

Bilan du service de médiation et de relations avec les publics

Année 2016



Avant-propos

Chaque année, le service de Médiation et de Relations avec les publics de la RTBF publie un rapport chiffré.

En termes statistiques, les réactions reçues ne peuvent être considérées comme représentatives de l'ensemble des publics de la RTBF. Les chiffres ne tiennent en effet pas compte des réactions sur les réseaux sociaux (les pages Facebook et les comptes twitter de la RTBF), ni des commentaires postés en réaction des articles des différents sites internet de la RTBF.

Les quelques milliers de dossiers traités chaque année par le service de Médiation et de Relations avec les publics de la RTBF n'en sont pas moins significatifs. Ils marquent des tendances. Ils exposent des opinions, des idées. Ils expriment des ressentis ou des incompréhensions. Ils indiquent des souhaits ou révèlent des manques de communication...

Les réactions qui parviennent au service de Médiation et de Relation avec les publics sont de trois ordres :

- Elles formulent une **demande**, un besoin d'information sur les programmes radio-TV et leurs horaires de diffusion, sur les moyens de réception (radio, TV, web) et la survenue de problèmes techniques.
- Elles expriment un **avis**, une **opinion**, elles proposent un contenu, suggèrent un changement, une amélioration des services, des pratiques de la RTBF.
- Elles sont **plaintives** envers la RTBF, interpellent, réclament des explications voire des réparations.

Toutes ces réactions participent au débat public et à l'amélioration des services que la RTBF offre aux publics belges francophones.

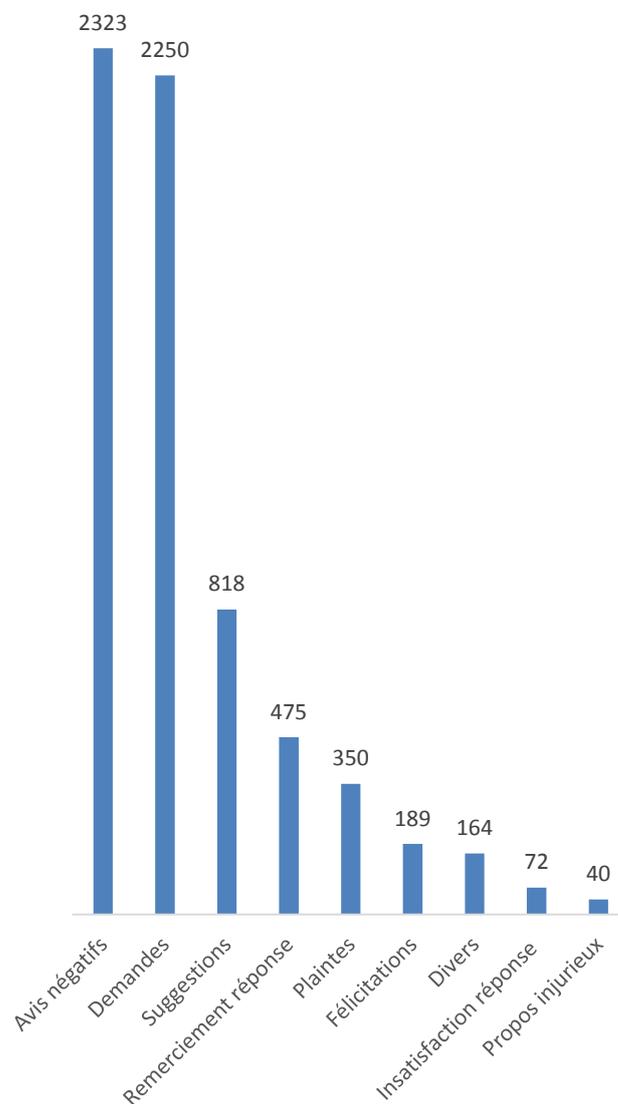
Elles permettent par ailleurs l'évaluation de ces services, aux côtés des nombreux posts sur les réseaux sociaux et des commentaires sur les sites internet, aux côtés des sondages qualitatifs et quantitatifs du département des études de la RTBF.

Pour pouvoir en tirer les meilleures conclusions, les courriels et courriers reçus au Service de Médiation et de Relation avec les publics sont classés selon différents critères. Ils entrent d'abord tous dans un type de réaction (demandes, avis, félicitations, plaintes etc...) puis dans une catégorie précise en fonction du sujet auquel ils font référence.

Au cours de l'année 2016, le service de Médiation et de Relation avec les publics a enregistré 6681 courriers et courriels.

Ces 6681 réactions sont répertoriées selon la typologie suivante :

- Sont classées dans *Demandes*, les questions précises sur un sujet en particulier.
- Sont classés dans *Avis*, les remarques et commentaires négatifs sur la RTBF et ses programmes.
- Les réactions positives sont classées dans *Félicitations*.
- Les *Suggestions* rassemblent les propositions de contenu (reportage JT, séquence ou projets d'émission) ou de programmation.
- Les insatisfactions marquées et interpellations argumentées des publics sont rangées dans *Plaintes*.



La médiation, conformément aux articles 48, 49 et 50 du contrat de gestion, ne traite pas des courriers et courriels manifestement grossiers et injurieux.

Enfin, le service relève séparément les remerciements et insatisfactions suite aux réponses que peuvent générer le traitement des dossiers.

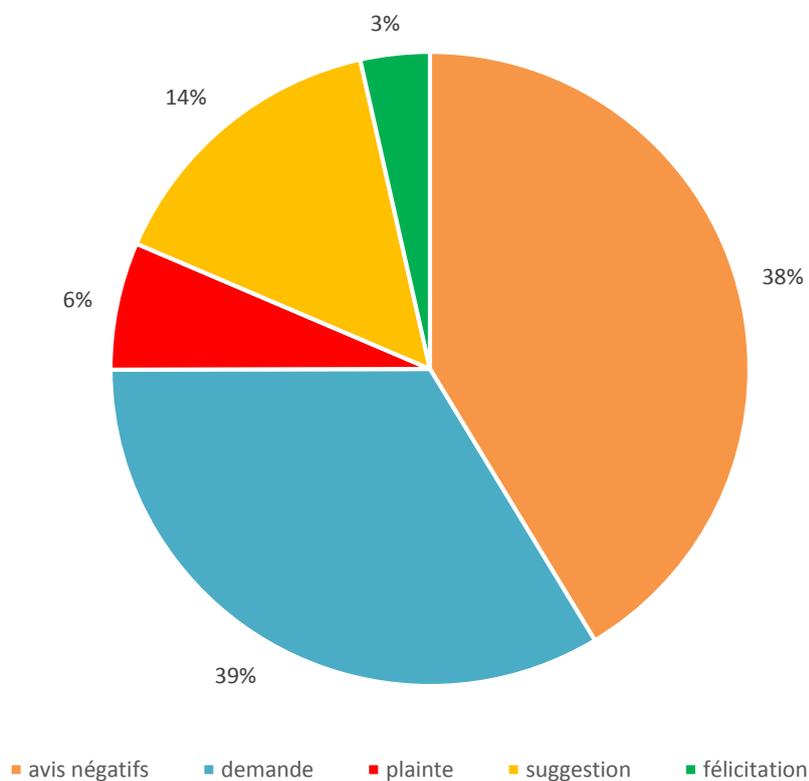
Les Demandes, Avis, Félicitations, Suggestions et Plaintes rassemblent 5930* réactions en 2016

Dans la majorité des cas, les téléspectateurs, auditeurs et internautes s'adressent à la RTBF pour effectuer une demande précise (39 %) à propos d'une émission ou d'un mode de réception des programmes de la RTBF.

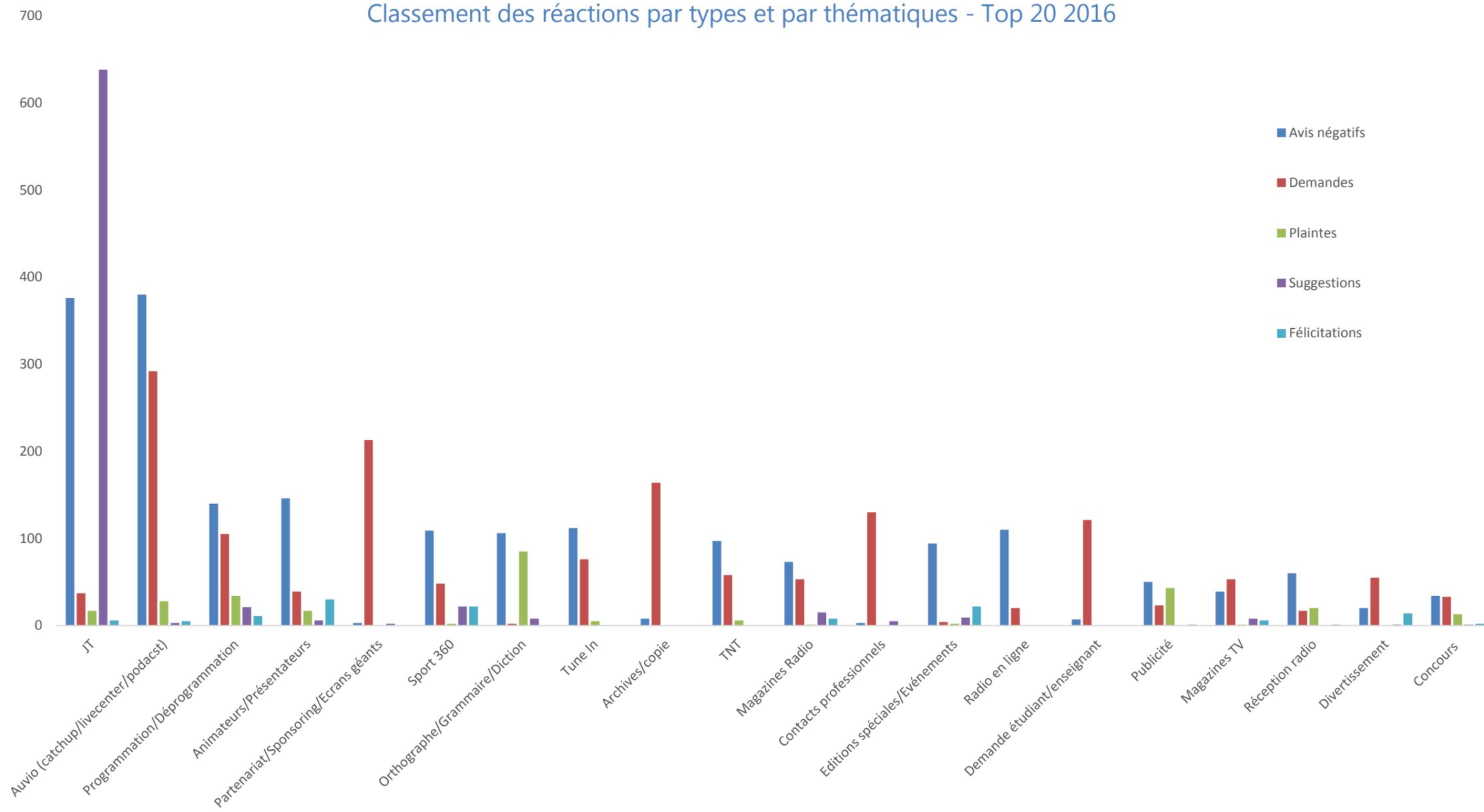
Le public émet un avis négatif sur le traitement de l'information, l'offre médias, la qualité des programmes et de la programmation dans 38 % des cas. Les plaintes rassemblent 6 % des contacts pris avec le Service de Médiation et de Relations avec les publics.

*contre 6106 en 2015

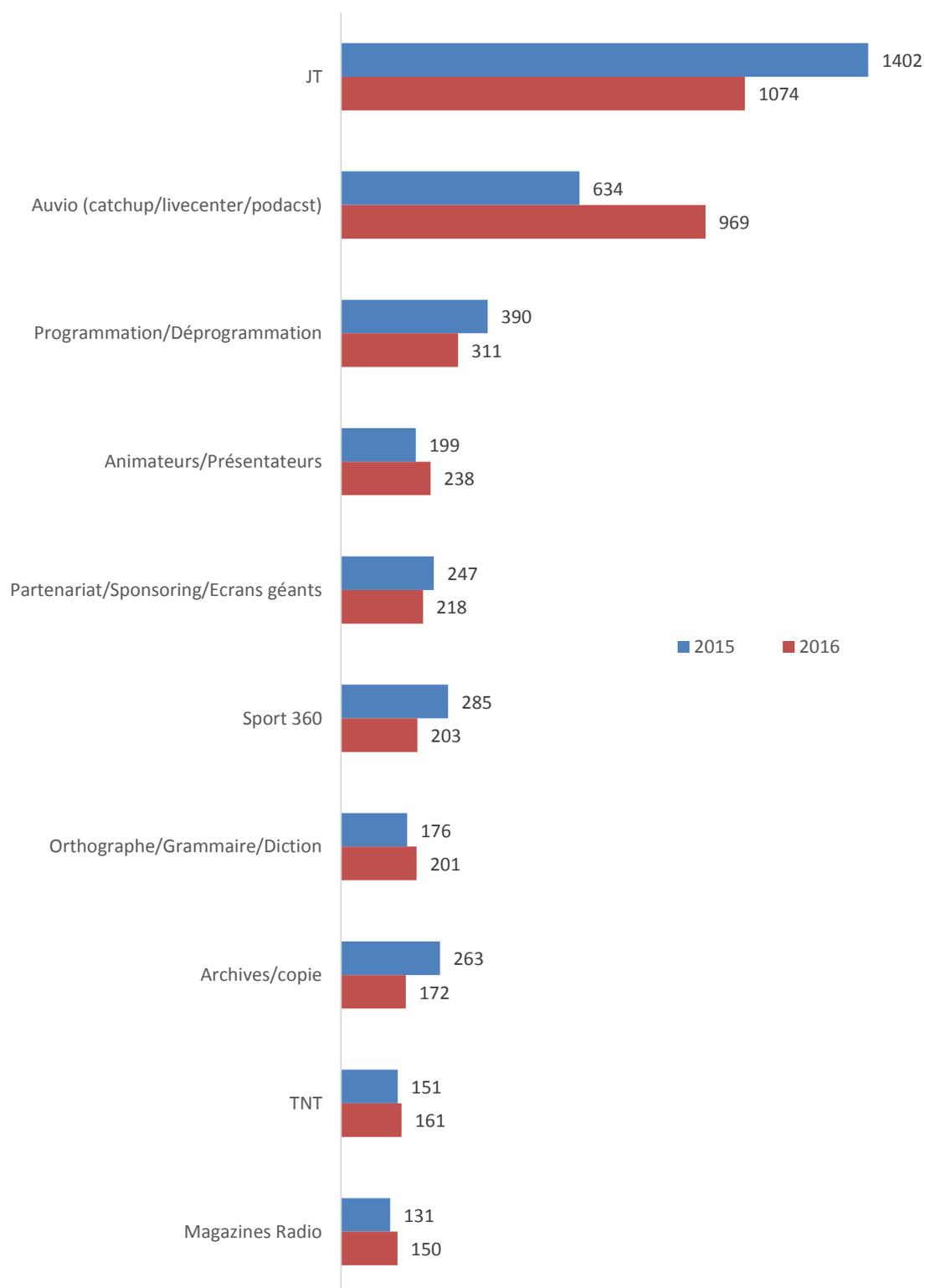
Répartition par types de réactions - 2016



Classement des réactions par types et par thématiques - Top 20 2016



Classement des réactions par thématiques Top 10 comparatif 2015-2016



L'année 2016 a été marquée par les réactions des publics sur le lancement de la plateforme Auvio, la couverture des attentats de Bruxelles et le conflit entre la RTBF et la plateforme digitale Tune In.

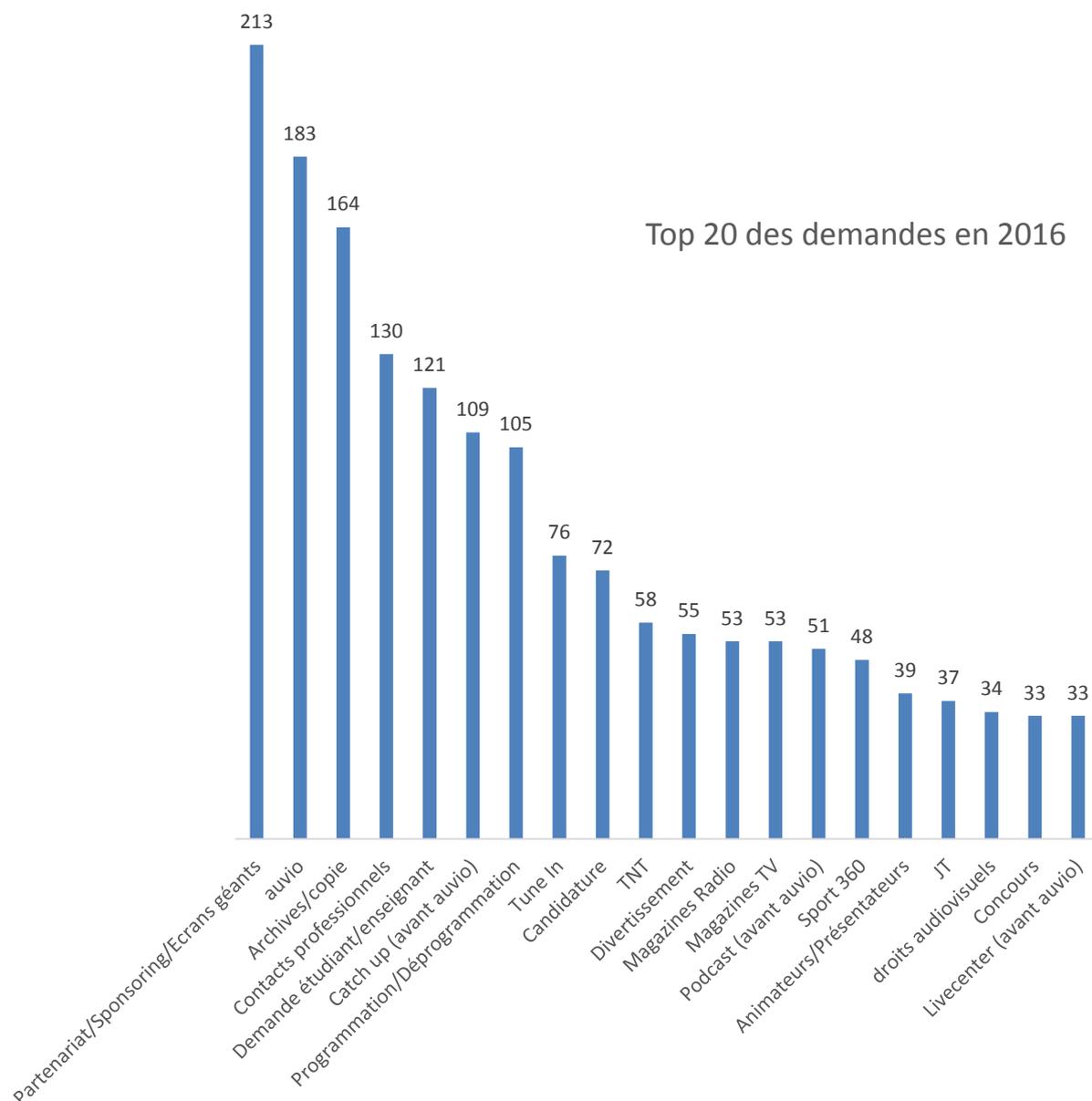
Le **Journal télévisé** continue de rassembler le plus de réactions (1074 en 2016 dont 638 suggestions de contenu et 376 avis négatifs). Ce sont les choix éditoriaux, la qualité du traitement (les traductions, la justesse des mots, les mises en contexte...) qui font réagir le plus les usagers. Les interpellations portent également sur la publicité ou les stéréotypes véhiculés dans le JT. La couverture des attentats de Bruxelles, et notamment les éditions spéciales, a suscité 131 réactions auprès du service de médiation.

Les **questions techniques** portent principalement sur des problèmes de lecture sur les sites, de réception radio ou TNT. Sur Auvio, les difficultés rencontrées sont majoritairement résolues avec la suppression des historiques de navigation ou la désactivation de logiciels anti-pub. L'affaire *Tune In* (voir plus loin) a rassemblé 193 réactions.

Les plaintes des téléspectateurs, auditeurs et internautes concernent principalement **les fautes d'orthographe et de grammaire** (dans les titres et sous-titres du journal télévisé, dans les articles du site info), plus nombreuses qu'en 2015, la **publicité** (la fréquence des coupures publicitaires), la **déprogrammation** en télévision.

Ces deux dernières catégories de réactions regroupent également une part importante des avis négatifs. En matière de déprogrammation TV (311 réactions en 2016), les mécontentements surviennent principalement lorsqu'aucune communication n'a été donnée ou que celle-ci a tardé.

1. Les demandes



2016 a vu arriver un nombre important de demandes concernant la retransmission sur écran géant des matches de l'Euro.

Auvio, lancé le 1er avril, a suscité 183 demandes. C'est moins que les

questions relatives à la catch up, aux podcasts et au live center réunis, avant le lancement de la nouvelle plateforme. Auvio a résolu, en effet, plusieurs problèmes techniques de lecture rencontrés auparavant par les usagers.

Les demandes de copie ont sensiblement diminué en 2016. Cela est dû à la nouvelle « Foire aux questions », plus visible et plus claire.

Les demandes de contacts professionnels, quant à eux, ont augmenté, tout comme les demandes d'informations et questionnaires d'étudiants (121 en 2016 contre 97 en 2015).

Les demandes relatives à la [programmation](#) et à la [déprogrammation](#) concernent essentiellement les horaires de rediffusion d'émissions et de fictions ; l'arrivée d'une nouvelle saison d'une série ou la suppression d'un programme.

Le conflit* entre la RTBF et la plateforme digitale Tune In, agrégateur de contenu, a récolté 76 demandes d'information (pourquoi ? comment ?) et suscité une certaine incompréhension. Les solutions de streaming proposées par la RTBF en réponse aux demandes ont largement satisfait les auditeurs.

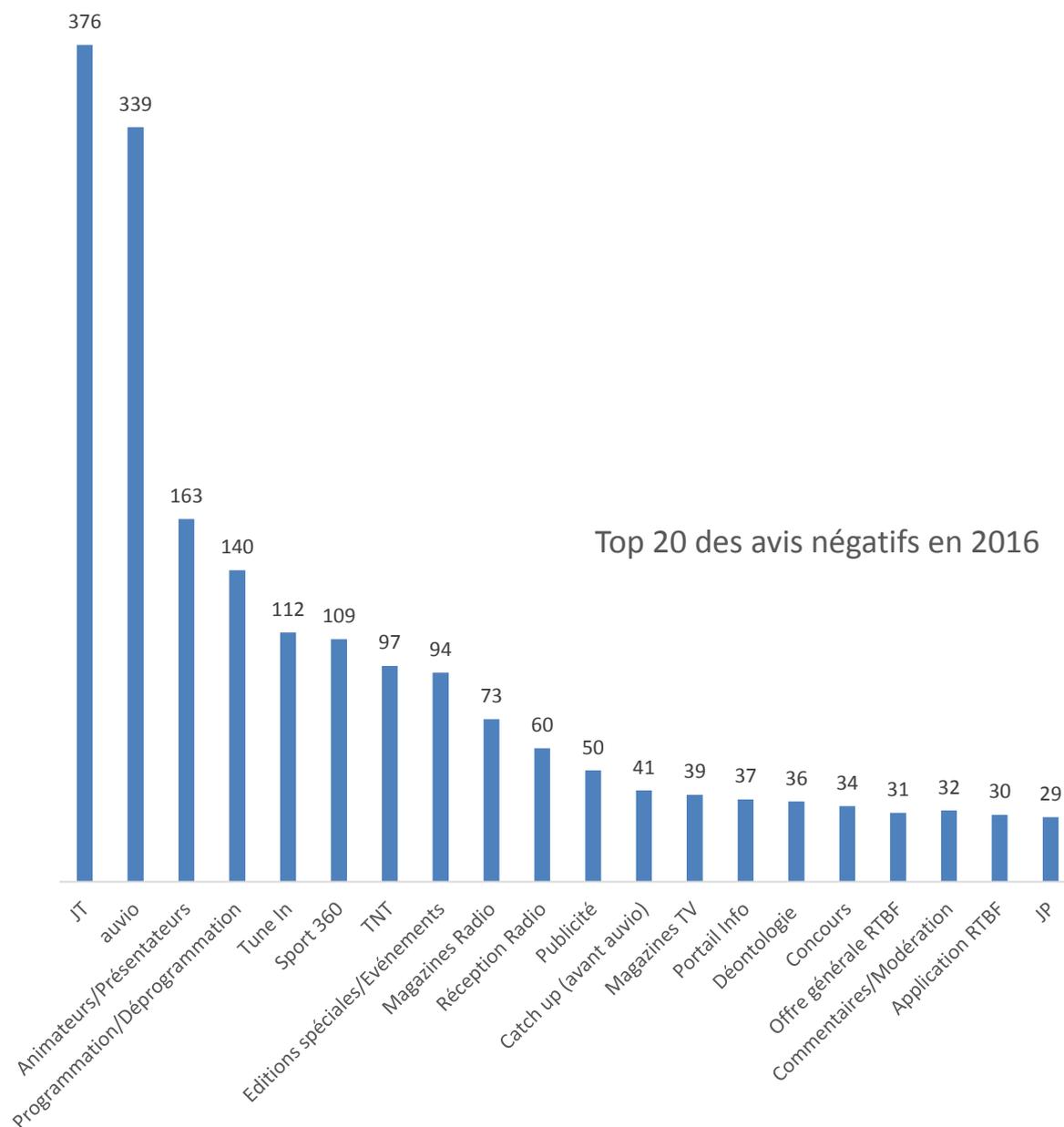
La catégorie TNT rassemble encore des demandes relatives à l'incendie criminel du pylône de Wavre. La dernière phase de restauration a débuté le 7 mars pour prendre fin en mai. Ces travaux ont par moments affectés l'émission DVBT, en particulier le vendredi 25 mars de 8h30 à 10h30.

Le 27 avril, l'émission d'éducation aux médias et de médiation *MediaLog* a consacré une séquence à la fin des travaux de réparation du site de Wavre.

La majorité des demandes ayant trait aux programmes concernent un complément d'information et questions sur le contenu d'un magazine, d'une séquence.

**Le conflit entre Tune In et la RTBF trouve son origine dans la commercialisation par Tune In, en Belgique, des pages des radios de la RTBF. Suite aux demandes de la RTBF pour mettre fin à cette commercialisation illégale, l'agrégateur américain a retiré les radios de la RTBF de son player, perturbant ainsi les habitudes de consommation de nombreux usagers.*

2. Les avis



2323 avis négatifs ont été enregistrés en 2016.

33 % d'entre eux concernent directement l'information (Journal télévisé et éditions spéciales, portail info, débat et interviews

politiques, magazines d'information, questions déontologiques...).

La plateforme auvio a récolté 339 avis négatifs, essentiellement au moment du lancement.

→ Le Journal télévisé

Outre les avis très généraux sur l'information, le journal télévisé attire le mécontentement des téléspectateurs lors d'une erreur ou approximation de contenu ou de formulation, en particulier dans l'analyse de chiffres, dans la justesse du vocabulaire. L'approfondissement de dossiers, les sources de l'actualité internationale, la stigmatisation de certains groupes (les grévistes par exemple) suscite des réactions. La couverture du CETA a particulièrement attiré des réactions de la part des publics.

MediaLog a consacré un débat à la question du fact checking le 21 janvier 2016. L'émission s'est arrêtée sur le traitement journalistique du CETA le 23 novembre.

Les téléspectateurs associent le manque de justesse, de clarté ou de précision à de la désinformation. Ils relèvent également le risque d'alimenter des clichés et stéréotypes.

Les clichés et stéréotypes dans l'info ont fait l'objet du débat de *MediaLog* le 26 octobre 2016.

Le trop d'infos suscite également de nombreuses réactions : trop d'infos sur le procès Westphael, trop d'infos sur les élections américaines et sur Donald Trump surtout, trop d'importance accordée à Salah Abdeslam, aux

terroristes, trop d'images et d'informations anxiogènes.

Le trop peu est critiqué lui aussi. Dans les choix éditoriaux et dans l'actualité de ce qui se passe en Flandre.

MediaLog s'est penché sur le clivage linguistique dans l'info dans son émission du mois de mai.

→ Déontologie

Les publics réagissent également en invoquant le manque de déontologie journalistique. C'est le cas quand ils estiment que les journalistes laissent transparaître une opinion dans leurs commentaires, quand ils estiment que la pluralité de points de vue n'a pas été respectée.

→ Les éditions spéciales

Les avis négatifs portent sur les éditions spéciales consacrées aux attentats de Bruxelles et à l'Affaire Dutroux. Pourquoi tenir l'antenne quand l'information avance si lentement ? Pourquoi montrer certaines images ou toujours les mêmes images ? Pourquoi revenir sur l'Affaire Dutroux ?

Le 30 mars, *MediaLog* s'est entièrement consacré à la couverture des attentats de Bruxelles. En plateau, journalistes, publics et spécialistes ont débattu de différentes questions : l'annonce de l'attentat, l'impact de la diffusion des informations sur la suite des événements, le floutage des images des victimes, l'émotion et l'analyse des événements.

→ Le sport

Les commentaires d'événements sportifs sont critiqués : subjectivité ou préférence envers un sportif ou une écurie, commentaires futiles.

Le manque de diversité dans les disciplines sportives revient régulièrement dans les avis négatifs des auditeurs, téléspectateurs et internautes.

Les résumés sportifs sont pointés du doigt également, pour le suspens gâché par l'annonce en début d'émission des résultats des matches.

→ Les animateurs/présentateurs

L'attitude ou la tenue des animateurs et présentateurs font réagir les auditeurs et téléspectateurs. Présence de tatouages qui dérangent, vêtements qualifiés de ringards. La manière de mener une discussion, le fait de couper la parole des invités ou de susciter auprès des publics des réactions fait également l'objet de remarques. Certaines personnalités suscitent plus de critique que d'autres. C'est le cas notamment de Benjamin Maréchal dans l'émission « C'est vous qui le dites ».

→ Programmation & déprogrammation

La fin d'une série ou d'un programme (« Un gars, un chef », « Les décodeurs ») génère des courriels. Les téléspectateurs veulent comprendre pourquoi une émission s'arrête.

En février, l'émission d'éducation aux médias et de médiation, *MediaLog*, a consacré son débat aux liens entre audiences et programmation.

→ L'humour

L'humour fait régulièrement réagir. Le nouveau bulletin météo de La Deux, « Juste à temps » a notamment suscité des courriels de mécontentement et d'incompréhension.

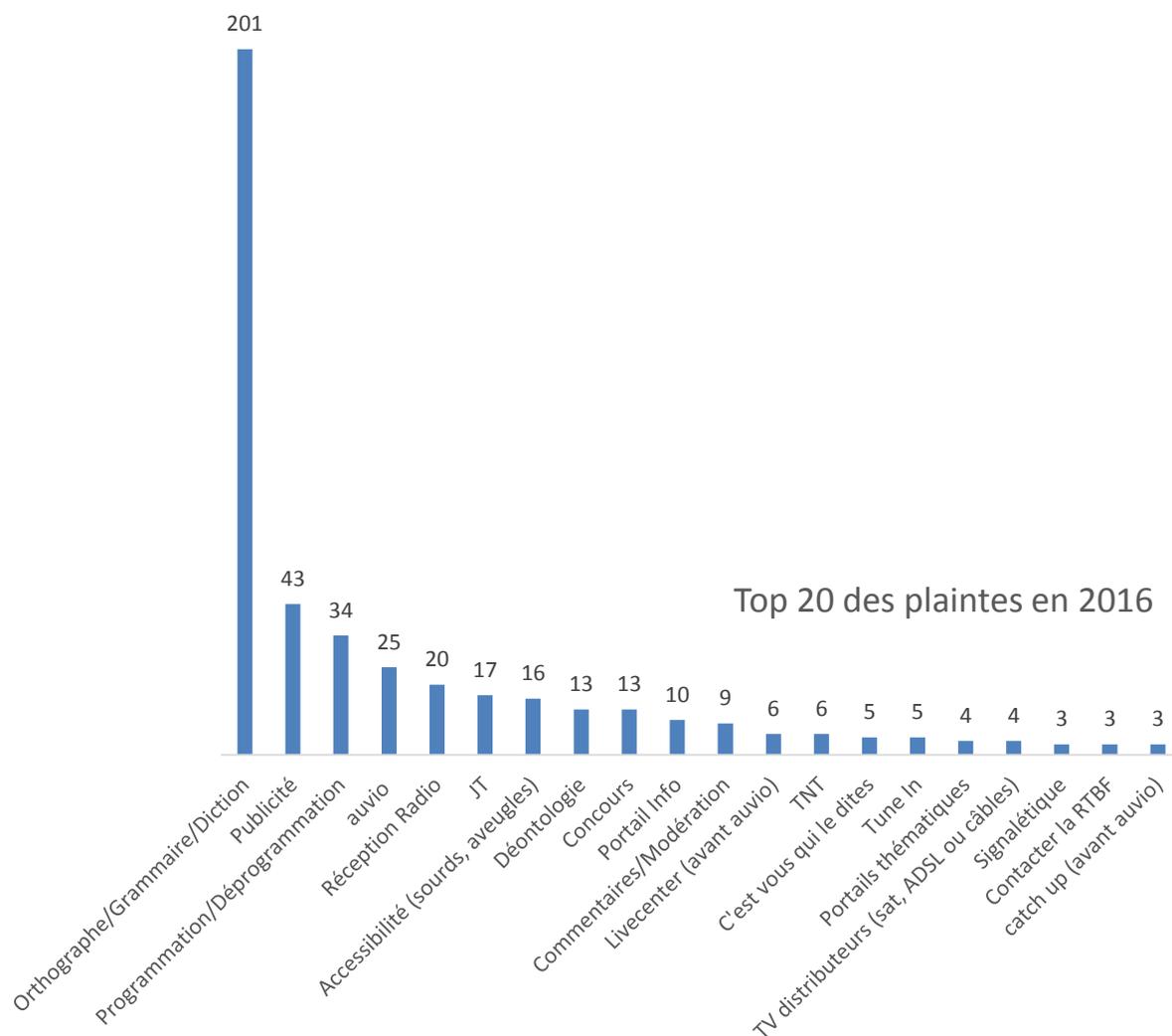
Une émission entière de *MediaLog* dédiée à l'humour a permis d'approfondir les questions et réflexions des publics : les limites de l'humour, l'humour dans l'info, la découverte de talents, l'humour comme nouveau leader d'opinion...

→ La Publicité

En 2016, les téléspectateurs réagissent au nombre important de pauses publicitaires dans la série « La Trêve ». Ils dénoncent également l'imperméabilité entre les spots publicitaires et les programmes en mettant en avant l'incohérence de la RTBF qui réalise des émissions comme « Demain, et après ? » mais qui diffuse de la publicité pour Roundup, qui critique le produit Dettol dans « On n'est pas des pigeons » alors que passe sa publicité quelques minutes après la séquence du magazine de consommation.

MediaLog a consacré un débat autour des coupures publicitaires et la directive SMA le 23 novembre 2016.

3. Les plaintes



Sur 350 plaintes effectives (contre 236 en 2015), 201 concernent la catégorie « Orthographe, grammaire et diction » (elles étaient de 172 en 2015). C'est principalement les **fautes d'orthographe** qui sont mises en avant, dans les titres et sous-titres du journal télévisé ainsi que dans les articles du

portail info. Les réactions concernent également la diction (mots mâchés, rythme et débit en radio, présence de « euh », mauvaise prononciation ou accent).

→ [La publicité](#)

La présence de publicités et les coupures trop nombreuses irritent bon nombre d'auditeurs, de téléspectateurs et d'internautes. Les plaintes sont exprimées de manière forte et ferme (« ras-le-bol », « irrespect envers les téléspectateurs »).

→ [Programmation/déprogrammation](#)

Les téléspectateurs enragent lorsqu'une déprogrammation est effectuée sans aucune communication préalable.

→ [Auvio](#)

Les plaintes relatives à auvio mettent en avant l'importante publicité faite par la RTBF au moment du lancement de la plateforme alors que plusieurs fonctionnalités d'auvio ne tenaient pas encore leurs promesses.

→ [L'info \(JT, déontologie...\)](#)

Concernant l'information, les questions soulevées par les auditeurs, téléspectateurs et internautes sont les mêmes que pour les avis négatifs (choix éditoriaux, désinformation, objectivité, stéréotypes...). Le désaccord est argumenté et accompagné d'une demande d'explications.

Il faut souligner les plaintes concernant la rubrique « sexo » du site Tendances de la RTBF : titres racoleurs, sujets futiles, images dégradantes ou

sexistes de la femme... Ce qui dérange aussi, c'est le fait que ces articles soient repris dans le fil info du site de la RTBF.

Suite à plusieurs plaintes, la RTBF a choisi de supprimer la rubrique « sexo » de son site Tendances.

→ [Accessibilité](#)

Les questions d'accessibilité pour le public à déficience sensorielle suscitent régulièrement des réactions. Elles sont dirigées sur la trop faible quantité des programmes accessibles en sous-titrage ou en langue des signes. En 2016, est relevée également la question du contraste entre les couleurs des tenues vestimentaires des interprètes et la couleur de leur peau, afin que se détachent bien les mains.

→ [Concours](#)

Les plaintes relatives aux concours concernent des lots gagnés et non reçus, après plusieurs réclamations.

→ [Live center, TNT, réception radio...](#)

Les problèmes techniques répétés suscitent une plainte des publics : signaux coupés avant la fin d'un direct sur auvio, conflit avec Tune In, problèmes persistants suite à l'incendie à Wavre...

→ La modération et commentaires

Les articles des sites internet ne sont ouverts aux commentaires que lorsque la cellule de modération est en activité. La RTBF a également décidé de lier la publication de commentaires à Facebook. Ces décisions sont vécues comme des contraintes par les internautes.

Certains réagissent suite à une modération effectuée à leur encontre. D'autres sont en désaccord avec l'attachement de la RTBF au géant américain Facebook.

→ C'est vous qui le dites

Les plaintes concernant « C'est vous qui le dites » sont adressées à l'encontre de l'animateur de l'émission. Les plaignants pointent son attitude provocatrice, sa tendance à attiser le débat, à provoquer des réactions peu constructives.

→ Droits d'auteur, à l'image, à la vie privée...

Les plaintes concernant les droits individuels sont transmises à la Direction juridique de la RTBF, compétente pour gérer ce genre de dossier, et traitées par elle. Le service de médiation reste à la disposition du plaignant pour toute demande d'information complémentaire. C'est le cas lorsque le plaignant comprend mal la réponse de la RTBF, lorsqu'il s'estime mal compris ou pas entendu. Le dialogue avec le plaignant permet alors de clarifier les éléments de réponse donnés.

4. Les suggestions

Les suggestions concernent principalement le journal télévisé » (638 propositions de contenus pour le JT sur 818 courriels de suggestions reçus).

5. Les félicitations

Le nombre de félicitations reçues en 2016 s'élève à 189 (contre 155 en 2015). Cette augmentation est due principalement aux séries belges « La Trêve » et « Ennemi public ». La qualité des intrigues, la beauté des décors et prises de vue, les jeux d'acteurs sont plébiscités. Des encouragements et félicitations sont généralement adressées à un animateur ou présentateur, pour sa personnalité, la

qualité de son travail. Les félicitations sont également adressées à l'équipe du journal télévisé, pour certains reportages mais surtout pour les éditions spéciales, la qualité des analyses, le choix des experts, les interventions diverses sur le terrain. Les émissions spéciales « Demain et après ? » et « Molenbeek, génération radicale ? » ont également engendré des félicitations de la part des publics.

Les analyses et commentaires sportifs, le choix des consultants lors des grands événements comme le Tour de France ou l'Euro sont plébiscités par les publics. Les félicitations portent également sur la qualité des contenus (documentaires, enquêtes...) et de la programmation.



Bilan annuel du Service de Médiation et de Relations avec les publics
Année 2016

Monaux Louise - Roland Elisa - Vanlaer Michèle

<https://www.rtbf.be/entreprise/contact-et-question>

mediation@rtbf.be

RTBF Médiation
Boulevard Reyers, 52 (boîte 30)
1044 Bruxelles