

# Bilan annuel du service de Médiation et de Relations avec les publics

Année 2014



# Avant-propos

## La question de la représentativité

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

En termes statistiques, pourtant, les réactions reçues à la médiation ne peuvent être considérées comme représentatives de l'ensemble des belges francophones.

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 exposent des opinions, des idées. Ils expriment des ressentis ou des incompréhensions. Ils indiquent des souhaits ou révèlent des manques de communication...

# 1. Relation et Médiation

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

- Elles relèvent d'un **service aux usagers** en exprimant un besoin d'information sur les moyens de réception et la résolution de problèmes techniques, en posant des questions sur les programmes et leurs horaires de programmation.
- Elles expriment un avis, une opinion, elles proposent un contenu, suggèrent un changement, une amélioration des services, des pratiques de la RTBF. Le service de Médiation et de relation avec les publics offre ainsi une **tribune d'expression libre** pour les auditeurs, téléspectateurs et internautes de la RTBF.
- Elles sont plaintives envers la RTBF, interpellent, réclament des explications voire des réparations. Elles s'inscrivent dès lors et à proprement parlé dans un **service de médiation**.

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.

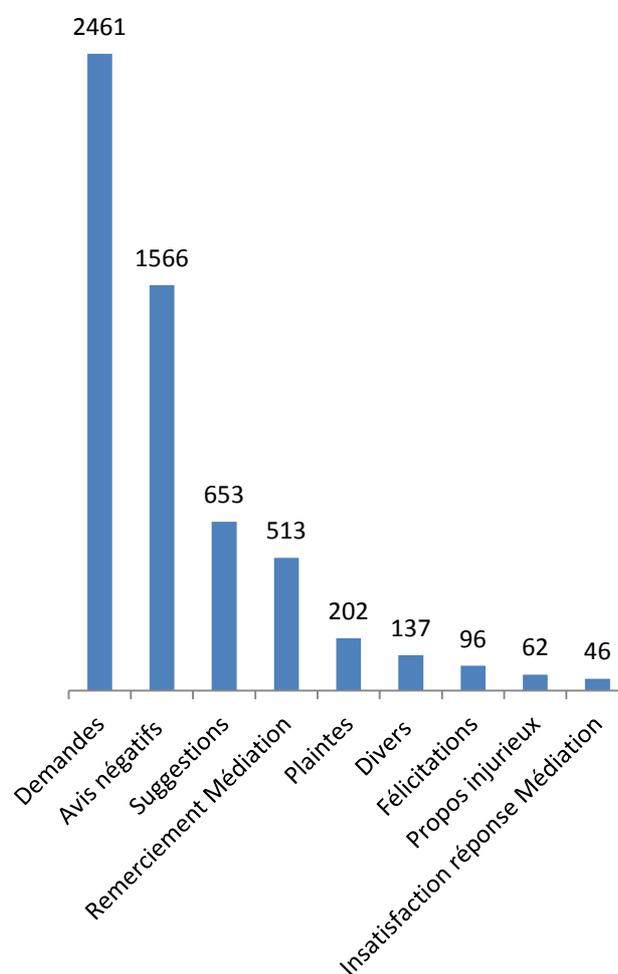
## 2. Classement des réactions

2.1. Au cours de l'année 2014, le service de Médiation et de Relations avec les publics a enregistré 5736 courriers ou courriels.

Ces 5736 réactions ont été classées selon la typologie suivante :

- Sont classés 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 ou projets d'émission) ou de programmation.
- Les interpellations des publics avec demande explicite de réponse sont rangées dans **Plaintes**. Cette famille comporte toutes les interpellations, qu'elles soient fondées ou non. Sont considérées comme *fondées*, les plaintes qui expriment un préjudice à une collectivité, à une personne ou à l'utilisateur. Et qui, généralement, vont entraîner un changement ou une correction. Une plainte est considérée comme *non fondée* s'il s'agit d'une rumeur ou d'une perception, si l'interpellation est marquée d'imprécisions.

Le nombre de réactions par type (2014)



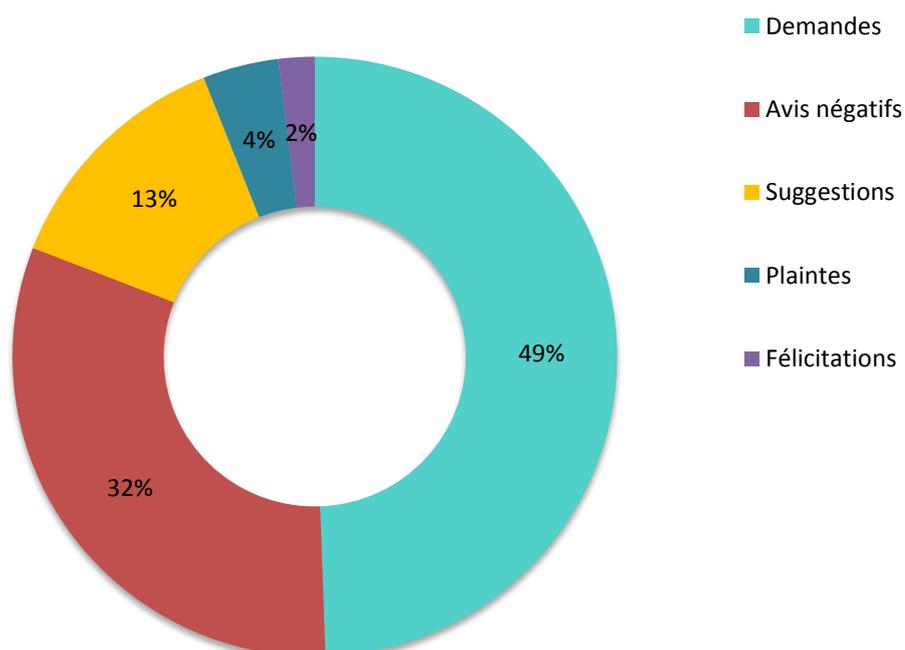
La médiation, conformément aux articles 48, 49 et 50 du contrat de gestion, ne traite pas des courriers et courriels manifestement grossiers et injurieux.

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

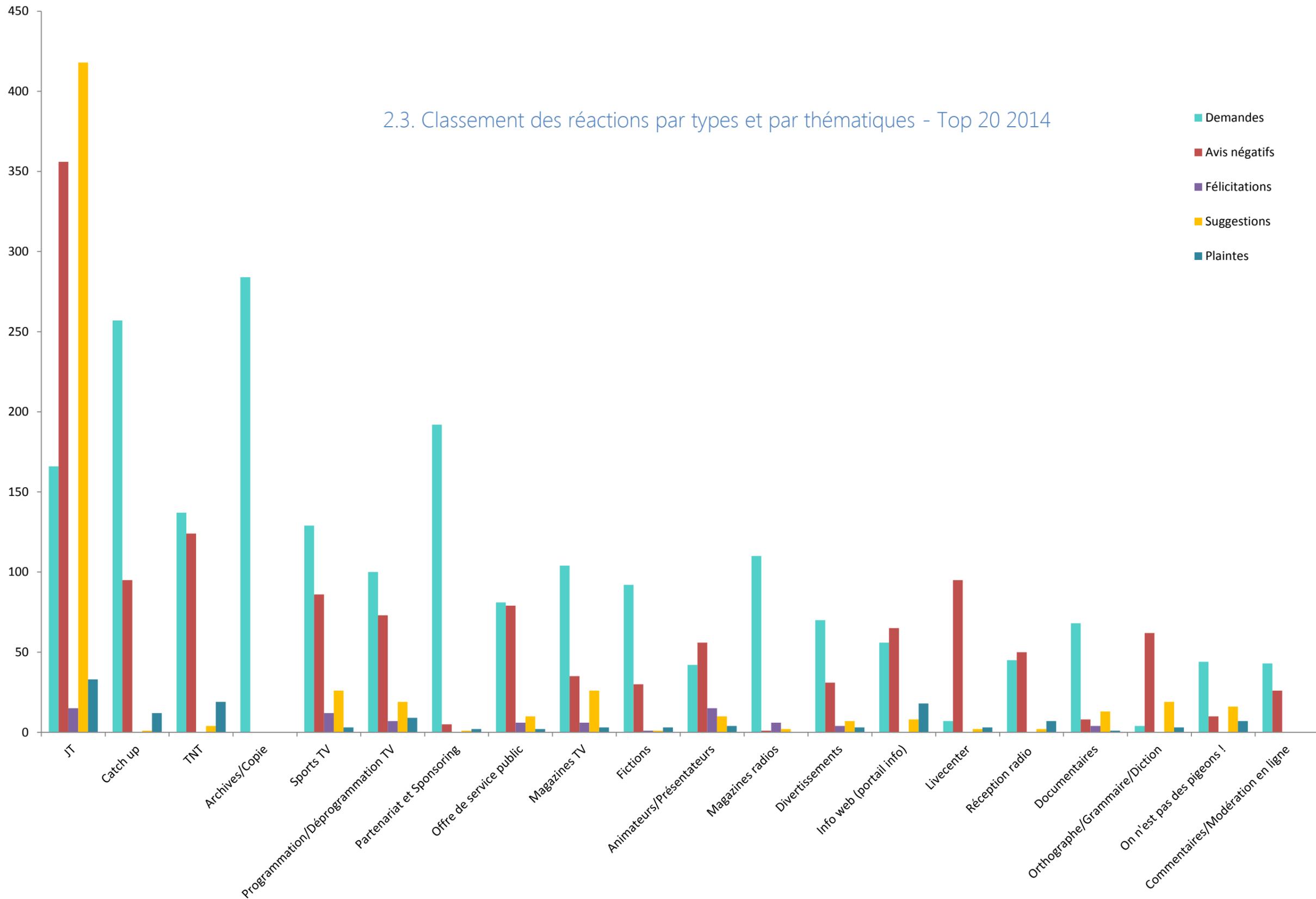
## 2.2. Les Demandes, Avis, Félicitations, Suggestions et Plaintes rassemblent 4978 réactions en 2014

Dans la majorité des cas, les téléspectateurs, auditeurs et internautes s'adressent à la RTBF pour effectuer une demande précise (49 %) à propos d'une émission ou d'un mode de réception des programmes de la RTBF. Il s'agit là d'un service aux usagers.

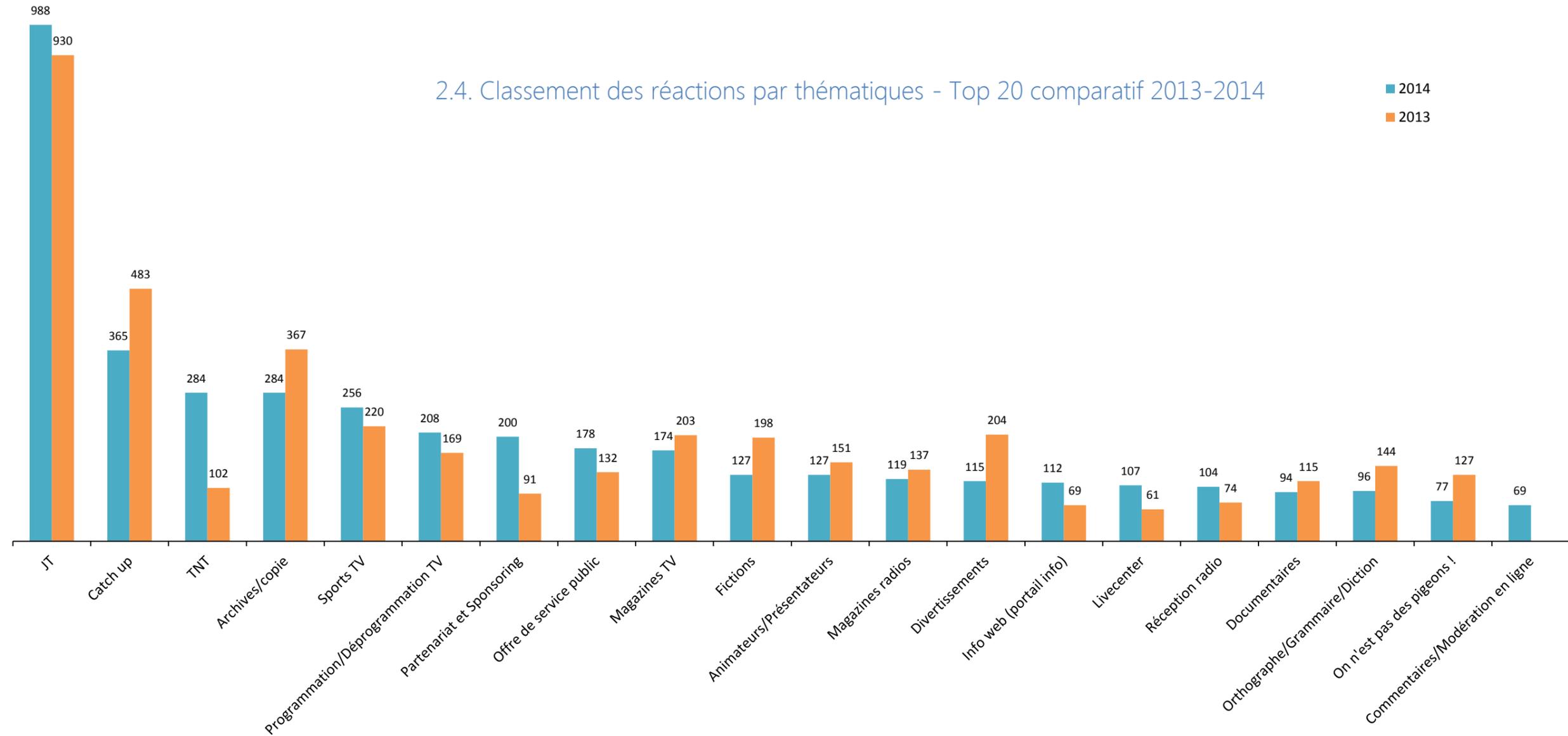
Le public émet un avis négatif sur le traitement de l'information, l'offre médias, la qualité des programmes et de la programmation dans 32 % des cas. Les plaintes rassemblent 4 % des contacts pris avec le Service de Médiation et de Relations avec les publics.



### 2.3. Classement des réactions par types et par thématiques - Top 20 2014



## 2.4. Classement des réactions par thématiques - Top 20 comparatif 2013-2014



## 2.5. Comparatif 2013-2014 : Sept tendances significatives

### → Une hausse des réactions au sujet de la TNT et de la réception radio

En 2014, la médiation a récolté de nombreux mails suite à l'incendie criminel du pylône de Wavre, survenu en mai (284 réactions dont 124 avis et 137 demandes). Les réparations temporaires se sont effectuées en plusieurs étapes et certaines localités du Brabant Wallon ont connu des perturbations durant plusieurs mois. La réception radio (La Première et Pure FM) a également souffert de cet incendie.

### → Une hausse des réactions concernant le Partenariat/Sponsoring

La coupe du monde et les exploits de l'équipe belge a suscité de nombreuses demandes d'autorisation pour diffusion des images RTBF sur écrans géants, dans des villages, clubs de foot, cafés etc.... Sur les 200 courriels parvenus en 2014 en matière de partenariat et sponsoring, 107 concernent les demandes de retransmission sur écrans géants des matches de la Coupe du Monde de football. Les courriels restants sollicitent le sponsoring d'activités personnelles ou collectives, des lots et gadgets.

### → Une hausse des réactions concernant le portail info

Elles sont dues en partie aux Elections et notamment au test électoral proposé sur le site info (*De quel parti êtes-vous le plus proche ?*). Les réactions mettent en avant l'absence de prise en compte des programmes des petits partis. Les courriers et courriels reçus concernent également, et davantage qu'en 2013, l'utilisation des images illustrant les articles du site (droit d'auteur et droit à l'image).

### → Un recul des réactions sur l'orthographe, la diction et la grammaire

Les fautes d'orthographe, erreurs de grammaire, la mauvaise diction des animateurs, présentateurs et journalistes ont engendré moins de réactions qu'en 2013. De nouveaux outils ont été mis à disposition des journalistes pour faciliter et améliorer l'application du bon usage de l'orthographe et de la grammaire.

→ Une baisse des réactions concernant la catch up, une hausse de demandes pour le livecenter

En 2014, plusieurs adaptations techniques ont rendu le player RTBF plus performant et davantage compatible avec les différents supports existants. Contrairement à la catch up, le livecenter a généré, en 2014, davantage de réactions négatives qu'en 2013. C'est dû à l'augmentation du nombre de directs disponibles (ils ont doublé). Les adaptations du player livecenter doivent voir le jour dans le courant du mois de mai 2015.

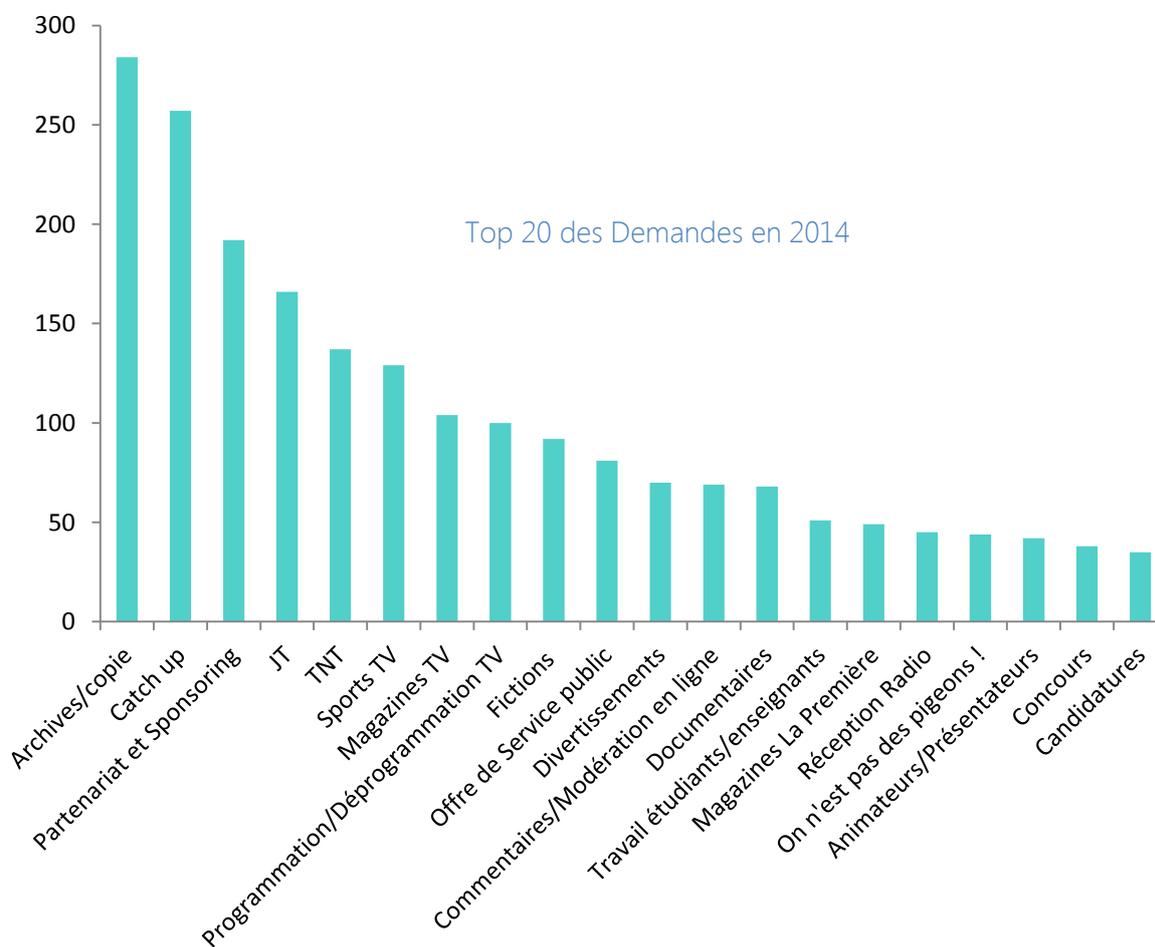
→ Un recul des demandes d'archives et de copie

Ce recul est probablement lié aux améliorations apportées à la catch up.

→ L'apparition d'une nouvelle thématique : Modération et commentaires

Le nombre de réactions concernant la possibilité de commenter les articles du site info ont fortement augmenté en 2014, justifiant l'ouverture d'une catégorie spécifique à ce sujet (voir p. 11).

## 2.6. Focus sur les demandes



52 % des demandes ont trait au contenu des programmes (demande de copie, complément d'information, horaire de diffusion et de rediffusion...).

Les questions techniques représentent 26 % des 2.461 demandes en 2014. L'utilisateur s'adresse à la RTBF pour des informations d'ordre pratique ou des explications sur les différents modes de réception des programmes.

→ Voir, revoir et ré-écouter

Tous les programmes de la RTBF ne sont pas disponibles en catch up. La problématique des droits de diffusion liée à la géolocalisation suscite des questions de la part des internautes. La présence irrégulière des podcasts également.

→ Recevoir

Les perturbations de réception TNT et radio ont suscité, comme indiqué ci-dessus, un certain nombre de demandes : besoin de précisions à propos des solutions alternatives et des délais de réparation.

Ces problèmes de réception dus au pylône saboté ont fait l'objet d'une séquence dans l'émission de médiation et d'éducation aux médias, *MediaLog* le 26.06.2014.

→ Commenter

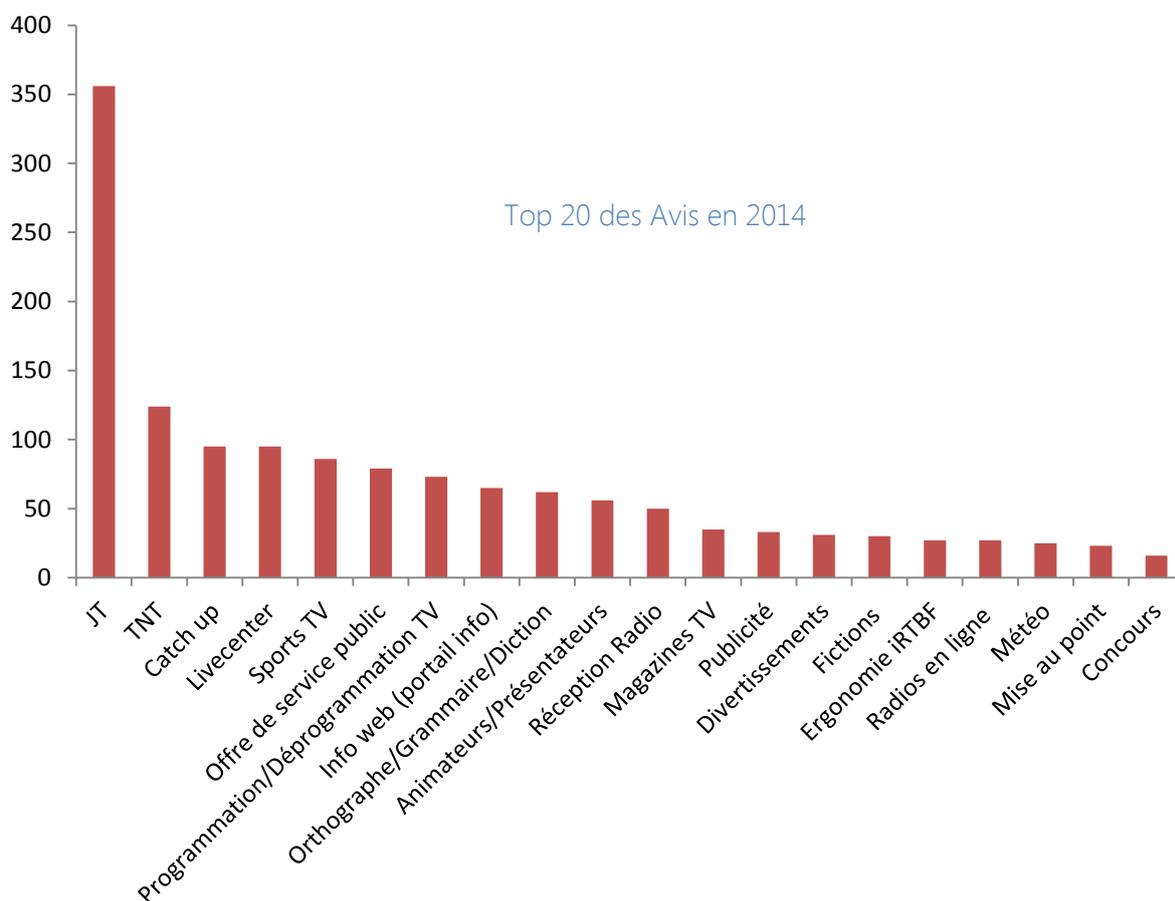
Les articles des sites internet ne sont ouverts aux commentaires que lorsque la cellule de modération est en activité. La RTBF a également décidé de lier la publication de commentaires à Facebook. Ces deux contraintes ont suscité des réactions de la part des internautes... Et justifié plusieurs séquences dans *MediaLog* :

- *Les commentaires sur Facebook* (04.06.2014)
- *L'interactivité dans les médias* (26.11.2014)
- *Le rôle de la médiation à l'heure des réseaux sociaux* (22.12.2014)

→ Diffusion sur écrans géants des matches de la coupe du monde

La catégorie Partenariat et Sponsoring a accueilli, en 2014, l'ensemble des demandes concernant la diffusion sur écrans géants des matches de la Coupe du monde de football. Compte tenu de l'afflux massif de ces demandes aux mois de mars, avril et mai, *MediaLog* y a consacré un reportage le 30 avril 2014.

## 2.7/ Focus sur les avis



1566 avis négatifs ont été enregistrés en 2014. 36,5 % d'entre eux concerne directement l'information (Journal télévisé, élections, orthographe et grammaire, portail info, Mise au point, Matin Première etc..).

Les questions techniques (commentaires sur la catch up, TNT, réception radio, livecenter, ergonomie des sites, radio en ligne, podcast, télétexte...) rassemblent 29,5% des mécontentements.

Les avis restants (34%) s'intéressent au contenu des émissions ou à leur programmation (magazines, fictions, divertissements, météo, programmation musicale...)

## → L'information

Les avis négatifs qui parviennent à la médiation en matière d'information concernent essentiellement le JT. Le public émet un avis critique sur la couverture de l'actualité, la hiérarchie des sujets, le choix des angles ou la façon dont est menée une interview.

L'émission mensuelle de médiation et d'éducation aux médias, *MediaLog*<sup>1</sup> a abordé la plupart de ces questions en mettant en lumière un certain nombre de réactions d'auditeurs, de téléspectateurs et d'internautes.

Ces séquences offrent un prolongement aux réponses apportées par le Service de Médiation et de Relation avec les publics, parce qu'elles proposent soit un reportage soit un débat en plateau mêlant représentants de l'info et intervenants extérieurs.

### Les Interviews politiques

*Jeudi en prime*, l'interview politique qui suit le journal de 19h30, tous les jeudis sur La Une, a suscité de nombreuses réactions en 2014 : comportement agressif de la part des journalistes, manque de respect envers l'invité...

*MediaLog* s'est attardé sur la question le 25 février 2014 dans une séquence intitulée *Connivences ou agressivité ? Les politiques sous le feu des questions des journalistes*.

## La RTBF proche du PS

D'une manière générale, tout au long de l'année, la RTBF respecte et vérifie la proportionnalité des temps de parole alloués à chaque parti. Le public a néanmoins parfois une impression différente, accusant la RTBF d'être à la solde des socialistes. En 2014, nous avons constaté une augmentation significative des courriers et courriels à ce sujet, principalement au moment de la mise en place du gouvernement Michel. L'émission *69 minutes sans chichis* consacrée à Elio Di Rupo avait suscité, quelques mois plus tôt, des réactions dans le même sens.

*MediaLog* y a consacré une séquence le 28 janvier 2014 : *Les Hommes politiques dans les émissions people*.

### Le JT, là où tout doit se trouver

Pour beaucoup, le JT est LE rendez-vous de l'information. « Toute l'info du monde en trente minutes » : cette idée est bien ancrée dans l'esprit des gens. Le JT, c'est là où tout doit se trouver : analyses, descriptions, dossiers, investigation, sport, culture, initiatives citoyennes... Le JT doit en même temps résumer l'actualité et la mettre en perspective.

*La hiérarchisation des sujets au JT* a fait l'objet d'un débat le 02 avril 2014 dans l'émission *MediaLog*.

---

<sup>1</sup> Toutes les vidéos de *MediaLog* sont à revoir sur le site vidéo de la RTBF.

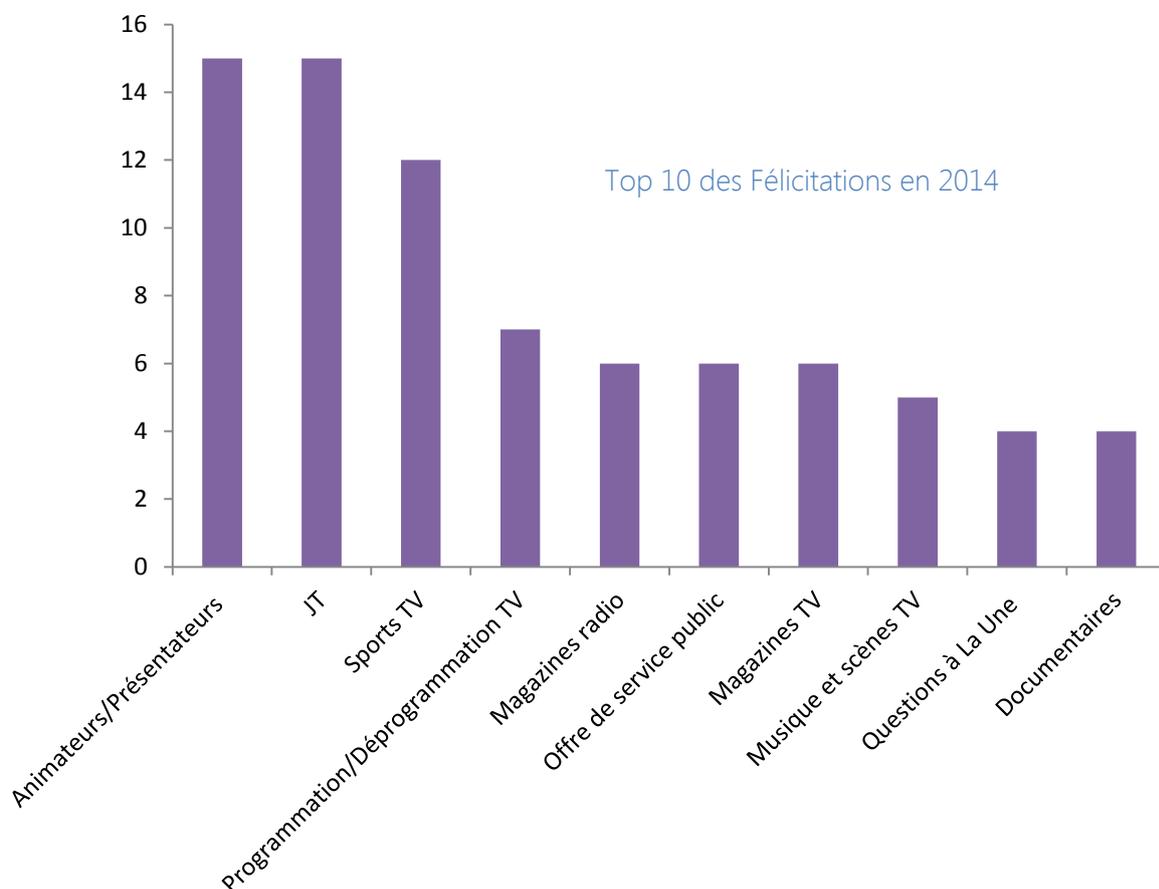
→ 2. La programmation et l'offre de service public

Le non-respect des horaires est perçu comme un non-respect des téléspectateurs. La complémentarité des chaînes, l'importance de la publicité, la place des programmes dans la grille et notamment des programmes français ou le choix de fictions entraînent également des réactions. Tout comme les émissions de service, que ce soit la météo ou l'info-traffic.

*MediaLog* s'est intéressé à ces réactions :

- Le 04.06.2014 avec un sujet sur l'envahissement des publicités en TV, en radio et sur le web
- Le 01.10.2014 en s'intéressant au fonctionnement de la cellule Mobilinfo
- Le 26.11.2014 concernant les achats de programmes et d'émissions françaises

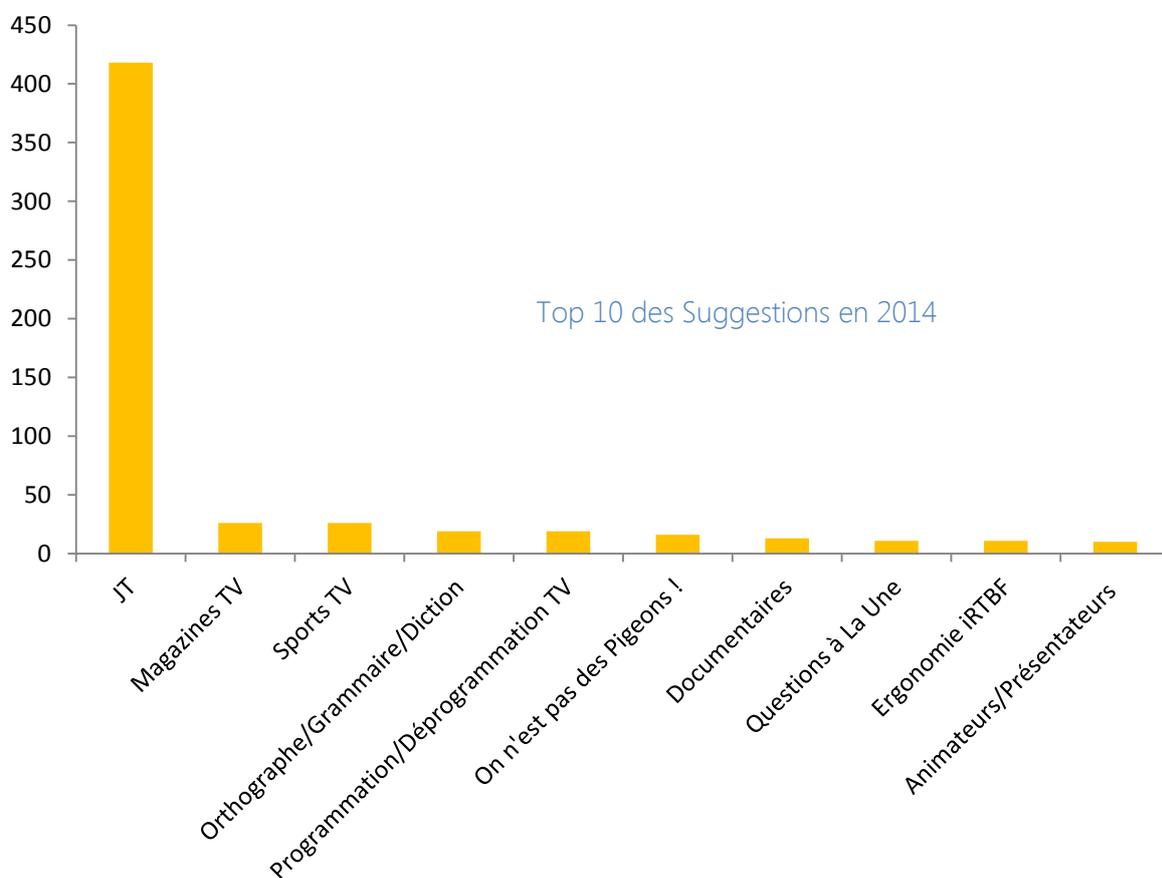
## 2.8/ Les Félicitations



Les 96 félicitations reçues en 2014 sont assez variées. Elles mettent en valeur la qualité des programmes, des

présentations, des analyses et des commentaires, sportifs notamment.

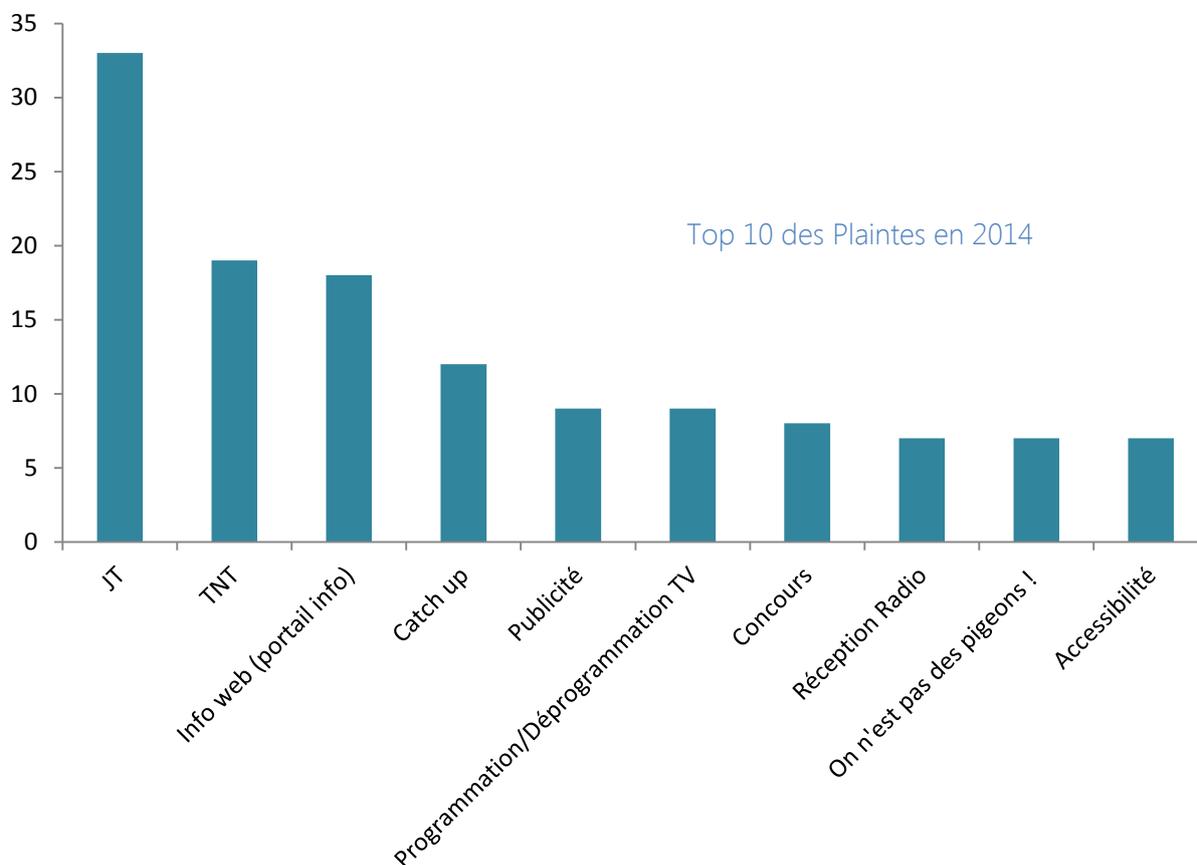
## 2.9/ Les Suggestions



En 2014, 653 suggestions de contenus sont parvenues au Service de Médiation et de Relation avec les publics. 418 d'entre elles proposent un sujet de

reportage au JT : mise en valeur d'une activité ou d'un projet, médiatisation d'une situation problématique, dénonciation d'une injustice...

## 2.10/ Les plaintes



La médiation a été saisie 202 fois en 2014. Défense du droit à l'image, interpellation sur la violence des programmes et sur les déprogrammations, questionnements sur la place et les limites de l'humour sur

antennes mais aussi sur le traitement de l'information, la ligne éditoriale et l'approche déontologique : les plaintes sont variées et se traitent au cas par cas.

## → L'information

### **Droit à l'image et à la vie privée/Droit d'auteur**

La défense du droit à l'image et de la vie privée génère la majorité des plaintes. Elles nécessitent un travail de médiation car au droit à l'image vient parfois se heurter le droit à l'information.

Le respect du droit d'auteur a également engendré un certain nombre de réclamation. *MediaLog* y a consacré un reportage et un débat le 29 octobre 2014.

### **Ethique et déontologie**

Les questions d'ordre déontologique génèrent également des plaintes et concernent plus particulièrement la vérification et le recoupement des faits. La place et les limites de l'humour en lien avec l'actualité ou les grandes questions de société suscitent également des interpellations.

Ce mariage entre humour et info a fait l'objet d'un reportage et d'un débat dans *MediaLog*, le 26 juin 2014.

### **Respect de la diversité**

Certaines des plaintes sont établies pour défendre des droits fondamentaux, au nom d'une collectivité. Elles touchent à la question de la diversité : lutte contre les stéréotypes, parité homme/femme dans les débats...

Cette question a fait l'objet d'un débat dans *MediaLog* le 30 avril 2014.

## → La Programmation/déprogrammation

C'est principalement les déprogrammations en télévision (retard sur l'horaire prévu, modification d'horaire, arrêt d'une série) qui engendrent des plaintes de la part des publics. Les suppressions d'émissions ou le changement d'un animateur/présentateur suscitent par ailleurs des besoins d'explications.

### **Signalétique**

La signalétique ou l'absence d'avertissement avant la diffusion d'images à caractère violent suscite régulièrement des réactions et des désaccords : les choix de signalétique sont parfois mal interprétés ou mal compris par les téléspectateurs. *MediaLog* a consacré une séquence à cette question le 25 février 2014, en s'intéressant au contenu du décret signalétique et à sa mise en application.

*MediaLog* s'est également intéressé, le 01 octobre 2014 au traitement de l'information sur les sujets violents de propagande terroriste.

### **La publicité**

D'un point de vue éthique, la présence de certaines publicités sur les antennes de la RTBF choque les auditeurs, téléspectateurs et internautes. Pour autant que le contenu publicitaire respecte les prescrits légaux (ne pas contrevenir, par exemple, à l'ordre public, aux bonnes mœurs, être discriminatoire, porter atteinte aux convictions religieuses

ou philosophiques...), la RTBF n'est pas autorisée à intervenir dans le contenu d'un spot. Elle ne peut pas non plus en interdire la diffusion sous peine de risquer une condamnation pour refus de vente. C'est le Jury d'Ethique publicitaire qui est habilité à examiner le contenu des spots et à intervenir par rapport à leur diffusion.

### Concours

Il s'agit essentiellement de réclamations pour un prix non reçu.

### → Accessibilité aux personnes sourdes et malentendantes

Le volume des sous-titrages à la RTBF augmente chaque année. Le sous-titrage d'émission est pris en charge par les chaînes elles-mêmes, ce qui explique les différences entre la RTBF et les télévisions françaises par exemple, qui ne disposent pas des mêmes moyens, techniques et humains. Pour le public sourd et malentendants, néanmoins, cette situation est difficile à comprendre et engendre un certain nombre d'interpellations.



## Bilan annuel du Service de Médiation et de Relations avec les publics - Année 2014

Composition du service de Médiation et de relation avec les publics :

Monaux Louise, responsable

Roland Elisa

Vanlaer Michèle

Page Internet : [www.rtbf.be/entreprise/rtbf-et-vous/contacter](http://www.rtbf.be/entreprise/rtbf-et-vous/contacter)

Adresse de contact : [mediationrtbf@rtbf.be](mailto:mediationrtbf@rtbf.be)