textes et images (vidéos, animations, jeux, diaporama...exception faite des publicités) ne peuvent clignoter plus de 3 fois par seconde afin de préserver le confort de navigation des personnes qui souffrent d'épilepsie photosensible.

En matière d'interactivité :

- Les intitulés des champs à remplir au sein des formulaires sont clairement identifiés et facilitent l'utilisation des lecteurs d'écran.
- Chaque formulaire doit disposer d'un bouton d'envoi visible activable au moyen de la souris et du clavier, de même pour les listes déroulantes : les utilisateurs doivent pouvoir confirmer leur choix.
- Les erreurs lors du remplissage des champs du formulaire sont indiquées et expliquées par du texte, et pas seulement au moyen d'une couleur comme le rouge, lors de la validation des formulaires.
- Les actions ne peuvent pas être strictement liées à des contraintes de temps afin de permettre aux utilisateurs en situation de déficience visuelle, mentale ou moteur d'exécuter l'action désirée.

Ces différents critères qui étaient déjà d'application en 2018 viennent renforcer les exigences d'accessibilité à destination des personnes en situation de déficience visuelle, en facilitant leur accès aux médias audiovisuels via un environnement numérique interactif. La RTBF a également adapté ses sites de sorte que ces dernières puissent aisément recourir à des logiciels de lecture.

Si cette initiative est à souligner, l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience visuelle ne pourra se limiter à l'accessibilité des sites. En effet, les efforts entrepris en matière de politique d'acquisition pour le sous-titrage sont encourageants mais ils doivent être étendus à l'audiodescription dont les diffusions sont loin d'atteindre les objectifs fixés pour 2021.

Communication sur les programmes rendus accessibles

Le règlement relatif à l'accessibilité des programmes prévoit, au sein de son chapitre 4 et des articles 15, 16 et 18, des obligations de communication sur les programmes rendus accessibles.

En matière de communication envers le public en situation de déficience visuelle, la RTBF a entamé des contacts réguliers avec la Ligue Braille afin de répondre à la demande des accompagnants des personnes en situation de déficience visuelle, d'être informés de la diffusion de ses programmes.

– Le guide TV :

Les programmes sous-titrés sont identifiables sur le guide TV²⁷ au moyen du pictogramme ad-hoc . De plus, une fonction permet de filtrer les programmes et de ne rendre visibles que ceux qui disposent de sous-titres. Le sigle  est également présent sur le guide TV pour les programmes qui disposent d'une piste d'audiodescription.

– AUVIO :

Sur Auvio, le sigle pour indiquer la présence des sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive a été ajouté. Bien qu'il faille toujours cliquer sur la miniature du programme ou se référer en amont au guide TV pour s'assurer de leur présence, le sigle apparaît dorénavant sous le lecteur vidéo, à côté de la date de publication, de la durée du programme et de sa disponibilité sur la plateforme.

Par ailleurs, les bandes annonces disponibles sur Auvio indiquent désormais la présence de sous-titres adaptés grâce au pictogramme ci-dessus.

En outre, les programmes audiodécrits ne sont pas identifiés par le pictogramme et la piste figure sous le sigle « fsm » au sein des paramètres de réglage audio. L'accès aux programmes audiodécrits et la communication envers le public malvoyant doit encore s'améliorer, de manière générale, et plus particulièrement sur AUVIO. La RTBF a déjà démontré sa réactivité et sa volonté d'amélioration en la matière.

AVIS

Le Collège constate que la RTBF développe l'accessibilité de ses programmes, notamment au travers de sa politique d'acquisition, afin d'atteindre progressivement les objectifs du Règlement dont un premier palier d'obligations sera contrôlé sur l'exercice 2021..

Les obligations en matière de traduction gestuelle du journal télévisé de début de soirée et du journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse sont rencontrées.

Les obligations en matière d'audiodescription sont rencontrées.

Nonobstant les efforts accomplis par l'éditeur en 2019, notamment concernant l'acquisition des sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive sur le marché francophone, le

²⁷ <https://www.rtb.be/tv/guide-tv>

Collège d'autorisation et de contrôle lui rappelle l'augmentation progressive des exigences quantitatives prévues par le nouveau Règlement relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle, particulièrement en matière d'audiodescription. Dans ce contexte, le Collège rappelle également les obligations figurant à l'article 7 du Règlement en matière d'accessibilité des messages d'intérêt général et de santé publique.

ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ

CONTEXTE

L'article 63 du contrat de gestion de la RTBF stipule que « *la RTBF veille à l'absence de toute discrimination dans sa gestion des ressources humaines et met en œuvre un plan relatif à la diversité au sein de son personnel, basé sur le concept de diversité inclusive et relatif à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein, tant pour le recrutement que pour la gestion de carrière, notamment afin d'augmenter progressivement le nombre de femmes dans les fonctions de responsabilité et managériales ainsi que dans les fonctions à forte visibilité* ».

Plus particulièrement, le contrat de gestion définit quatre axes s'agissant de l'égalité et de la diversité : mettre en œuvre un plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel ; désigner un référent interne chargé de l'égalité hommes-femmes et de la diversité ; adopter la Charte de l'UER sur l'égalité des chances ; soutenir toute initiative visant à renforcer pratiquement la diversité inclusive dans ses services audiovisuels et inciter son personnel en ce sens. Il prévoit également que le plan relatif à la diversité et à l'égalité des femmes et des hommes fasse l'objet d'une évaluation annuelle.

Au cours des dernières années, le CSA relève que la RTBF a engagé les actions suivantes :

2012

- Approbation par le Conseil d'administration de la RTBF d'un plan d'action triennal 2012-2014 visant à « favoriser l'égalité des chances femmes/hommes ».
- Désignation d'une personne chargée de l'égalité des chances.

2013

- Constitution d'un groupe de travail interne sur la diversité.
- Élaboration de recommandations remises au Comité de direction.
- Approbation de la charte de l'UER sur l'égalité des chances.

2014

- Accueil des rencontres européennes Médiane.
- Plan stratégique d'éducation aux médias dont deux axes concernent la diversité.
- Réflexions au niveau du recrutement et de la gestion des « talents ».

2015

La RTBF déclare que ses recrutements récents sont composés à 45% de femmes, contre 41% pour 2014. L'éditeur relève que cette proportion est supérieure à la répartition de ses effectifs par genres.

2016

Les actions pour l'exercice 2016 se sont centrées sur trois points principaux : le soutien au développement de la base de données Expertalia créée par l'AJP, la mise en place d'« atelier éditoriaux de la diversité » à destination du personnel et le Media School Day afin de poursuivre le dialogue initié entre les journalistes et les écoles.

2017

Les actions pour l'exercice 2017 se sont centrées sur les points suivants : la collaboration européenne, la 4^{ème} rencontre culture-RTBF dont les échanges ont permis l'élaboration d'une charte visant à promouvoir la diversité dans le champ de la culture, la participation à la sous-commission « Le traitement médiatique des violences faites aux femmes » de l'Assemblée Alter Egales, la poursuite du travail engagé dans le cadre de la base de données Expertalia créée par l'AJP et la poursuite des interactions avec la jeunesse via la deuxième édition du Media School Day.

À la demande des services du CSA, la RTBF a transmis des chiffres sur la présence des femmes dans ses ressources humaines. Toutefois, le Collège a considéré que cela ne constituait pas une évaluation annuelle des plans d'action en matière d'égalité et de diversité (contrairement à ce qui est prévu dans le dernier alinéa de l'article 63). L'éditeur a donc été reçu dans le cadre d'une audition début 2019 afin de déterminer les données attendues et la forme que pourraient prendre ces évaluations.

2018

Pour l'exercice 2018, Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a constaté qu'il existait une série de mesures relatives à l'égalité et à la diversité, la plupart de ces actions poursuivant des initiatives déjà entreprises les années précédentes :

- Les Ateliers diversité ;
- La poursuite du travail engagé dans le cadre de la base de données Expertalia créée par l'AJP ;
- L'organisation d'un réseau de journalistes et d'expertes ;
- La collaboration européenne via, notamment, la participation au groupe « interculturel et diversité » de l'UER, la participation à la coproduction de documentaires ou encore la présentation de TARMAC à l'équipe diversité de l'UER ;
- La poursuite des interactions avec la jeunesse via la troisième édition du Media School Day ;
- La 5^{ème} rencontre culture-RTBF ;
- A l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes (8 mars) une journée spéciale a été organisée sur La Première et une soirée thématique sur La Trois.

L'éditeur communiquait en outre des données quantitatives et qualitatives sur les quatre axes énoncés par le contrat de gestion concernant le plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes conformément aux discussions en la matière menées avec l'éditeur lors de son audition début 2019. En outre, interrogé sur le bilan qui a été tiré de ces actions, l'éditeur affirmait que cet état des lieux a permis de définir et valider un plan diversité présenté et validé au Conseil d'administration en mars 2019.

BILAN

Quatre axes du contrat de gestion

S'agissant de l'exercice 2019, l'éditeur rappelle qu'un Plan annuel diversité – égalité a été approuvé par le Conseil d'administration le 22 mars 2019.

Il communique ensuite ses actions sur les quatre axes énoncés par le contrat de gestion concernant le plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, en l'occurrence : l'identification des talents, la formation et la sensibilisation, la promotion de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelles et l'égalité des chances.

1) L'identification des talents :

La RTBF déclare que les engagements/recrutements externes en 2019 étaient composés à 48% de femmes et 52% d'hommes. Il stipule en outre que 44% des personnes sélectionnées en 2019 l'ont été via la mobilité interne²⁸. Dans ce contexte l'éditeur explicite, comme l'année précédente, avoir mis en place une plateforme d'accompagnement RH. Celle-ci comprend différents trajets de mobilité afin de soutenir la mobilité interne : un trajet de mobilité pré-existant, composé de sessions de coaching et d'ateliers et deux nouveaux trajets.

S'agissant du trajet pré-existant, l'éditeur déclare : « Depuis son lancement fin 2017 et jusqu'au 31/12/19, 138 personnes ont bénéficié du trajet de mobilité interne. 62% des participant.e.s sont des femmes et 24% ont déjà changé de fonction (dont 70% sont des femmes) ». La lecture de ces données nous permet d'établir le tableau suivant :

Trajet de mobilité	Hommes	Femmes	TOTAL
Participant.e.s	52,44 (38%)	85,56 (62%)	138 (100%)
Changement de fonction	9,94 (30%)	23,18 (70%)	33,12 (soit 24 % de 138 personnes)

Source : CSA sur la base des données communiquées par la RTBF in Rapport annuel CSA, p. 107.

Soit :

- Proportion de changement de fonction parmi les hommes participants = 18,95% ($9,94/52,44 * 100$)
- Proportion de changement de fonction parmi les femmes participantes = 27,09 % ($23,18/85,56 * 100$)

L'analyse des données par genre met ainsi en exergue que les femmes sont un peu plus nombreuses que les hommes à avoir effectivement changé de fonction à l'issue du processus. C'est un changement par rapport à l'exercice précédent. En effet, les données communiquées pour la période fin 2017 jusqu'au 31/12/18 mettaient en exergue que les hommes (avec 24,5%) étaient légèrement plus nombreux que les femmes (21,7%) à avoir effectivement changé de fonction à l'issue du processus.

Les données ne mettent pas en avant les fonctions ou niveaux hiérarchiques vers lesquels les hommes et les femmes ont été orientés à l'issue du processus, ni la situation des personnes qui n'ont pas changé de fonction / ne sont pas réorientées.

S'agissant des deux nouveaux trajets de mobilité : le premier vise à donner un nouvel élan professionnel aux membres du personnel ayant une longue expérience, notamment dans le cadre d'un environnement de travail en transformation ; le second entend accompagner la reprise du travail après une maladie longue durée.

²⁸ L'éditeur précise : « Ce chiffre ne reprend pas les sélections prévues dans le cadre du "protocole d'accord 2019-2020 relatif à la force de production, au pouvoir d'achat et à certaines mesures qualitatives" signé avec les partenaires sociaux car les collaborateurs internes en CDI ou statutaires n'étaient pas autorisés à postuler » (RTBF, rapport annuel CSA, p. 107).

L'éditeur explicite enfin la composition des jurys de sélection (609 membres) et spécifie les axes de la politique RH en matière de mobilité et recrutements (pluralité des canaux de diffusion, grille de sélection par poste, ...).

2) Formation du personnel et sensibilisation :

S'agissant des formations du personnel, l'éditeur déclare que la RTBF Academy a organisé en 2019 240 programmes de formation (199 programmes pour l'exercice 2018). 57% des participant.e.s étaient des hommes et 43% étaient des femmes.

117 personnes ont participé à différents types de formations et d'ateliers relatifs à la « diversité inclusive » en 2019 (212 personnes en 2018) : les ateliers de la diversité inclusive ; ateliers de la diversité sur le racisme et le sexisme ; les midis de la diversité ; le média coaching Expertalia (3 formations/an) ; le réseau journalistes-expertes.

Ainsi, si le nombre de programmes de formation a augmenté le nombre de participant.e.s a diminué.

Diversité inclusive Formations et Ateliers	Participant.e.s 2018	Participant.e.s 2019
Ateliers de la diversité (inclusive)	34 personnes	42 personnes
Ateliers de la diversité sur le racisme et le sexisme en 2019	**	8 personnes
Midis de la diversité	80 personnes	8 personnes
Média coaching expertalia	48 personnes	30 personnes
Réseau journalistes – expertes	50 personnes	29 personnes

Sources : RTBF, Rapport annuel CSA ex. 2018, p. 99 et Rapport annuel CSA ex. 2019, p. 109.

Concernant les formations, l'éditeur déclare en outre avoir lancé en 2019 les premières formations des leaders concernant un certain nombre de compétences attendues.

Du point de vue de la sensibilisation, l'éditeur déclare avoir développé des actions en matière de cyberharcèlement. Un colloque a été organisé en vue d'élaborer un set de bonnes pratiques et de recommandations. L'éditeur déclare en outre avoir revu et communiqué à l'ensemble du personnel la procédure à suivre en cas de menace, de harcèlement, d'injures ou de calomnies, de nature sexiste, raciste ou autre, émanant de tiers extérieur à l'entreprise.

3) Equilibre vie privée/vie professionnelle :

En matière d'équilibre entre la vie professionnelle et la vie-privée, les actions de l'éditeur se sont déroulées autour de trois axes :

- Le travail à distance : la RTBF rappelle qu'en 2018 elle a mis en place des équipes pilotes en vue de lancer le travail à distance. Elle déclare qu'en 2019 une évaluation a été réalisée et qu'un

travail de préparation a été mené (plan de communication et accompagnement au changement) en vue de permettre une généralisation du travail à domicile début 2020.

- Une charte de la déconnexion : une charte relative au droit à la déconnexion et au bon usage des outils numériques a été signée par l'Administrateur général le 10 juillet 2019.
- La poursuite de la politique de soutien aux parents : via la crèche *Babymédia* et l'ASBL Œuvres sociales de la RTBF.

4) Référent interne chargé de l'égalité hommes-femmes et de la diversité

L'éditeur rappelle qu'une personne au sein de la RTBF est « Chargée du Projet diversité et égalité des chances ». Sa mission est de mettre en place une stratégie de développement de la diversité inclusive et de l'égalité des chances.

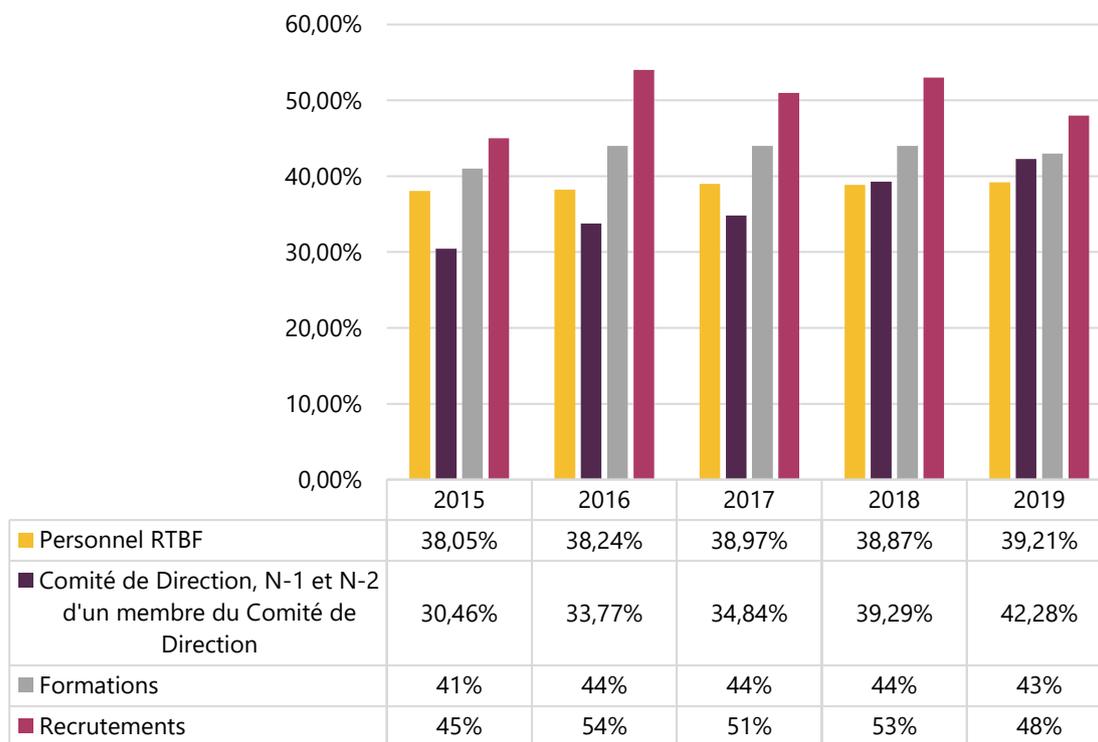
Données chiffrées sur le personnel et son évolution

S'agissant du plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel, l'éditeur fait parvenir des données chiffrées sur l'évolution 2015-2019 de la proportion de femmes au sein du personnel de la RTBF ; du Comité de direction et des N-1/N-2 d'un membre du Comité de Direction ; des recrutements et des personnes bénéficiant d'une formation.

- Ainsi, en 2019 l'éditeur déclare que ses recrutements étaient composés à 48% de femmes. C'est une proportion supérieure à la répartition de ses effectifs par genre. Ceux-ci sont en effet composés de **39,21%** de femmes en 2019.
- La proportion de femmes dans les recrutements connaît une progression entre 2015 et 2018 : de 45% à 53% (malgré une inflexion de 2016 à 2017). Elle diminue en revanche entre 2018 et 2019 : de 53% à **48%**.
- La répartition du personnel de l'éditeur par genre est assez stable dans le temps, de 38,05% en 2015 à 39,21% en 2019 ; l'éditeur l'explique par un faible taux de *turnover* dans l'entreprise.
- Concernant la proportion de femmes dans les fonctions managériales, l'éditeur agrège les données et déclare que les membres du Comité de direction et les N-1/N-2 d'un membre du Comité de Direction sont à **42,28 %** des femmes en 2019. Il s'agit d'une progression de 3% de 2018 à 2019. Toutefois, il s'agit de données agrégées. Si on se fixe exclusivement sur les membres du « Comité exécutif », on observe que celui est composé de **7 personnes dont 2 femmes**²⁹. Au cours de l'exercice précédent, le « Comité de Direction » était composé de 8 hommes pour 2 femmes ; un chiffre stable depuis l'exercice 2017. Ainsi, la présence des femmes dans les fonctions managériales se concentre moins sur les postes de top management, que de management plus « intermédiaire ».

²⁹ Et un poste Directeur général pôle contenus actuellement non pourvu, la fonction *ad interim* est assurée par l'Administrateur général. <https://www.rtbef.be/entreprise/a-propos/gouvernance>. Consulté le 13/12/20.

Proportion de femmes dans les ressources humaines (2015-2019)



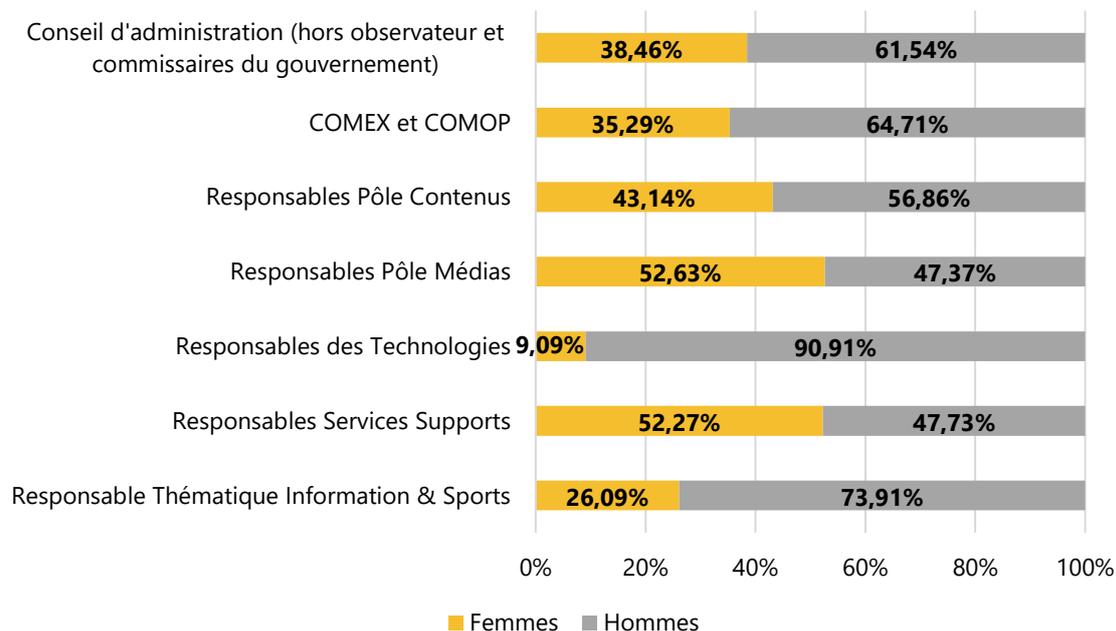
Source : RTBF, Rapport annuel CSA ex. 2019, p.106.

Pour l'exercice 2019, l'éditeur a fourni à la demande du CSA des données supplémentaires qui permettent d'approfondir la question de la distribution de ses effectifs par genre (données au 31/12/19, en headcount). Ces données permettent en effet de mieux saisir les trajectoires professionnelles des hommes et des femmes, l'accès aux métiers et à la hiérarchie :

- Répartition hommes-femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure ;
- Répartition hommes-femmes au sein des différents Pôles et Directions ;
- Répartition hommes-femmes par types de contrat ;
- Répartition hommes-femmes par taux d'occupation.

S'agissant de l'accès à la hiérarchie, l'éditeur fournit des données concernant la répartition hommes-femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure, par pôle/direction.

Répartition hommes/femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure au 31/12/19

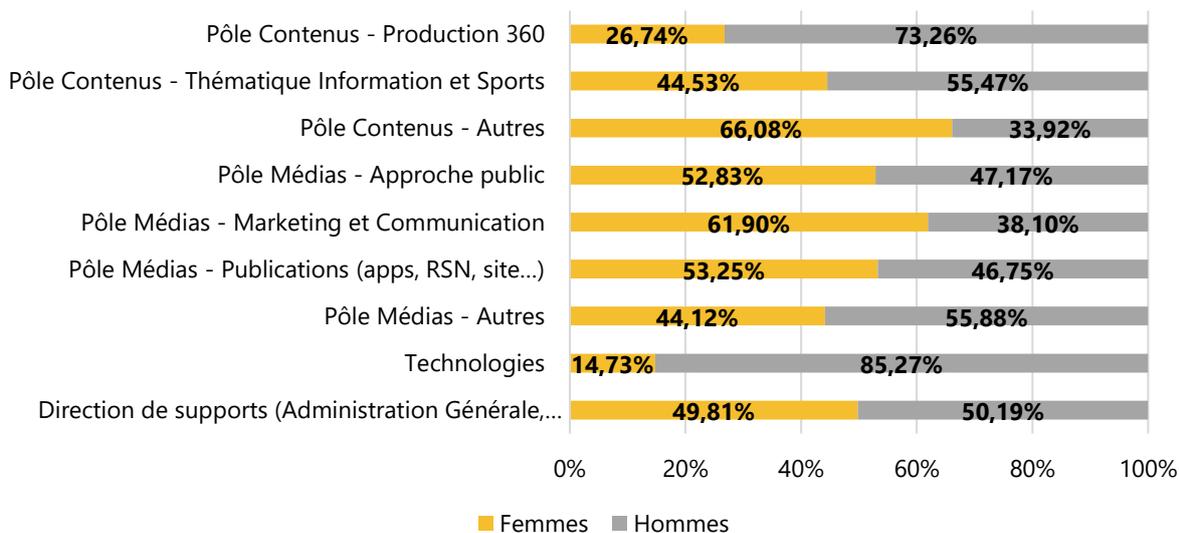


Source : CSA sur la base de : RTBF Rapport annuel CSA ex. 2019, Annexe 44.

Au sein du Conseil d'administration de la RTBF, il y a 8 hommes et 5 femmes, soit **38,46%** de femmes (hors observateurs et membres du gouvernement). Dans le COMEX-COMOP (Comité exécutif et Comité opérationnel), on relève 6 femmes et 11 hommes, soit 35,29% de femmes. Parmi les responsables du Pôle contenus, il y a 22 femmes et 29 hommes, soit 43,14% de femmes et au sein du Pôle médias, il y a 20 femmes et 18 hommes, soit 52,63% de femmes. C'est au sein des responsables des Technologies qu'il y a le moins de femmes : 2 femmes et 20 hommes, soit 9,09 % de femmes. Parmi les responsables Services Supports, il y a 23 femmes et 21 hommes, soit 52,27 % de femmes. Enfin, parmi les responsables Thématiques Information et Sports, il y a 6 femmes et 17 hommes, soit 26,09 % de femmes. Ainsi, la proportion de femmes au sein de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure hiérarchique varie de 9% à 52 %. La proportion moyenne de femmes (hors Conseil d'administration) est de **36,42%**.

S'agissant de l'accès aux métiers, l'éditeur fournit des données « par départements où les noms permettent de comprendre le type de métiers qui sont compris dans ces départements » (RTBF, Notes, Annexe 44). Le graphique ci-dessous présente dès lors la répartition hommes-femmes au sein des différents Pôles et Directions de l'éditeur.

Répartition Hommes/Femmes au sein des différents Pôles et Directions au 31/12/19



Source : CSA sur la base de : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, Annexe 44.

Répartition Hommes/Femmes au sein des différents Pôles et Directions au 31/12/2019 (en headcount)						
Par Pôle/Direction	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Pôle Contenus – Production 360	142	26,74%	389	73,26%	531	100,00%
Pôle Contenus – Thématique Information et Sports	167	44,53%	208	55,47%	375	100,00%
Pôle Contenus – Autres	150	66,08%	77	33,92%	227	100,00%
Pôle Médias – Approche public	28	52,83%	25	47,17%	53	100,00%
Pôle Médias – Marketing et Communication	39	61,90%	24	38,10%	63	100,00%
Pôle Médias – Publications (apps, RSN, site...)	41	53,25%	36	46,75%	77	100,00%
Pôle Médias – Autres	30	44,12%	38	55,88%	68	100,00%
Technologies	47	14,73%	272	85,27%	319	100,00%
Direction de supports (Administration Générale, RH, Finances, Facilités)	130	49,81%	131	50,19%	261	100,00%
Total	774	39,21%	1200	60,79%	1974	100,00%

Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, Annexe 44.

Le pôle Contenus – Production 360 est celui qui recense le volume le plus important de personnel (531 personnes sur 1974). On y retrouve 26,74% de femmes (142/531) et 73,26% d'hommes (389/531). Il est suivi en termes de volume de personnel par le pôle Contenus – Thématique Information et Sports (375 personnes sur 1974) : on y recense 44,53% de femmes (167/375) et 55,47% d'hommes (208/375). Puis par le pôle/direction Technologies (319 personnes sur 1974). La proportion de femmes y est de 14,73% (47/319) et celle des hommes de 85,27% (272/319). Enfin, le quatrième pôle/direction en termes de volume de personnel est la Direction de supports (Administration Générale, RH, Finances, Facilités) (261 personnes sur 1974). On y recense une proportion équilibrée d'hommes et de femmes : 49,81% de femmes (130/261) et 50,19% d'hommes (131/261).

S'agissant des autres pôles : dans le pôle Contenus – Autres, on recense la proportion la plus élevée de femmes : 66,08% de femmes (150/227) et 33,92% d'hommes (77/227). Les femmes sont également plus nombreuses que les hommes dans le pôle Média – marketing et communication : il y a 61,90% de femmes (39/63) et 38,10% d'hommes (24/63).

Le pôle Médias – Approche public est composé, quant à lui, de 52,83% de femmes (28/53) et 47,17% d'hommes (25/53). Le pôle Médias – Publications (apps, RSN, site, ...) recense 53,25% de femmes (41/77) et 46,75% d'hommes (36/77). Enfin, celui Médias – Autres recense 44,12% de femmes (30/68) et 55,88% d'hommes (38/68).

Ainsi, sur les trois pôles qui recensent le plus de personnel (Contenus – Production 360, Contenus – Thématique Information et Sports, Technologies) deux affichent la proportion la plus faible de femmes : 26,74% et 14,73%.

S'agissant de la trajectoire professionnelle des femmes et des hommes, l'éditeur fournit des données concernant la répartition hommes-femmes par types de contrat, d'une part, et par taux d'occupation d'horaire, d'autre part.

Répartition Hommes/Femmes par types de contrats au 31/12/2019 (en headcount)						
Ressources humaines (membres du personnel) de la RTBF						
Types de contrats	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Statutaires	240	36,36%	420	63,64%	660	100,00%
CDI	494	40,00%	741	60,00%	1235	100,00%
CDD	11	50,00%	11	50,00%	22	100,00%
Autre (CR)	29	50,88%	28	49,12%	57	100,00%
Total	774	39,21%	1200	60,79%	1974	100,00%

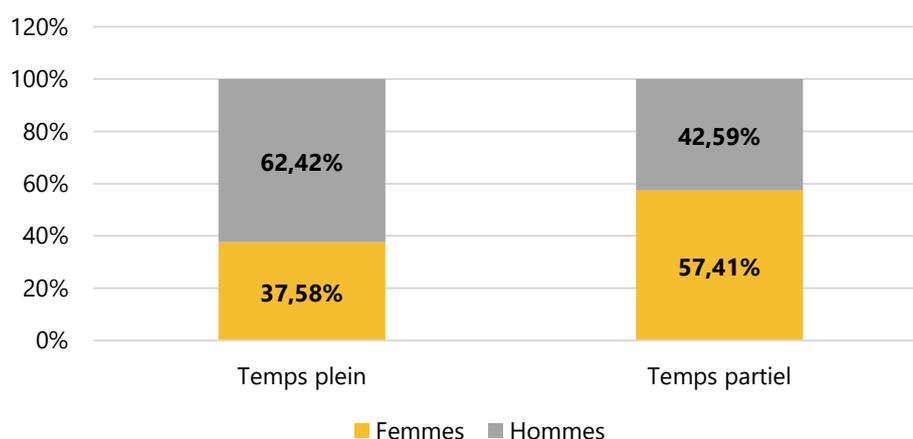
Autres						
Types de contrats	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Indépendants - <u>information non disponible</u>	-	-	-	-	-	-
Intérimaires	466	49,31%	479	50,69%	945	100,00%

Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, Annexe 44

On relève que sur les 1974 membres du personnel de la RTBF, il y a 1235 personnes en CDI. Parmi elles, on recense 40 % de femmes (494/1235) et 60% d'hommes (741/1235). Au sein des 660 statutaires, la proportion de femmes est légèrement plus faible : 36,36% de femmes (240/660) et 63,64% d'hommes (420/660). On relève en outre 22 CDD et 57 autres types de contrats qui sont répartis à parts égales entre hommes et femmes. Enfin, l'éditeur fournit également des données chiffrées sur les intérimaires. Ceux-ci sont 945 et répartis à parts égales entre femmes (49,31%) et hommes (50,69%).

Du point de vue des taux d'occupation horaire, l'éditeur déclare que son personnel est composé de 1812 temps plein et 162 temps partiels. On relève que le taux d'occupation des hommes et des femmes diffère, ces dernières étant moins nombreuses parmi les effectifs à temps plein et plus nombreuses parmi les effectifs à temps partiels. En effet, sur les 1812 personnes à temps plein, on recense 37,58% de femmes (681/1812) et 62,42% d'hommes (1131/1812). En revanche, sur les 162 personnes à temps partiel, on observe 57,41% de femmes (93/162) et 42,59% d'hommes (69/162).

Répartition hommes/femmes par taux d'occupation horaire au 31/12/19



Source : CSA sur la base de : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2019, Annexe 44.

Evaluation annuelle du Plan relatif à la diversité au sein du personnel et à l'égalité hommes-femmes

Interrogé dans le cadre des questions complémentaires sur l'évaluation du Plan précédent, l'éditeur déclare : « Une évaluation a été conduite. Elle a mené à la poursuite d'objectifs déjà définis et à la création de nouveaux objectifs en fonction des besoins de l'entreprise et de l'évolution de la société civile » (QC, ex. 2019). S'agissant du résultat de l'évaluation, il ajoute : « Le résultat était globalement positif. Il est prévu de poursuivre certains objectifs et d'en développer d'autres, concernant notamment la place des femmes dans les STEM » (QC, ex. 2019).

S'agissant de l'exercice 2019, l'éditeur rappelle qu'un Plan annuel diversité – égalité a été approuvé par le Conseil d'administration le 22 mars 2019. Interrogé dans le cadre des questions complémentaires sur le type objectifs fixés dans ce Plan annuel, il précise : « Les objectifs sont qualitatifs et quantitatifs. Les baromètres et leur suivi permettent de travailler sur l'aspect quantitatif de la diversité. Les formations (notamment aux biais inconscients) nous aident à développer des contenus plus qualitatifs. La RTBF déploie une attention particulière concernant la place des expertes dans ses émissions. A ce titre, nous avons collaboré avec la BBC pour nous inspirer de leur campagne 50/50 » (QC, ex. 2019). L'éditeur communique par ailleurs son Plan annuel 2019 en réponses aux questions complémentaires.

Autres actions relatives à l'égalité et à la diversité

L'éditeur déclare en outre avoir centré ses actions pour l'exercice 2019 sur les points suivants :

- Baromètre trimestriel diversité-égalité : l'éditeur déclare poursuivre ses efforts de monitoring en passant d'un Baromètre annuel à des Baromètres trimestriels ;
- Création des « Grenades » : un projet d'information digital spécialisé dans les questions de genre et de diversité ;
- Création d'une brochure, qui reprend différents concepts (violences, male gaze...) pour améliorer la représentation des femmes dans les contenus, en partenariat avec Media Animation ;
- Media School Day : accueil par la RTBF Liège de la 4^{ème} édition rassemblant plus de 150 élèves ;
- La poursuite du travail engagé dans le cadre de la base de données Expertalia créée par l'AJP : organisation de media coaching (3 formations/an) ;
- Poursuite du travail autour de la création d'un réseau de journalistes et d'expertes. Il vise à mettre en contact journalistes et expertes afin que ces dernières entrent dans le répertoire des journalistes (2 rencontres/an) ;
- Poursuite de l'engagement actif au sein de l'UER et coproductions UER : l'éditeur déclare ainsi s'être engagé dans le cadre d'une coproduction d'une série documentaire sur l'accueil des réfugiés en Europe.

AVIS

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que les obligations de l'éditeur en matière d'égalité et de diversité sont rencontrées.

Il invite toutefois l'éditeur :

- À procéder à une évaluation du Plan annuel diversité – égalité approuvé par le Conseil d'administration le 22 mars 2019, ainsi que le prévoit le contrat de gestion, et à le communiquer au CSA ;

- À tenir annuellement des statistiques visant à dresser un état des lieux de la répartition hommes/femmes dans les ressources humaines et les postes de management et à en évaluer les évolutions, sur la base des indicateurs énoncés dans la section B (Données chiffrées sur le personnel et son évolution) ;
- À se fixer des objectifs précis, quantitatifs et/ou qualitatifs, en matière d'égalité de genre et de diversité à l'antenne et dans les ressources humaines (plus spécifiquement pour la gestion des carrières et l'accès aux fonctions managériales).

Par ailleurs, le Collège prend acte du fait que la RTBF associe égalité femmes/hommes et diversité dans une problématique et des actions communes. Néanmoins, il encourage l'éditeur à poursuivre le développement conjoint des deux axes prévus dans le contrat de gestion : la diversité ainsi que l'égalité femmes/hommes.

FINANCES

TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES

CONTEXTE

La RTBF publie sur son site internet³⁰ les informations de transparence requises³¹, en ce compris une synthèse de ses comptes annuels pour l'exercice écoulé.

Le CSA a pour mandat de monitorer et vérifier les clauses relatives à son contrat de gestion.

Comme prévu à l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur comprend notamment :

- Une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus des activités de la RTBF, distinguant ceux liés à l'exercice de ses missions de service public et ceux relevant de ses 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 ;
- Le détail des dotations ordinaires, dotations spécifiques et subventions complémentaires³² ;
- Un aperçu des rémunérations des membres du conseil d'administration, des directeurs généraux et de l'administrateur général (pour la première fois).

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises³³ et contient les comptes et bilan pour l'exercice 2019 de ses filiales et des sociétés dans lesquelles elle détient une participation inférieure à 50%, ainsi que le rapport de gestion correspondant³⁴.

³⁰ www.rtbef.be/entreprise/rtbf-groupe.

³¹ Conformément à l'article 6, § 1er, 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.

³² 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.

³³ Voy. le Rapport annuel 2019 de la RTBF, pp. 114-116.

³⁴ Voy. article 80, al. 2, du contrat de gestion.

BILAN

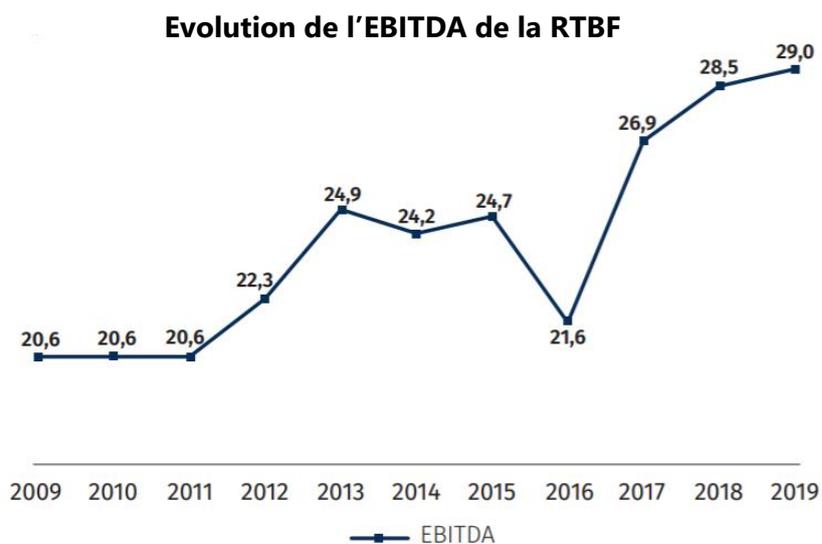
Etat des lieux

Afin d'avoir une vue exhaustive des informations financières relatives à la RTBF, la présente fiche passe en revue les données générales, les postes de revenus et ceux des dépenses.

Données générales

Revenus d'exploitation

Une des données importantes à surveiller pour avoir une idée de la santé financière de la RTBF est l'évolution de son EBITDA (Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement). En 2019, les recettes d'exploitation de la RTBF, hors recettes d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à 381,9 millions d'euros, soit une hausse de 3,4% par rapport à 2018. Tandis que les charges d'exploitation, hors charges d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à 364,5 millions d'euros, soit une augmentation de 4%. Par conséquent, le résultat d'exploitation 2019 s'établit à 17,6 millions d'euros. Si on rajoute à ce résultat les charges d'amortissement (11,5M€ en 2019), l'EBITDA de la RTBF s'établit à 29 millions d'euros. Cet EBITDA est en constante progression depuis 2009, hormis un déclin en 2016. Cette évolution peut être interprétée comme un signe de bonne santé financière. Ce résultat doit néanmoins être mis en perspective avec d'autres composantes financières, tels que son taux d'endettement, ses dotations...



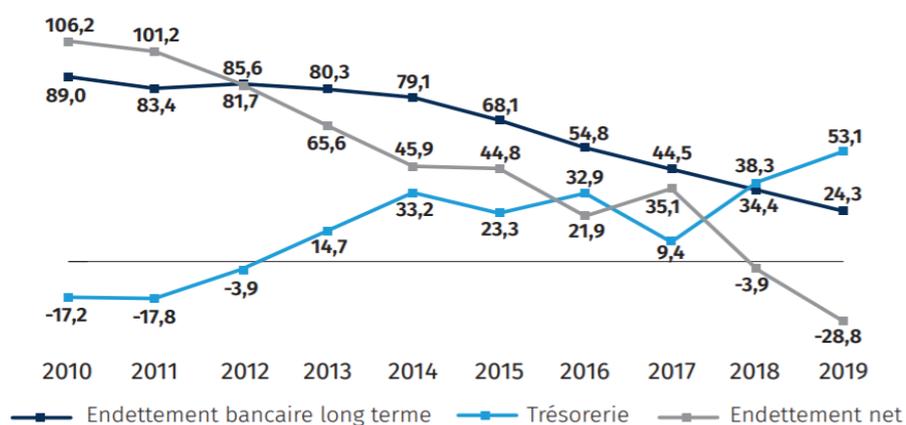
Source : Rapport RTBF 2019

Taux d'endettement

D'après le graphique ci-après, on peut aisément constater que l'endettement global de la RTBF a fortement diminué au cours de ces dernières années, ce qui rend la RTBF plus résiliente face aux chocs externes et moins exposée à un risque d'intérêt. De plus, cette baisse de l'endettement va de pair avec une hausse de sa trésorerie. En 2019, l'endettement bancaire à long terme s'élève à 24,3 millions d'euros tandis que sa trésorerie s'élève à 53,1 millions d'euros. Ce haut niveau de trésorerie donne à la RTBF des coussins de sécurité additionnels en cas de choc mais peut être interprété comme une utilisation non efficiente de ses ressources. En conclusion, les activités de la RTBF semblent être surtout financées sur ses fonds propres plutôt que par des recours à des emprunts. Cependant, il est possible que la RTBF constitue une réserve de cash en vue des investissements consentis pour le nouveau bâtiment.

EVOLUTION DE L'ENDETTEMENT BANCAIRE LONG TERME, DE LA TRESORERIE ET DE L'ENDETTEMENT NET

Le graphique ci-dessous résume l'évolution de l'endettement bancaire à long terme, de la trésorerie et de l'endettement net depuis 2010 (en millions d'euros).



Source : Rapport RTBF 2019

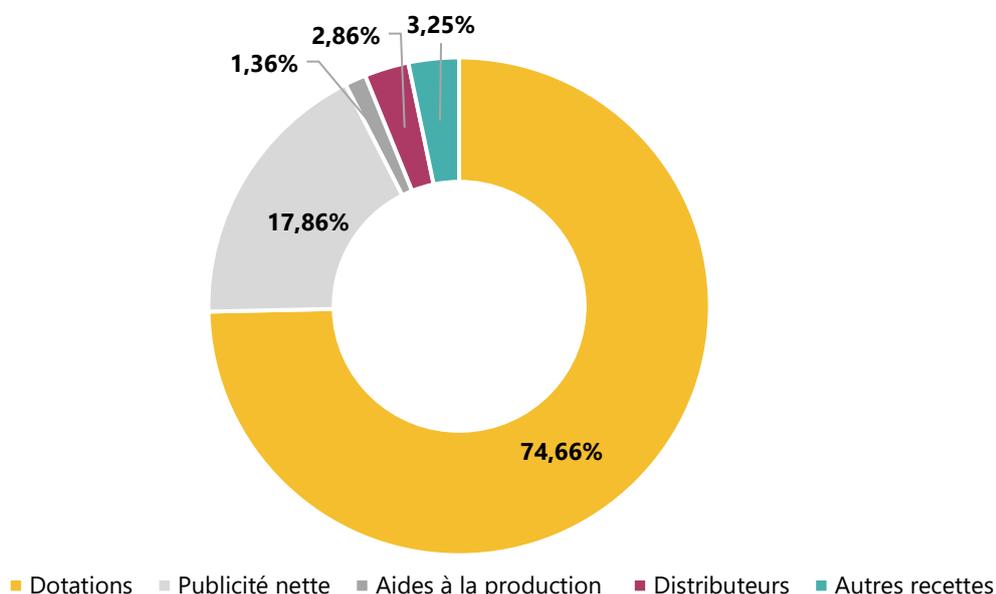
Données relatives aux revenus

Le graphique ci-dessous détaille les sources de revenus de la RTBF pour l'exercice 2019.

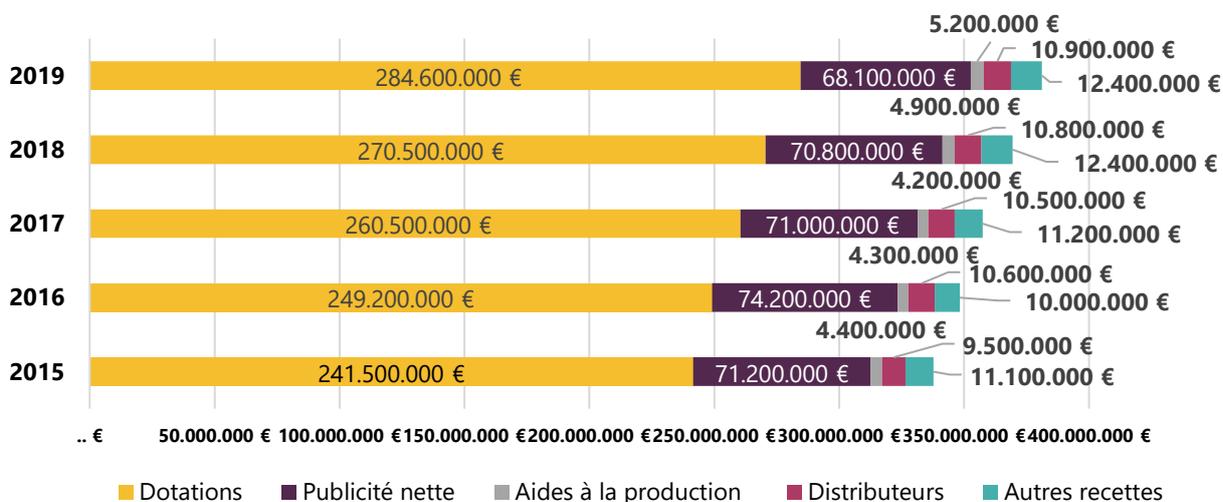
Les recettes d'exploitations de la RTBF ont augmenté depuis 2018 passant de 369,4M€ à 381,2M€ en 2019 (augmentation de 11,8M€), cette augmentation est essentiellement imputable à l'augmentation de ses dotations.

Les dotations restent de loin le premier poste de revenus de l'institution, passant de 270,5M€ en 2018 à 284,6M€ en 2019 (augmentation de 14,1M€). Cette augmentation est surtout due à l'augmentation de la dotation ordinaire. Cette dotation évolue selon les termes du contrat de gestion 2019-2022. Le second poste de revenus vient de la publicité. Il convient de ventiler ces revenus entre les différents postes de publicités pour avoir une meilleure compréhension de la tendance baissière de ceux-ci.

Répartition des revenus 2019



Evolution des recettes RTBF 2015-2019



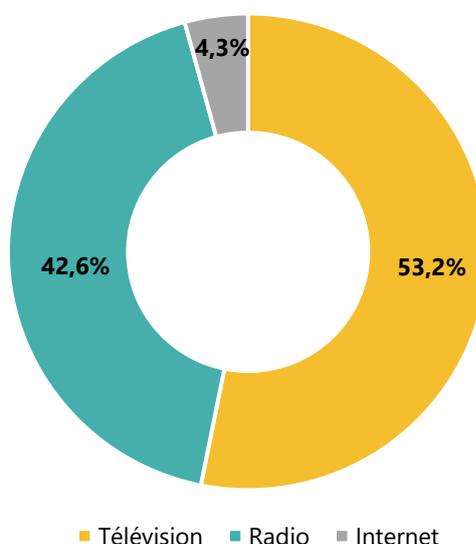
Revenus publicitaires

En 2019, on constate que les recettes publicitaires ont diminué de 3,6% par rapport à 2018. Cette diminution est surtout imputable au secteur télévisuel avec des revenus publicitaires passant de 39,5M€ en 2018 à 36,2M€ en 2019 (diminution de 8,5%). Les revenus publicitaires générés par la branche radio sont restés stables entre les deux périodes, s'établissant à 29M€ en 2019. Tandis que les revenus générés par le segment internet ont relativement fortement augmenté passant de 2,4M€ en 2018 à 2,9M€ en 2019 ce qui représente une augmentation de près de 21%. Cette augmentation est sans doute expliquée par la croissance d'Auvio. On peut donc observer une diminution des revenus publicitaires pour le segment de la télévision en partie au profit de revenus générés par les contenus digitaux. On peut s'attendre à un renforcement de cette tendance au cours des prochaines années, due à l'augmentation de contenus offerts par la RTBF sur ses plateformes digitales. Cette augmentation suit la tendance générale opérée sur le marché des médias, où on observe un transfert progressif des contenus audiovisuels et de l'offre publicitaire des plateformes traditionnelles vers le monde digital.

Il faut noter que, en vertu de son contrat, la RTBF ne peut excéder 600.000€ de revenus sous forme de display, auquel cas, elle doit reverser l'excédent au Fonds de soutien aux médias d'information. Les revenus générés par cet intermédiaire sont de 296.529 € en 2019, la RTBF respecte donc cette clause.

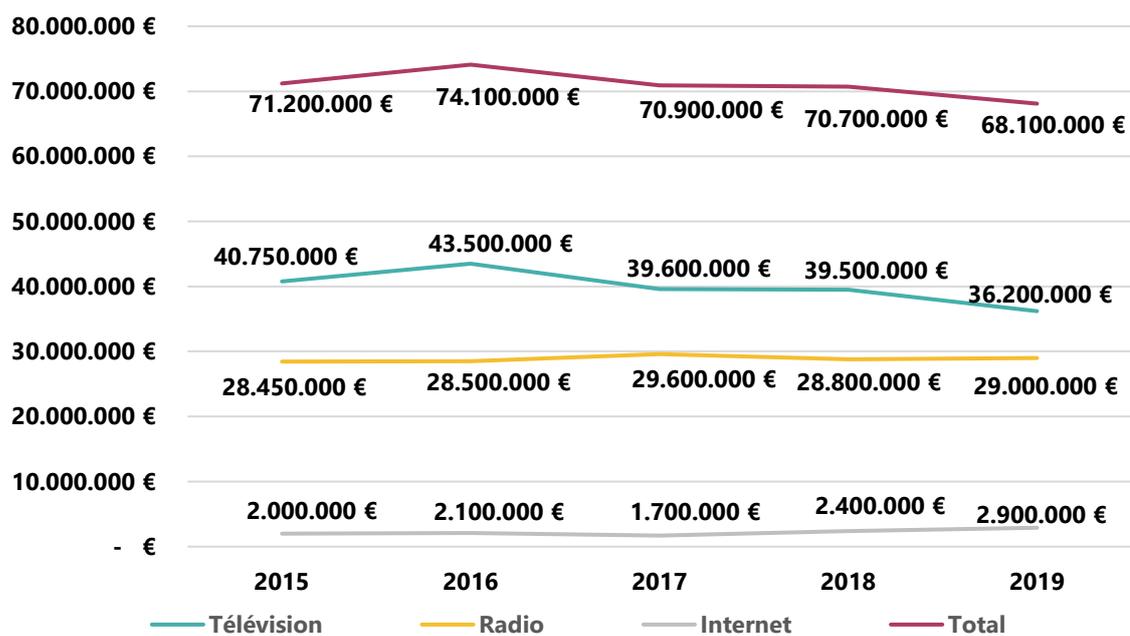
Enfin, les revenus générés par la publicité, ne peuvent dépasser 30% du total de ses recettes, ses revenus publicitaires représentent 17,9% des recettes globales en 2019, cette obligation est donc respectée.

Repartition revenus publicitaires 2019



Source : Rapport RTBF 2019

Evolution des revenus publicitaires



Données relatives aux dépenses

Coûts globaux RTBF 2019

M€	Comptes 2019	Comptes 2018	Ecart 19-18	Ecart %
Achats et Services	167,6	161,7	5,9	4%
Rémunérations	177,1	177,6	-0,5	0%
Amortissements et Réductions de valeur	13,9	14,7	-0,8	-5%
Provisions	5,4	-3,7	9,1	-246%
Autres	0,5	0,2	0,2	92%
Charges d'exploitation non récurrentes	1,7	4,7	-3	-64%
Total	366,2	355,2	11	3%

Les dépenses de la RTBF ont augmenté de 11M€ entre les deux périodes pour s'établir à 366,2M€ en 2019. Cette augmentation est imputable majoritairement à la constitution d'une provision de 5,4M€ en 2019 alors que celle-ci était de -3,7M€ en 2018. Ensuite, le poste « Achats et Services » a aussi fortement augmenté entre les deux exercices. D'après le rapport de la RTBF, cette hausse de 6 millions d'euros provient essentiellement des coûts liés à la démolition d'une partie du site Reyers, à la production des programmes ainsi qu'à une variation nette sur les achats et la consommation des droits de diffusion. Enfin, les charges d'exploitation ont diminué à concurrence de 3M€ entre les deux exercices.

Un autre poste de dépenses important pour la RTBF est constitué des rémunérations, depuis 2019, les rémunérations des membres du conseil d'administration, de l'administrateur général et des directeurs généraux sont disponibles dans le rapport de la RTBF.

AVIS

D'après les données relevées ci-dessus, il semble que la RTBF se trouve dans une situation financière confortable avec une certaine diminution de son endettement global et un résultat d'exploitation positif. Par contre, l'augmentation de ses revenus ne se fait pas de manière organique, elle est surtout due à l'augmentation de sa dotation tandis que ses revenus publicitaires déclinent.

Le Collège constate que les revenus publicitaires de la RTBF n'excèdent pas le palier de 30% des recettes totales fixé par l'article 71.4 du contrat de gestion.

L'obligation est rencontrée.

Le Collège constate que les recettes sous forme de displays sur RTBF.be/info n'excèdent pas le palier de 600.000 euros³⁵ annuels fixé par l'article 75 du contrat de gestion. En conséquence, aucun versement au Fonds de soutien aux médias d'information n'est dû pour l'exercice.

³⁵ Dans son rapport au CSA, la RTBF déclare un montant de 296.529 € de recettes sous forme de displays provenant du site RTBF.be/info.

COUT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

CONTEXTE

En vertu de l'article 64 du contrat de gestion, 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. A défaut, en cas de surcompensation, c'est-à-dire dans l'hypothèse d'un dépassement du coût net de la fourniture du service public, celle-ci ne peut excéder 10 % des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public³⁶, 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.

Le coût net de la mission de service public est obtenu en retranchant à l'ensemble des charges de l'entreprises :

- L'ensemble des produits des activités non commerciales ;
- L'ensemble des produits des activités tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public ;
- Le cout des autres activités commerciales (celles qui ne rentrent pas dans la mission de service publique).

Si existante, la surcompensation est affectée à un poste de réserve. Ce solde alimente la trésorerie de la RTBF, dont un montant de 15 millions d'euros est réservé au projet immobilier Media square en 2019.

En outre, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF rend un rapport complémentaire 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.

BILAN

Dans son « Rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public » du 24 avril 2020, le Collège des commissaires atteste que la RTBF consacre ses subventions à ses missions de service public et que la méthodologie appliquée par l'éditeur pour démontrer cette affectation est pertinente. Ce calcul est basé sur la ventilation analytique des dépenses

³⁶ Une compensation structurelle excessive poserait de graves problèmes concurrentiels. En effet, le bénéficiaire de cette aide d'Etat risquerait d'être en mesure de baisser les prix sur les marchés commerciaux à des niveaux que les concurrents ne bénéficiant pas de telles aides ne pourraient suivre comme l'a jugé la Commission européenne notamment dans sa décision du 19 mai 2004 concernant TV2 Danemark (C1-2006/217/EC). C'est pourquoi l'article 64 du contrat de gestion confie au Collège d'Autorisation et de Contrôle la mission de vérifier que le remboursement des aides excessives s'il échet soit effectif. 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.

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.

En 2019, les activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public se soldent par un résultat positif de 79 millions d'euros, soit 2,3 millions d'euros de moins qu'en 2018. Cette baisse est expliquée par la diminution des revenus publicitaires. Les recettes de ces activités concernent essentiellement la publicité, le sponsoring, les câblo-opérateurs belges et étrangers, les ventes de programmes, les ventes de DVD, l'exploitation de la téléphonie interactive, la vidéo à la demande et les ventes de CD.

Le résultat positif de ces activités contribue au financement de la mission de service public.

En 2019, les subventions ordinaires sont de 284,5M€ tandis que le coût net de la mission est de 273,2M€. Les dotations sont supérieures pour un montant de 11,3 millions d'euro, montant inférieur à 10% du coût net de la mission de service public.

AVIS

Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public³⁷ et une synthèse des charges de production de contenus, des charges de diffusion et des charges de technologies et supports³⁸ conformément à l'article 78.3 du contrat de gestion.

Le Collège des commissaires conclut que le niveau de dotation révèle une surcompensation pour un montant de 11,3 millions d'€, montant restant inférieur à 10% du coût net de la mission de service public.

³⁷ Voir Tableau « Coût net de la mission de service public » page 81 du Rapport annuel 2019.

³⁸ Voir pp. 76-77 du Rapport annuel 2019.

EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES IMPORTANTS OU DES MODIFICATIONS SUBSTANTIELLES DES SERVICES EXISTANTS

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 retient à son article 45.2 qu'un service ou une modification d'un service doit remplir les deux conditions cumulatives suivantes :

- *Un nouveau domaine d'activité de l'entreprise, à savoir, tout service ou modification aboutissant à un service, autres que ceux visés aux articles 42 bis, 42 quater et 42 sexies ne tombant pas dans les conditions d'exemption prévues ci-dessous ;*
- *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 de la subvention allouée à la RTBF en contrepartie de ses missions de service public pour ces trois premières années ; un service dont le coût marginal prévisionnel pour les trois premières années ne remplit pas le seuil des 3% de la subvention allouée à la RTBF, mais qui au cours des trois premières années de sa mise en service est amené à le dépasser, fera l'objet d'une évaluation préalable en vertu du nouvel article 9 bis du décret statutaire et du présent article.*

L'article 45.2 comporte également les conditions d'exemption suivantes, ne constituant pas au sens de cet article un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant :

- *La diffusion ou la distribution simultanée des programmes, séquences de programmes et œuvres audiovisuelles extraits des services audiovisuels linéaires sur une nouvelle plateforme de diffusion ou de distribution, en application du principe de neutralité technologique ;*
- *Un service temporaire de moins de dix-huit mois effectué sous forme de test d'innovation destiné à collecter des informations sur la faisabilité et la valeur ajoutée de ce service temporaire ; s'il est décidé de lancer ce service temporaire de manière permanente et que celui répond à la définition de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant, une procédure d'évaluation préalable sera initiée (...).*

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 transmet au bureau du CSA, dans le cadre de son rapport annuel, une synthèse des décisions qu'il prend concernant des nouveaux services ou des

modifications de services existants qui, au terme de son analyse, ne sont ni nouveaux, ni importants au sens de l'article 9bis du décret et au sens du présent article du contrat de gestion.

Le conseil d'administration notifie sur le champ toute décision, qu'elle soit positive ou négative, qu'il prend concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, 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 à l'article 45.2 du présent contrat de gestion, 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 à l'article 45.1 du présent contrat de gestion.

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 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.

AVIS

Le Collège regrette d'une part de ne pas être informé en cours d'exercice des décisions prises par le Conseil d'administration de la RTBF dans le cadre de la procédure d'évaluation des nouveaux services importants, et d'autre part de ne pas disposer d'éléments lui permettant d'analyser lesdites décisions autrement qu'à travers la synthèse extrêmement succincte transmise par la RTBF dans le cadre du rapport annuel. En effet, en l'absence de ces éléments, la démarche de contrôle exercée par le Collège ne peut s'exercer que si le Conseil d'administration de la RTBF venait à considérer un nouveau service audiovisuel comme important, tout service qualifié comme ne relevant pas de la catégorie de nouveau service important ou d'une modification substantielle de service existant n'étant soumis ni au Collège, ni au Bureau.

Pour sa part, la RTBF a informé le CSA du fait que deux dossiers relatifs aux nouveaux services avaient fait l'objet d'une décision du Conseil d'administration dans le courant de l'année 2019. Le Conseil d'administration a conclu sur base de la procédure d'évaluation mise en œuvre par l'éditeur que ces services ne devaient pas être qualifiés comme « nouveau service important ou modification substantielle d'un service existant. »

Le Collège prend acte de cette communication de la RTBF selon laquelle ces nouveaux services ne constituent pas de nouveaux services importants ou de modifications substantielles d'un service existant.

PARTENARIATS – COLLABORATIONS - SYNERGIES

CONTEXTE

La RTBF doit entretenir des partenariats avec de nombreux acteurs du secteur audiovisuel mais aussi avec la presse écrite, l'enseignement ou l'industrie. Ces obligations se retrouvent en divers endroits du contrat de gestion, sous de nombreux articles différents :

- Article 12 – Partenariats avec les acteurs du secteur de la production audiovisuelle ;
- Article 14 – Partenariats avec d'autres producteurs de programmes et éditeurs de services ;
- Article 15 – Développement de « pôles médias » - partenariats avec les écoles – partenariats industriels et de recherches et développements (lié à l'article 62 sur la créativité et à l'article 58 sur les collaborations technologiques) ;
- Article 26 – Objectifs en matière de programmes culturels – collaboration avec ARTE ;
- Article 31 – Objectifs en matière de partenariats avec le secteur de l'enseignement (lié à l'article 17 sur la valorisation des archives numériques) ;
- Article 53 – Presse écrite imprimée ;
- Article 57 – Télévisions locales ;
- Article 59 – Coopérations internationales (lié à l'article 14).

BILAN

Les partenariats avec les acteurs du secteur de la production audiovisuelle sont traités dans le cadre de la fiche sur la production indépendante.

[Partenariats avec d'autres producteurs de programmes et éditeurs de services \(art. 14\) et coopération internationale \(art. 59\)](#)

L'article 14 sur les partenariats est décomposé en quatre catégories d'autres producteurs et éditeurs de services :

- a) Les organismes de radio et de télévision de service public de l'Union européenne et de la francophonie ;
- b) Les organismes de radio et de télévision de service public de la Communauté flamande et de la Communauté germanophone de Belgique ;
- c) Les télévisions locales de la Fédération Wallonie-Bruxelles (voir le point spécifique ainsi que l'article 57 du contrat de gestion) ;
- d) Des éditeurs privés de services de médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles [nouveau du cinquième contrat de gestion³⁹].

Les obligations en cette matière sont peu détaillées, le rapport annuel 2019 fait état des éléments suivants :

³⁹ Article 14 d) du contrat de gestion : « dans le respect du droit européen et notamment du droit de la concurrence ainsi que dans le strict respect des lignes éditoriales de chaque média, la RTBF peut envisager favorablement toute forme de partenariat ou collaboration avec un ou des éditeurs privés de services de médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles, pour autant qu'il en résulte un avantage déterminant pour les usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles en termes d'accessibilité à des offres de programmes et de contenus. »

Sur les partenariats avec les organismes de radio et de télévision de service public de l'Union européenne et de la francophonie (art. 14 a)) et la coopération internationale (art. 59), la RTBF indique être membre active des organismes, entraînant les types de coopération suivants :

- L'Union européenne des Radiodiffusion (UER) :
 - Relais de cultes catholiques et protestants ;
 - Concours Eurovision de la Chanson (2 demi-finales et finale) ;
 - Locations de liaisons ;
 - Locations de canaux télétexte ;
 - Offre UER de concerts (TV et radio) ;
 - Offre UER de sport (TV et radio) ;
 - Echange d'informations.

- Le Conseil international des Radios Télévisions d'Expression française (CIRTEF) – organisme favorisant la coopération entre radios-télévisions de 34 pays dont une partie importante située en Afrique :
 - Hébergement du CIRTEF dans les locaux de la RTBF (site Reyers) ;
 - Mise à disposition de deux collaborateurs, détachement de personnel et prêt de matériel dans le cadre de programmes de formation radio ;
 - Dans son rapport annuel la RTBF signale le programme « Reflets Sud » intégrant des reportages et séquences produites par les télévisions francophones du Sud mais ce programme semble ne plus exister (depuis environ 3 ans).

- L'Union Radiophonique et Télévisuelle Internationale (URTI) :
 - Échange de programmes de TV et de radio : la RTBF met à disposition des programmes libres de droit à l'échange ;
 - L'URTI organise annuellement deux grands prix du documentaire, l'un pour la TV, l'autre pour la radio.

- L'association des Médias francophones publics (MFP), association entre la RTBF, la RTS, France télévision, Radio France, CBC-Radio Canada, TV5 Monde et TV5 Québec Canada pour l'échange et la coproduction de programmes, anciennement association des « Radios francophones publiques » ce qui explique que les échanges et coproductions actuellement mis en valeur sont principalement issus de radios.
 - Le rapport annuel de la RTBF indique une quinzaine d'échanges et de coproductions :
 - Parmi les coproductions on peut citer « La librairie francophone » (radio et TV), « L'accent des autres », les « découvertes francophones » ou encore les séries sur un artiste, un évènement, en 2019 : Woodstock 1969, « I love Legrand » (sur Michel Legrand), « De l'aube à l'aube » (sur Alain Bashung) ;
 - On peut aussi signaler les prix des MFP :
 - Le prix « Jeune soliste » ;
 - Le prix du journalisme radio ;
 - La bourse René Payot.

- TV5 Monde

- La RTBF est actionnaire de TV5 Monde, à ce titre elle met à sa disposition des programmes ou extraits de programmes, libres de droits aux fins d'une diffusion sur les signaux et services de TV5 ;
 - Sur base quotidienne, les programmes suivants sont repris : le JT de 13H00, le JT de 19H30 (Asie et Pacifique), Vews (Afrique), Les Niouzz (Web TV) ;
 - Pour 2019, cinq programmes étaient diffusés en intégralité et 18 films courts ou longs métrages ;
 - Quarante programmes ont été diffusés après remontage.
- Sur les collaborations avec les organismes de radio et de télévision de service public de la Communauté flamande et de la Communauté germanophone de Belgique (art. 14 b)), le rapport annuel contient les éléments suivants :
- Les collaborations avec la VRT
- Pour 2019, le rapport de la RTBF ne fait état d'aucune coproduction en matière de fiction et en matière de programme jeunesse ;
 - Les collaborations en matière de sport consistent en des échanges d'images (productions alternées entre la VRT et la RTBF) sur les matches de l'Europa League. À noter que les droits des matches de Diabes Rouges sont désormais chez VTM – les échanges pour les cinq matches de 2019 étaient donc avec VTM ;
 - En revanche, concernant les documentaires, le rapport indique deux coproductions : « Brexit, the clock is thicking » et « Un autre paradis » ;
 - Enfin, en matière de culture et de divertissement, la RTBF rapporte des échanges de captations de concerts.

En conclusion, les éléments rapportés sont majoritairement des échanges d'images et des productions / captations en alternance qui sont ensuite partagées.

- Les collaborations avec la BRF
- Toutes les collaborations avec la BRF sont d'ordre technique : prêts de sites d'émission, échanges de radiofréquences FM et DVB-T (pour la diffusion de télévision par voie hertzienne terrestre numérique) et diffusion des services de la BRF sur les multiplexes DAB+.

Sur les collaborations avec les télévisions locales, cette obligation fait l'objet d'un point distinct dans la présente fiche.

Sur les collaborations avec des éditeurs privés de services de médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles, on peut citer le lancement officiel de l'offre des réseaux de radios publiques et privées sur le DAB+ à l'automne 2019 et un soutien de la RTBF sur le Télévie organisé par RTL-TVi en 2020.

[Développement de « pôles médias » - partenariats avec les écoles – partenariats industriels et de recherches et développements \(art. 15\), créativité \(art. 62\) et collaborations technologiques \(art. 58\)](#)

Selon l'article 15 (résumé ci-après), la RTBF :

- Stimule et participe à la constitution de « pôles et clusters médias » entre autres avec les universités, les écoles de journalisme, de communication ou formant aux métiers et techniques de l'audiovisuel, et avec toutes industries en lien avec ses domaines d'activités ;
- S'intéresse à la recherche, tant fondamentale qu'appliquée et au développement et aux projets industriels menés par des institutions et sociétés, y compris des incubateurs et des start-ups dans les domaines :
 - o Des médias ;
 - o Des services de médias audiovisuels à haut débit et dans les services à la demande ;
 - o Des services de la société de l'information, en ce compris les réseaux et médias sociaux.

Selon l'article 62 (créativité au sein de la RTBF), la RTBF soutient, par des mécanismes internes, la créativité culturelle et artistique et l'innovation technologique de son personnel (en matière de propositions de programmes novateurs, de liens entre le pôle « contenus » et le pôle « médias », de projets de coproductions, de création de liens entre les différents acteurs de la création audiovisuelle) (article résumé).

La RTBF fait état de nombreux éléments, principalement dans le chapitre ayant trait à la créativité :

- Parmi ceux-ci on peut citer les collaborations avec des startups dans le domaine de l'audiovisuel dans le cadre du projet « Sandbox RTBF », ces collaborations sont au nombre de cinq en 2019, elles portent sur des projets d'indexation automatique, d'analyses d'émotion à l'aide de l'intelligence artificielle, de workflow ou de prescription de titres adaptés aux formats de la RTBF ; La RTBF fait partie du « Sandbox Hub », un projet international d'innovation média en collaboration avec 18 entreprises publiques et privées (côté public, de nombreux SMA publics européens (dont la VRT), côté privé : DPG Media ou Red Bull Media House, notamment). L'objectif principal du réseau « Sandbox Hub » est d'échanger des stratégies technologiques et des mécanismes d'innovation entre les organisations média, de mettre en place des collaborations internationales et de permettre aux startups locales et aux PME de se développer ;
- Le rapport indique à l'article 58⁴⁰ la collaboration de la RTBF avec la société Data Reco S.A., cofondée en 2018 avec Data Fellas qui détient 60% alors que la RTBF en détient 40%. Data Reco est spécialisée dans le développement d'algorithmes de recommandation de contenus pour la mise en valeur des contenus produits par l'éditeur (évalués à 250.000 médias audiovisuels et 905.000 articles) ;
- On peut également citer deux projets d'innovation, l'un avec l'UMons, l'autre avec l'UCL ;
- Enfin, le projet Media Square / Media Park qui doit accueillir en plus de la RTBF et de la VRT des écoles et des PME du secteur audiovisuel. Pour le moment la RTBF accueille les sections photo, cinéma et relations publiques de la Haute-Ecole Ilya Prigogine.

⁴⁰ Article 58 du contrat de gestion : « *La RTBF entretient des contacts et des collaborations avec des sociétés publiques ou privées et des centres innovants de recherche en Fédération Wallonie-Bruxelles, et spécialement avec les sociétés ou agences publiques régionales en charge du développement technologique.* »

Objectifs en matière de programmes culturels – collaboration avec ARTE (art. 26)

Par rapport à la précédente version du contrat de gestion, les objectifs sont nettement simplifiés et se résument à la poursuite de *la mise en œuvre du projet ARTE Belgique, en collaboration avec ARTE GEIE, notamment par le biais de coproductions de programmes culturels, de coproductions de documentaires avec les producteurs audiovisuels indépendants et de collaborations sur différentes plateformes numériques.*

- Les programmes à vocation culturelle sous forme de « *fenêtre d’ancrage régional d’Arte* » :
 - « Tout le BAZ’ART » - portraits d’environ 26 minutes de personnalités belges : 22 éditions différentes (dont trois long « best-of ») en 2019 ;
 - « Le doc de Tout le BAZ’ART » - 17 éditions différentes en 2019 pour une durée moyenne de 83 minutes.
- Les coproductions documentaires : le rapport fait état de huit documentaires coproduits plus une websérie documentaire.
- Les événements : la journée Beethoven et le Concours musical Reine Elisabeth.
- Par ailleurs, de nombreux programmes d’Arte (« La sélection d’Arte ») sont à disposition sur [Auvio](#) et de nombreux programmes de la RTBF (« C’est bon, c’est bien, c’est belge ! ») sont à disposition sur [Arte.tv](#).

Objectifs en matière de partenariats avec le secteur de l’enseignement (art. 31)

Pour cette obligation, le contrat de gestion renvoie à l’article 17 sur les objectifs de valorisation des archives numériques de la RTBF via la SONUMA, à destination du secteur de l’enseignement, notamment. Le bilan sur les archives est à lire en page 11 du présent avis.

En outre, le contrat de gestion indique que « *la RTBF et l’administration générale de l’enseignement peuvent conclure des partenariats en vue de coproduire et diffuser des programmes ou séquences de programmes visant à informer les étudiants et leurs parents, sur le rôle et les missions de l’école et sur le monde de l’enseignement en général.* »

Le projet « e-Classe » mentionné dans la partie sur les archives en est un exemple.

Presse écrite imprimée (art. 53)

La RTBF doit entretenir des partenariats réguliers avec les entreprises de presse écrite imprimée, quotidienne ou périodique, de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Ces partenariats peuvent consister en :

- a) Des collaborations rédactionnelles ;
- b) Des synergies reposant sur des échanges de contenus et des échanges d’espaces promotionnels⁴¹ ;
- c) Des collaborations et mises en valeur réciproques, entre autres par des renvois mutuels d’hyperliens et de trafic entre sites d’information ;
- d) Des opérations ponctuelles telles que celles portant sur l’encouragement de la lecture de la presse ;
- e) Des développements communs d’applications destinées à leurs services audiovisuels.

⁴¹ Notamment la mise à disposition des contenus audiovisuels de la plateforme Auvio sur les sites internet des éditeurs de presse écrite, pour illustrer des articles de presse, via le player RTBF.be.

Enfin, la RTBF pourrait envisager la diffusion gratuite d'une campagne d'intérêt général par an en faveur de la presse écrite imprimée en général.

Concernant les partenariats rédactionnels, on peut noter des collaborations avec des journalistes de presse écrite qui interviennent comme chroniqueurs réguliers sur les antennes de la RTBF (par exemple Anne Delvaux (Le Soir), Amid Faljaoui (Le Vif/L'Express et Trends-Tendances), Frédéric Bréban (Trends-Tendances), ...).

Pour les synergies promotionnelles, le rapport 2019 fait état d'échanges avec la presse quotidienne pour un montant total de 2.740.000 € (titres : Vers l'Avenir, La Libre Belgique et ses suppléments, La Dernière Heure, L'Echo - Mon Argent – Sabato, Le Soir, Sud Presse). Et la presse hebdomadaire pour un montant total de 1.599.900 € (titres : Télépro, Ciné Télé Revue, Psychologies Magazine – Parents, Elle Belgique - Elle Deco -Fifty&Me, Arts & Déco – Gentlemen, Paris Match, Courrier International, Le Ligueur, Tu bâtis, je rénove - Déco Idées- Moniteur Auto, Plus Magazine - Nest -Sport Mag, Trends - Tendances - Vif l'Express, Vif Focus - Vif WE - Trends Style, Femmes d'aujourd'hui – Gael - Gael Maison – Flair, Moustique - Télé Pocket).

En matière de collaboration, on peut également citer les sondages d'opinion RTBF/La Libre/ De Standaard/VRT/ Kantar TNS réalisé deux fois par an sur les intentions de vote et les questions d'actualité en prolongement.

Télévisions locales (art. 57)

Les obligations figurant au contrat de gestion peuvent être résumées de la manière suivante : la RTBF doit développer avec les télévisions locales de la Fédération Wallonie-Bruxelles des synergies, ces dernières peuvent prendre différentes formes :

- a) Échanges d'images, collaborations éditoriales et rédactionnelles, couvertures d'évènements, échanges de journalistes et de sujets, fournitures de programmes ou séquences de programmes, coproductions, promotions réciproques, plateformes de concertation éditoriale commune ;
- b) Coproduction de magazines ;
- c) Diffusion de programmes et notamment diffusion des services de médias audiovisuels sonores de la RTBF sur les télévisions locales ;
- d) Prestations techniques et de services (contre rémunération ou échange) ;
- e) Participation commune à des manifestations régionales ;
- f) Développement et de valorisation d'un portail internet d'information régionale commun (actuellement dénommé vivre ici) ;
- g) Synergies immobilières, techniques, matérielles et opérationnelles entre la RTBF et les télévisions locales (hébergement dans des bâtiments et infrastructures communs et mutualisés, compatibilité technologique du matériel dans la perspective d'achats communs, mutualisation des moyens de captations pour la couverture de certains évènements, échanges de matériel de captations pour sous-traitants et organisateurs d'évènements sportifs et culturels (moyennant facturation), mise à disposition d'infrastructures techniques pour coproductions ou programmes, « recherche et développement » conjointe de pôles d'expertise communs (cluster Twist), formations professionnelles conjointes).

La RTBF a l'obligation d'entretenir des contacts réguliers avec l'association représentative des télévisions locales et avec les télévisions locales elles-mêmes au sein du comité de concertation instauré par la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Elle examine avec les télévisions locales situées dans les villes dans lesquelles elle possède des sites de production et des centres logistiques les possibilités de regrouper, optimiser et mutualiser les moyens de production.

Enfin, la RTBF ne peut mettre en place des décrochages télévisuels locaux sans en informer la télévision(s) locale(s) concernée(s) et sans l'accord préalable du Gouvernement.

Pour l'exercice 2019, le rapport annuel et les annexes font état d'échanges et synergies qui sont synthétisées dans le tableau ci-dessous :

Média de proximité	Coproductions (b)	Locaux (g)	Echanges images / sujets / ... (a)	Diffusion (c)
Antenne Centre Télévision - ACTV				
BX1				Matinale de La Première
Canal C	Alors on change ⁴²		4 (non détaillé)	Projet de diffusion de la matinale de Vivacité
Canal Zoom	Alors on change			
MAtélé			1 archive (RTBF > TVL)	
Notélé	Alors on change		1 séquence (RTBF > TVL)	
RTC Télé-Liège	Alors on change		5 (images et sujets)	Matinale de Vivacité
Télesambre	Alors on change	Locaux communs avec la RTBF (Médiasambre) & studio info partagé	44 (images et sujets (bcp de foot))	
Télévision Mons-Borinage - Télé MB	Alors on change			Matinale de Vivacité
TV Com		Newsroom commune avec Vivacité	9 (non détaillé)	Matinale de Vivacité

⁴² Mensuel d'éducation permanente coproduit par huit médias de proximité et la RTBF qui va à la rencontre de personnes « qui ont osé faire le pas en changeant leur manière de travailler, de consommer, de vivre, en s'engageant sur une voie durable et plus épanouissante ».

TV Lux	Alors on change	Rédaction de Vivacité Luxembourg installée dans les locaux TV Lux	4 (non détaillé)	Matinale de Vivacité
VEDIA	Alors on change		8 (images et sujets)	Matinale de Vivacité

Comme on peut le constater dans le tableau ci-dessus et d'après les informations transmises, la RTBF n'a eu aucun échange avec Antenne Centre et Canal Zoom et très peu avec BX1, Matélé et Notélé.

Ce constat peut cependant être nuancé par les données rapportées par les médias de proximité (nouveau nom des télévisions locales) eux-mêmes. Ainsi, Antenne Centre déclare fournir au programme « La Tribune » (football) des images de rencontres de divisions régionales et maintenir une dynamique dans la couverture conjointe d'événements sportifs tels que des matches de football ou le Tour de France. Elle déclare également des collaborations techniques à l'occasion et des échanges promotionnels (avec Vivacité). BX1 déclare des synergies actives entre sa rédaction et celle de la RTBF (interventions régulières de journalistes de la RTBF dans le programme « Les Experts », notamment), des opérations rédactionnelles communes et des échanges de visibilité avec Vivacité. Sans oublier au niveau technique la diffusion de son signal en TNT sur l'infrastructure de la RTBF. Canal Zoom déclare la diffusion hebdomadaire sur Vivacité d'un billet de présentation de ses programmes. Matélé déclare des échanges d'images ou de reportages complets dans le cadre de l'information, évalués par l'éditeur à une dizaine en 2019, elle a fourni des reportages d'archives en vue d'illustrer le programme « Babel Café » et fournit au programme « La Tribune » des images de phases de jeu. Enfin, Notélé déclare des échanges réguliers de séquences dans le cadre de l'information, notamment culturelle et fournit au programme « La Tribune » des images de rencontres de divisions régionales. Elle relève aussi des synergies techniques à l'occasion de captations de manifestations sportives et folkloriques. La couverture d'un procès d'assises a également donné lieu à des partenariats durant l'exercice.

Pour terminer, il convient de mentionner le portail web « Vivre Ici », source considérable d'informations locales et de proximité alimentée par les 12 médias de proximité et la RTBF. Depuis septembre 2019, le programme en décrochage régional de Vivacité « Aller-Retour » a été rebaptisé « Vivre Ici » et donne plus de place aux journalistes de la plateforme et aux contenus des médias de proximité. En effet, le rapport relève la production conjointe de vidéos à destination des réseaux sociaux avec Canal Zoom, des Facebook live sur des événements avec Védia et Canal C, des échanges de contenus avec Notélé, Védia, du soutien aux opérations spéciales avec Matélé, ...

AVIS

Les intentions du contrat de gestion en matière de partenariats, synergies et collaborations sont nombreuses, disséminées dans différents articles et parfois redondantes. Elles sont par ailleurs rarement quantifiées et peuvent prendre des formes variées. Dans ce contexte, il n'est dès lors pas simple de conclure de manière homogène et transversale sur ces intentions. Le Collège note que le rapport et ses annexes font état d'actions dans tous les domaines cités dans la présente fiche, en ce sens, il peut estimer que les obligations sont rencontrées.

Le Collège salue le dynamisme du réseau des médias francophones publiques, en revanche, il encourage la RTBF à renforcer ses liens avec la VRT, particulièrement en matière de coproduction.

Enfin, et comme il le constate également chaque année dans le cadre des avis des médias de proximité, le Collège invite la RTBF à intensifier encore ses collaborations avec ces derniers, d'autant que les relations entre la RTBF et certains de ces médias en particulier semblent peu développées.

Sur ce point comme sur d'autres, les objectifs des obligations du contrat de gestion gagneraient à être mieux définis pour que la bonne exécution de ces obligations soit plus objectivable et quantifiable.

CONCLUSION GENERALE

Pour l'exercice 2019, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : la production propre, les quotas de diffusion d'œuvres européennes et d'œuvres européennes indépendantes récentes, les programmes de développement culturel, la webcréation et les quotas musicaux.

Dans ces domaines, le Collège constate que la RTBF dépasse régulièrement les objectifs fixés par son contrat de gestion.

En matière d'information, le Collège constate que l'article 22.3.a.3 de son contrat de gestion vise un programme de débat mensuel - distinct de « A votre avis » - qui n'apparaît pas en tant que tel dans la programmation de l'éditeur. Considérant néanmoins le nombre important de débats et d'échanges contradictoires portant sur des thématiques de société qui ont été diffusés dans le contexte de la campagne électorale, il admet qu'un programme « visant le public le plus large possible et poursuivant l'objectif de permettre un débat contradictoire et constructif sur des questions politiques, économiques, sociales ou environnementales » a bien été diffusé durant l'année 2019. Il insiste cependant pour que la RTBF produise, en télévision, un programme identifiable conforme à l'article 22.3.a.3 de son contrat de gestion.

Toujours sur l'information, le Collège constate que pour l'obligation de diffuser « *au moins 10 fois par an, un documentaire commandé à des auteurs indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles, produit par la RTBF ou coproduit avec un producteur indépendant* », les informations communiquées par la RTBF ne permettent pas de conclure que l'obligation a été respectée en 2019, il sera donc particulièrement vigilant quant aux informations données par l'éditeur et à la bonne exécution de cette obligation lors des prochains contrôles.

Sur les quotas musicaux, le Collège s'interroge quant à l'absence d'objectifs à atteindre en termes de programmation musicale pour les nouveaux services Viva+ et Jam dans le cadre défini par le Contrat de gestion, étant donné les obligations définies par ailleurs dans le décret consolidé sur les services de médias audiovisuels et s'appliquant aux services privés.

En outre, bien que les quotas en la matière soient atteints, le Collège constate, au même titre que lors des contrôles précédents, que la diversité des spectacles diffusés en télévision ne reflète pas le dynamisme du secteur de la scène en Fédération Wallonie-Bruxelles, en particulier dans le domaine chorégraphique.

Au sujet du Fonds pour les séries belges, le Collège constate, pour la seconde année consécutive, que la RTBF n'a pas atteint l'objectif d'y consacrer 25% de l'engagement minimum imposé. La RTBF déclare que plusieurs projets de production de séries sont en cours et devraient permettre d'atteindre le quota pour les exercices à venir. Toutefois, l'éditeur souhaiterait bénéficier d'une flexibilité dans l'affectation de l'arriéré cumulé des exercices 2018 et 2019. Ce montant est provisionné : 5.392.053 €. Vu les arguments exposés par la RTBF et repris dans le présent avis, le Collège reste ouvert aux propositions que l'éditeur pourrait officialiser en ce sens. Le cas-échéant, il invite la RTBF à concerter ses propositions avec les autres parties concernées.

Concernant le sport, le Collège note que la diversité de la programmation sportive pourrait être améliorée dans le sens d'une couverture élargie des disciplines moins médiatisées. En matière de sports féminins, le Collège constate des initiatives variées. Il relève toutefois que les résultats statistiques restent largement perfectibles. En outre, la diversité de genre au sein-même des équipes de journalistes sportifs et de chroniqueurs, en dépit de quelques initiatives, pourrait être utilement améliorée face à cet enjeu. Sur les sports pratiqués par des personnes en situation de handicap, l'exercice 2019 reste très peu fourni. Les performances des athlètes belges mériteraient pourtant une exposition plus soutenue. Le Collège rappelle que l'association entre le handicap et la performance sportive est une manière pour l'éditeur de service public de contribuer à lutter contre les stéréotypes. Le Collège restera très vigilant quant à la prise en charge progressive par la RTBF de cet enjeu de service public.

En ce qui concerne les archives audiovisuelles, le Collège constate que la RTBF rencontre ses obligations, mais invite toutefois la RTBF et la SONUMA à une plus grande transparence dans la réalisation des missions de sauvegarde du patrimoine audiovisuel et d'ouverture des fonds vers les publics, à travers la publication de chiffres d'avancement qui permettraient d'avoir une idée plus claire du volume d'archives restant à numériser d'une part, et de la proportion de contenus mis en ligne à travers les différentes plateformes d'autre part. Le Collège encourage également la RTBF et la SONUMA à rendre accessibles aux différents publics les archives de la radio publique qui constituent un patrimoine d'une richesse exceptionnelle.

En matière d'accessibilité des programmes, le Collège salue les initiatives prises par la RTBF. Néanmoins, en vue de rencontrer les objectifs du nouveau Règlement, il invite l'éditeur à intensifier fortement sa prise en charge de cet enjeu d'intérêt général. Pour rappel, un premier palier d'obligations sera contrôlé sur l'exercice 2021.

Le Collège invite la RTBF à poursuivre ses efforts dans le développement de partenariats avec le secteur des télévisions locales. Le contexte économique est difficile pour l'ensemble du secteur audiovisuel. Le moment est donc opportun pour dégager de nouvelles synergies créatives et financières entre éditeurs de service public. Le Collège invite les parties impliquées à intensifier la concertation.

Pour terminer, s'agissant de l'éducation permanente et en particulier de l'obligation reprise à l'article 28.4 de proposer 10 éditions d'un programme visant à décrypter et analyser les grandes questions de société et d'éducation et s'adressant à tous, le Collège constate que l'éditeur y répond principalement par des programmes d'information qui remplissent déjà une autre mission essentielle de l'éditeur, celle d'informer. Le Collège invite donc l'éditeur à réfléchir à une réponse plus spécifique à cette obligation par un programme unique d'au moins dix éditions, s'adressant à toutes et tous et se démarquant des programmes d'information.

De manière transversale, le Collège est très attentif à ce que la pérennité des missions de service public de la RTBF puisse être garantie sur ses services linéaires. La diversification des canaux de communication et de diffusion répond indéniablement à l'évolution de la consommation des médias et permet notamment de toucher les jeunes publics. Ainsi par exemple, des programmes destinés à débattre sur d'importants sujets de société connaissent des développements sur les réseaux sociaux qui favorisent des interactions avec le public.

Néanmoins, il ressort de la récente étude du Conseil supérieur de l'audiovisuel « Médias: Attitudes et Perceptions » (MAP), consacrée aux modes de consommation des services de médias audiovisuels en Fédération Wallonie-Bruxelles, que la télévision linéaire est encore loin d'être en mode d'extinction.

Cette étude révèle notamment que 11,5% des ménages interrogés ne disposent pas d'une connexion Internet et que 11,6% des autres ménages disposent d'une mauvaise ou d'une très mauvaise connexion.

Le Collège souligne dès lors l'importance de pérenniser les contenus audiovisuels concrétisant les missions de service public de la RTBF sur ses services linéaires. Ceux-ci demeurent en effet les plus accessibles et les plus visibles pour le plus grand nombre. A cet égard, le Collège s'interroge sur le choix de diffuser les Masters de tennis en fauteuil roulant en direct sur Auvio. Dès lors que cette plate-forme est essentiellement destinée à offrir la possibilité de revoir ou de réécouter des programmes à la demande, ce choix n'était sans doute pas le plus pertinent pour rencontrer l'objectif, inscrit dans le Contrat de gestion de la RTBF, de promouvoir les sports pratiqués par les personnes porteuses d'un handicap.

Le Collège relève enfin que si le Contrat de gestion laisse le choix des canaux de diffusion à la libre appréciation de la RTBF, au nom de sa liberté éditoriale, le choix de ceux-ci est déterminant pour évaluer la concrétisation de ses missions de service public. Il n'est sans doute pas inutile de rappeler que l'exercice de ce choix doit, au terme de l'article 20 du contrat de gestion, faire l'objet d'une triple justification de la part de l'éditeur (objectivation du choix sur base d'études internes ou externes, efficacité financière, campagne d'information à destination des publics concernés).