

Service de Médiation & de Relations avec les publics

Bilan 2017



INTRODUCTION

2017 est une année de changement pour le service de médiation de la RTBF.

La mise en place de FAQS centralisées apporte une réponse plus rapide aux publics et diminue le nombre de messages avec la médiation de moitié (6681 en 2016 contre 3771 en 2017).

Les Questions les plus fréquentes en 2017

- Auvio : la lecture de vidéos ou de directs ne fonctionne pas.
- Radio : Je ne reçois plus vos chaînes radio sur mon système Sonos, Squeezebox...
- Radio : vos URLs ne fonctionnent plus. Comment faire ?
- La RTBF fournit-elle des gadgets et objets promotionnels ?
- Comment obtenir une archive ou une copie d'émission ?
- Quelle est la politique de la RTBF en matière de partenariats et sponsorings ?
- Où introduire sa demande de stage ?
- Où envoyer sa candidature spontanée ?
- Pouvez-vous m'autoriser à diffuser les matchs de la Coupe du Monde sur écran géant ?

La création de quatre grands guichets de contacts améliore l'accompagnement des publics dans leur relation avec la RTBF. Les contacts pris avec les émissions (guichet 1) et les demandes d'assistance techniques (guichet 2) ont rassemblé respectivement 1250 et 997 messages. Ils ont été traités en collaboration avec les équipes concernées.

Nous contacter

Vous n'avez pas trouvé de réponses à vos questions dans nos FAQS ? Contactez-nous via l'une de ces quatre rubriques.

 <p>Contacteur une émission</p> <p>Vous souhaitez entrer directement en contact avec une émission, réagir sur son contenu, poser une question à l'animateur ou au présentateur.</p>	 <p>Suggestion de contenus et de reportages</p> <p>Vous avez un sujet de reportage à proposer à la rédaction, vous souhaitez suggérer un concept d'émission, une idée de programmation.</p>
 <p>Signaler un problème technique</p> <p>Vous recevez mal nos chaînes, nos vidéos et ne comprenez pas l'origine du problème.</p>	 <p>Avis, questions, interpellations et plaintes</p> <p>Incompréhension, insatisfaction, choix éditoriaux, droits individuels: le service de médiation est un espace d'écoute et de dialogue privilégié entre la RTBF et ses publics.</p>

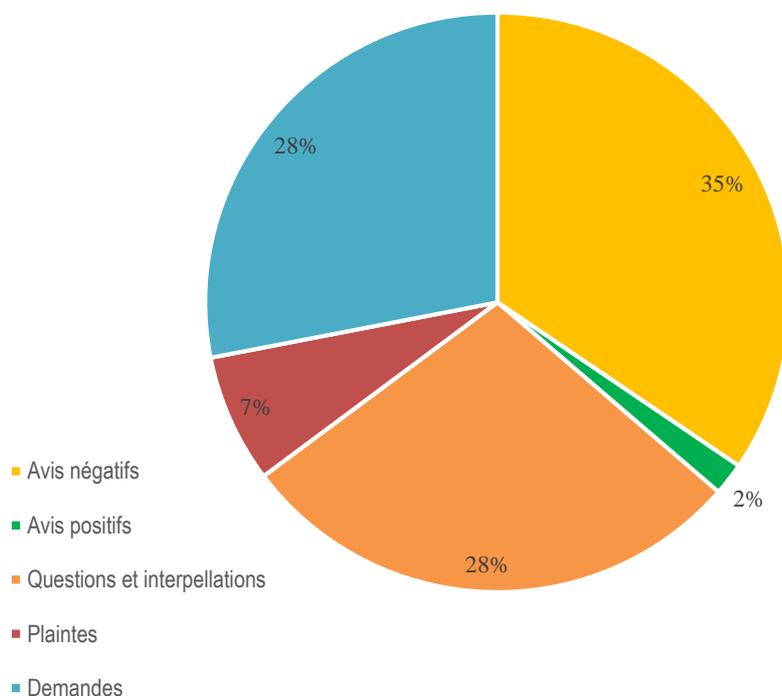
<https://www.rtbef.be/entreprise/contact-et-question>

Sur l'année 2017, les téléspectateurs, auditeurs et internautes se sont dès lors dirigés vers le guichet médiation (guichet 4) pour des questions spécifiques, plus précises, mieux étayées et argumentées. **Le service de médiation a ainsi traité 1436 dossiers.**

Ces 1436 dossiers concernent majoritairement des avis positifs et négatifs, des demandes - parfois très pratiques - qui ne trouvent pas de réponse ailleurs et des questions, des interpellations sur l'offre et la qualité des contenus, la couverture et les choix éditoriaux de l'information...

Le nombre de plaintes formelles reste peu élevé.

Répartition des réactions reçues à la médiation en 2017



La page médiation permet au public d'accéder à une série d'informations sur le rôle et la mission du service de médiation de la RTBF. L'utilisateur peut choisir son mode contact : courrier postal ou formulaire en ligne. L'utilisateur qui choisit de contacter la médiation via le formulaire en ligne est invité à sélectionner la case « avis », « question » ou « plainte ».

1/ Pourquoi un service de médiation à la RTBF ?

En tant que service public, en tant que média, la RTBF fait partie de la vie de tous. Il est de son devoir de répondre aux questions, aux incompréhensions, aux plaintes des publics auxquels elle s'adresse.

Le service de médiation est l'espace privilégié d'écoute et de dialogue entre la RTBF et ses publics.

Il remplit une double mission :

- enregistrer, relayer et rendre compte aux différents services et directions de la RTBF des félicitations, avis, interpellations, demandes de renseignements et plaintes des auditeurs, téléspectateurs et internautes.
- vous apporter une réponse claire et complète, en toute transparence.

La présence d'un service de médiation à la RTBF est une obligation légale. Elle est régie par les articles 48, 49 et 50 du [contrat de gestion de l'entreprise](#).

2/ Comment le service de médiation procède-t-il ?

Le service de médiation est autonome. Il agit afin de vous apporter une réponse la plus complète possible quant aux choix éditoriaux de la RTBF, à ses motivations ou au problème mis en évidence dans votre courriel(r).

Dans cette optique, le service de médiation peut librement consulter les bases de données de la RTBF et prendre contact avec tous les services et directions de la RTBF.

En cas de plainte, il agit, en concertation avec les services concernés, afin de dégager une solution qui peut soit impliquer une correction de la situation dénoncée, soit expliquer les motifs qui amènent à ne pas corriger cette situation.

Le service de médiation enregistre et relaie vos avis. Il apporte une réponse aux plaintes et aux questions au plus tard dans les **30 jours ouvrables** après la réception de votre courrier ou courriel.

3/ Que ne peut-il pas faire ?

Le service médiation :

- agit a posteriori. Il n'intervient donc pas dans l'élaboration du contenu des émissions et de leur programmation.
- n'a aucun pouvoir de décision, de contrôle ou de contrainte. Il ne peut donc rien imposer aux différents services et directions de l'entreprise.

Sa mission est d'améliorer la communication entre la RTBF et ses publics, de faciliter les échanges lors de conflit, de plainte, d'insatisfaction, d'incompréhensions.

4/ Droit d'auteur, droit à l'image, droit à la vie privée ou à l'oubli : quel rôle joue la médiation ?

En tant qu'auditeur, téléspectateur ou internaute, vous avez des droits. En tant que personne également.

Les questions de droits d'auteur et de droit à l'image, de droits à la vie privée ou de droit à l'oubli sont transmises à la Direction juridique de la RTBF, compétente pour traiter ce genre de dossier. Le service de médiation reste néanmoins à votre disposition pour faciliter les échanges.

5/ Droit de réponse : quelles sont les conditions indispensables ?

Pour introduire valablement une demande de droit de réponse, il faut remplir un certain nombre de conditions de fond énoncées par la loi du 23 juin 1961 relative au droit de réponse ([Moniteur belge du 8 juillet 1961](#)) à savoir :

- être une personne physique ou morale, ou une association de fait
- être citée nominativement ou implicitement désignée dans une émission, édition ou programme audiovisuels à caractère périodique,
- justifier d'un intérêt personnel
- vouloir faire rectifier un ou plusieurs éléments de faits erronés concernant la personne ou répondre à un ou plusieurs faits ou déclarations de nature à porter atteinte à son honneur.

Des conditions de forme sont également énoncées par la loi. Parmi celles-ci, il importe que la demande soit introduite par lettre recommandée, au plus tard dans les 30 jours à dater de la diffusion de l'émission concernée, à l'adresse de l'Administrateur général, boulevard Auguste Reyers, 52, 1044 Bruxelles.

6/ Comment contacter le service de médiation ?

En remplissant le formulaire présent sur cette page.

Il est également possible de vous adresser à la médiation par courrier postal, en utilisant cette adresse :

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

7/ En cas de plainte, quels sont les recours externes possibles ?

Si vous estimez ne pas avoir obtenu de réponse satisfaisante à votre plainte, vous pouvez également vous adresser :

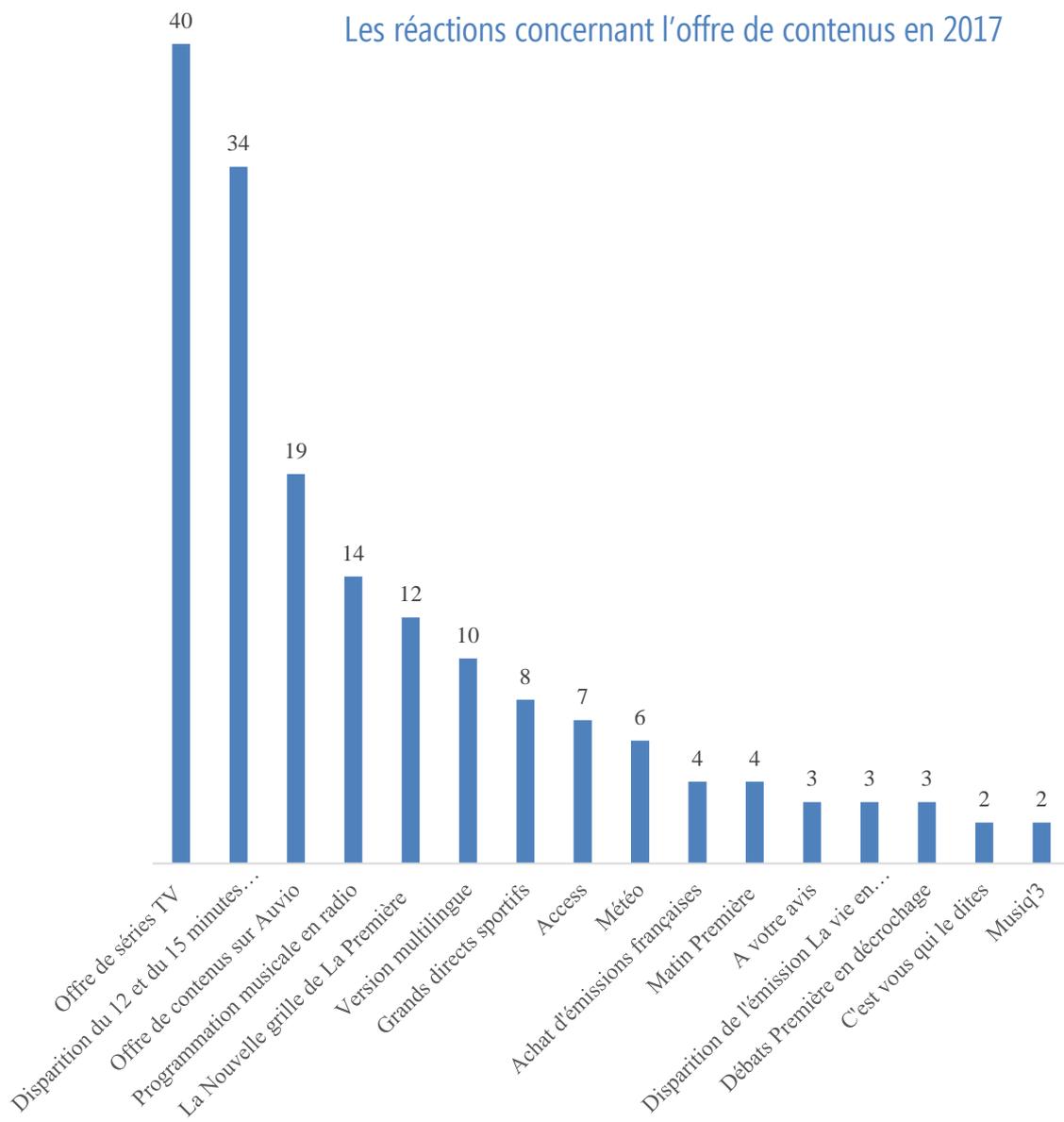
- au [Conseil Supérieur de l'Audiotvisuel \(CSA\)](#) pour ce qui concerne l'édition, la diffusion ou la distribution de programmes, et notamment le non-respect d'obligations décretales ou réglementaires, Boulevard de l'Impératrice, 13 à 1000 Bruxelles
- au [Conseil de déontologie journalistique \(CDJ\)](#) pour les questions de déontologie journalistique, Résidence Palacé, bloc C, Rue de la Loi 155 bte 103 à 1040 Bruxelles
- au [Médiateur de la Fédération Wallonie-Bruxelles](#) pour ce qui concerne le fonctionnement des services administratifs de la RTBF, Rue Lucien Namèche 54 à 5000 Namur.

Médiation éditoriale

La **médiation éditoriale** est centrée principalement sur l'explication des choix éditoriaux et de programmation de la RTBF pour ses différents contenus et sur ses différents médias, suite aux contacts pris par les publics. La médiation éditoriale vise aussi le relai, au sein de l'entreprise, des avis, questions et interpellations des publics.

Les principales questions et interpellations des publics en 2017

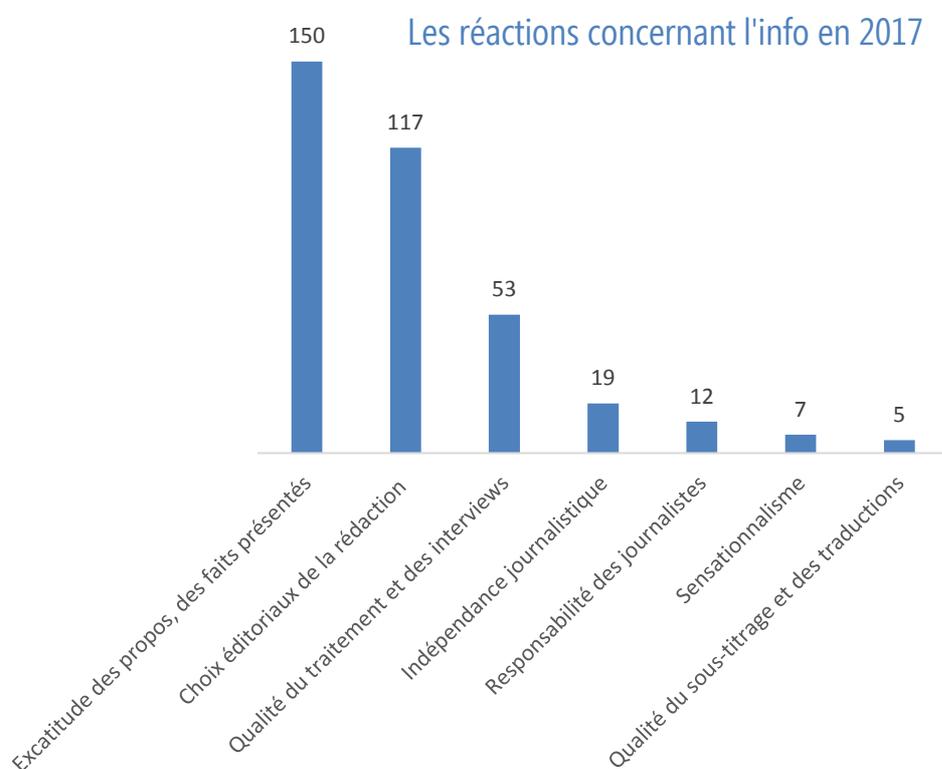
En 2017, les sujets qui suscitent le plus de réactions des auditeurs, téléspectateurs et internautes concernent principalement l'offre de contenus de la RTBF. La fin du *12 minutes*, la nouvelle grille de *La Première*, la durée de mise en ligne sur audio, l'offre de fictions (séries principalement), le sport et la place de programmes français dans les grilles TV interpellent les publics, qui demandent des changements ou des explications.



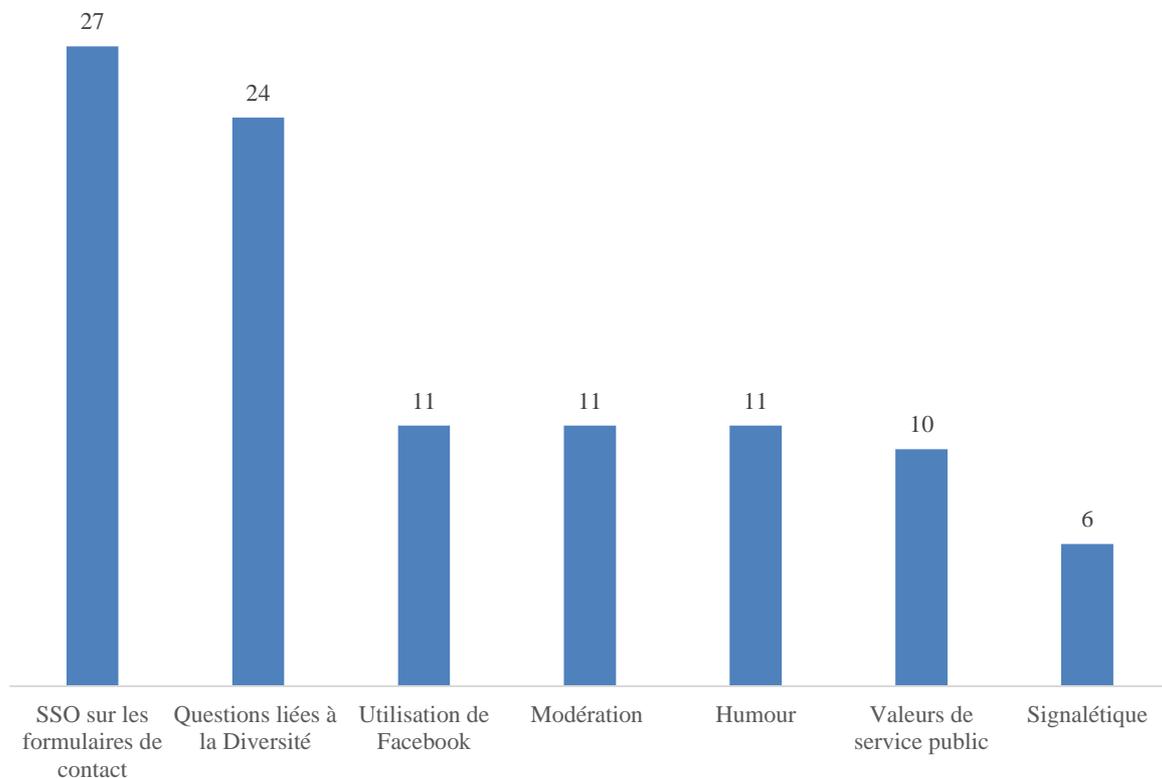
Sur l'information, les téléspectateurs, auditeurs et internautes réagissent majoritairement à propos des choix éditoriaux (pourquoi tel sujet, pourquoi en ouverture de journal...) et concernant l'exactitude des faits présentés.

Les choix éditoriaux de la rédaction sont épinglés quant à la durée des sujets (durées inégales), du traitement de l'actualité internationale, du sport (« pas assez de sport belge ») ou sont remis en cause par l'expression d'une lassitude ou d'une incompréhension (« trop d'informations anxiogènes », « trop de Donald Trump », « trop de Johnny Hallyday »)...

Concernant l'exactitude des commentaires journalistiques, ce sont le manque de précisions, la justesse des mots, les conclusions trop synthétiques, la formulation des titres qui sont principalement relevés par les publics. La qualité du traitement (préparation et choix des questions dans les interviews, choix de l'angle, des intervenants...) est également mise en avant.



Les réactions sur des questions plus spécifiques, liées aux valeurs et aux missions de service public en 2007.



Le public met en avant les valeurs et missions de service public dans les domaines liés à la liberté d'expression (et en particulier l'humour), à la diversité (la question des stéréotypes, de la représentation égalitaire entre experts homme/femme, le vocabulaire utilisé...), à la signalétique. Des incohérences entre propos tenus/actions menées et valeurs affichées par la RTBF sont parfois relevées.

Les réseaux sociaux soulèvent également des questions, qu'il s'agisse de réactions après une modération estimée injuste ou des liens jugés « trop étroits » entre la RTBF et Facebook (« pourquoi devons-nous être inscrits sur Facebook pour pouvoir vous laisser un commentaire ? »). La prise de contact avec la RTBF fait réagir également lorsqu'il s'agit de trouver un point de contact ou de devoir s'identifier avant de remplir un formulaire.

La médiation éditoriale se développe dans les réponses apportées aux publics mais également au cours de l'émission mensuelle **MediaLog, magazine de médiation et d'éducation aux médias**. Elle permet, chaque mois, de revenir sur des interpellations ou questions posées par les publics, d'y apporter publiquement une réponse et de s'y attarder dans un débat ou une discussion plus approfondie, en présence des usagers qui ont accepté de venir en plateau, de représentants de la RTBF, d'experts du monde scientifique et académique.



MediaLog favorise les échanges avec les publics et la transparence de la RTBF sur ses choix éditoriaux. Le rapprochement entre médiation et éducation aux médias qu'apporte l'émission offre une mise en perspective et un décryptage supplémentaire aux différents sujets abordés.

Au cours de l'année 2017, MediaLog a fait évoluer son contenu. En septembre, le magazine d'éducation aux médias et de médiation de la RTBF a connu une évolution importante, tant sur le fond que sur la forme.

L'ensemble du dispositif de réalisation a été dynamisé (nouveau studio, nouveau décor, nouvel habillage sonore...) et de nouvelles rubriques sont apparues :

- La rubrique « **De quoi j'me mails** » revient sur les sujets ou questions qui ont suscité le plus de réactions durant le mois écoulé.
- La rubrique « **Médias comparés** » propose une comparaison de traitement d'une information qui a récemment fait la Une. Elle permet via l'analyse comparative de mettre en lumière des caractéristiques et pratiques du travail journalistique.

Le **débat**, lui aussi, a évolué. Il est renforcé par la présence d'un "expert fil rouge" qui peut intervenir à tout moment de l'émission pour interpellier, proposer un autre angle de vue, voire infléchir un propos, puis débriefer l'ensemble de l'émission. Comme en 2016, des personnes du public qui ont sollicité le service médiation de la RTBF sont invitées à venir en plateau pour exprimer leur point de vue et échanger avec le responsable du service ou de l'émission concerné par le débat.

En 2017, MediaLog a traité, dans ses différentes séquences, des principales questions posées par les publics.

L'ancienne formule de l'émission et la nouvelle à partir de septembre (via la rubrique "De quoi j'me mail") sont ainsi revenues sur les sujets suivants :

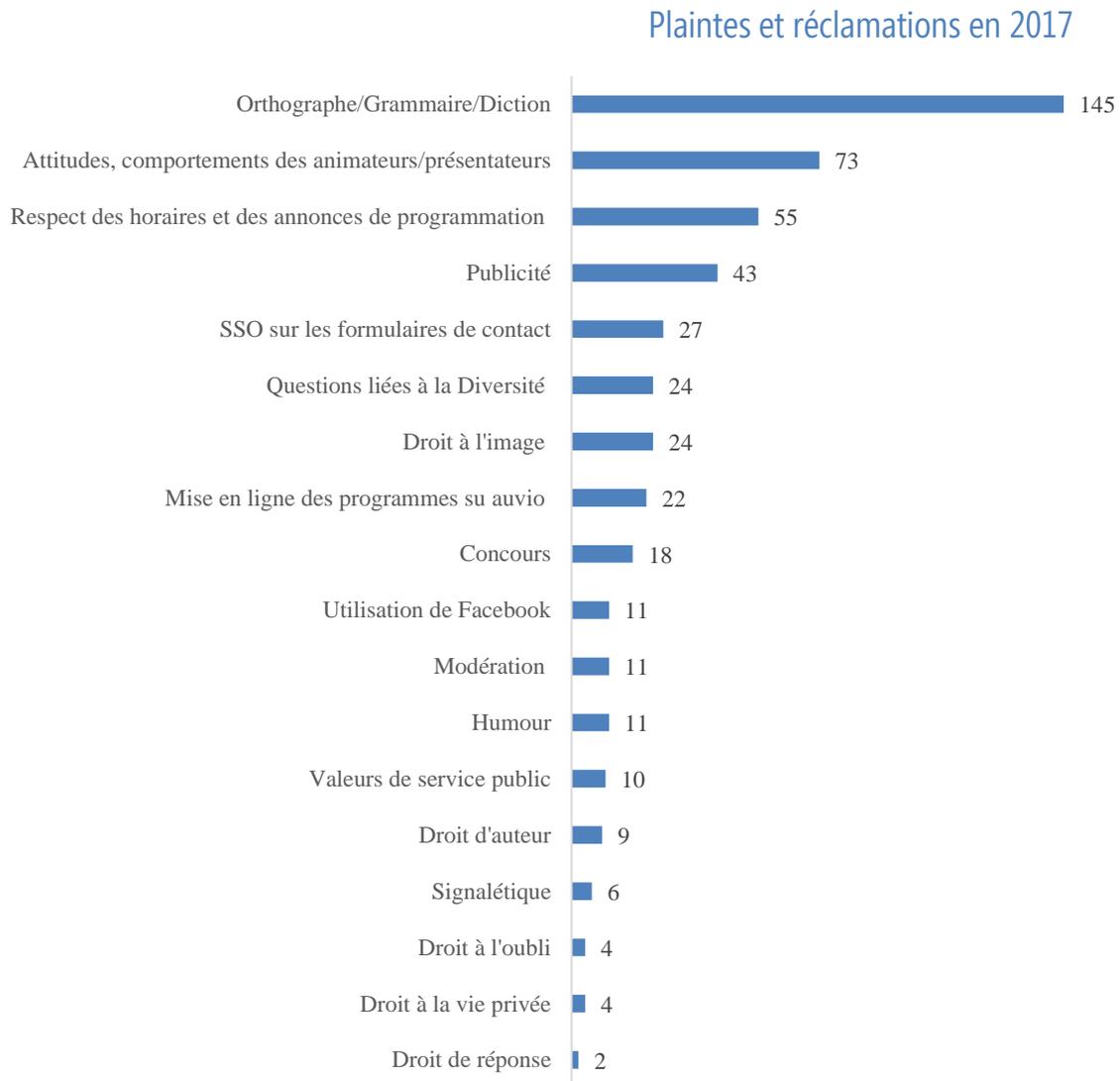
- L'accessibilité des programmes auprès des personnes à déficience sensorielle (janvier)
- Le traitement de l'info autour de Donald Trump et notamment un reportage TV qui analyse sa signature (en février)
- Les coupures de signal lors de directs sur audio (juin)
- Les déprogrammations de séries (*Plus Belle la vie* en particulier) et déprogrammations pour cause d'événements sportifs (en septembre)
- Les fautes d'orthographe (en octobre)
- Le traitement accordé par la rédaction à l'annonce du départ de la politique de Laurette Onkelinx (octobre)
- La fin du *12* et du *15 minutes* en novembre
- L'interview exclusive de Carles Puidgemont sur la RTBF (novembre)
- Le droit à l'image dans un lieu public (novembre)
- La finale des Masters de Londres (qui n'a pas été retransmise par la RTBF pour des questions de droits de diffusion - en décembre)

Le **débat** a permis de son côté d'approfondir les questions et interpellations suivantes :

- Le choix, la crédibilité et la diversité des experts (en janvier)
- Le sondage « Noir, jaune, blues » (RTBF/Le Soir/ : la présentation et l'interprétation des résultats scientifiques (février)
- La question de la vie privée et de l'inscription via les formulaires sur les sites RTBF (en mars)
- Le traitement de la journée internationale pour les droits des femmes dans l'émission « 7 à la Une » (séquence *Gilles le Suisse*) en avril.
- La couverture des élections françaises et en particulier la question de l'annonce des résultats sur la RTBF, avant les chaînes françaises (en mai)
- Les enjeux du DAB + (en juin)
- Le lancement de *Tarmac* (en septembre)
- L'exactitude des infos, la mésinformation et les fake news (en octobre)
- Le format et la ligne éditoriale de *Views* (novembre).
- La couverture du décès de Johnny Hallyday (en décembre).

Médiation des Plaintes et des réclamations

Le service de médiation de la RTBF a traité 377 plaintes ou réclamations au cours de l'année 2017. Elles se répartissent comme suit, dans les sujets suivants :



Les réactions concernant l'orthographe ont diminué par rapport aux années précédentes (201 en 2016). Les fautes d'orthographe et erreurs de grammaire, l'usage d'anglicisme font néanmoins encore réagir âprement, qu'il s'agisse des titres et sous-titres du JT, d'émissions radio ou d'articles sur les sites Internet.

L'attitude et les comportements des animateurs et présentateurs font l'objet de félicitations mais également de réclamations et de plaintes de la part des publics. « C'est vous qui le dites » et Benjamin Maréchal ont rassemblé à ce sujet un nombre plus important de réactions négatives.

Les questions de programmation (changement d'horaire et horaire de rediffusions) tiennent également le haut du tableau avec, en 2017, plusieurs plaintes concernant la série *Plus Belle la vie*. Les modifications horaires suite aux éditions spéciales, aux changements de grilles **sans avertissement préalable** génèrent également des insatisfactions et demandes d'explications.

La publicité a suscité 43 réactions d'insatisfaction marquée en 2017. Le nombre de coupures publicitaires énerve, notamment quand il s'agit de plusieurs coupures dans des séries de 26 minutes. La publicité sur Internet porte également sa part de mécontentements.

Les questions de droits (droits d'auteur, droit à l'image etc...) relèvent de situations personnelles et spécifiques. Elles sont relayées et traitées par la direction juridique de la RTBF.

Les concours, enfin, suscitent des réclamations, principalement quand un lot n'est pas parvenu au gagnant. Et une solution est trouvée en collaboration avec les services concernés.

Médiation culturelle

La RTBF développe également une médiation culturelle dont l'objectif est, d'une part, de conscientiser et faire comprendre au public le plus large possible les pratiques de la production audiovisuelle et du journalisme ; d'autre part, de sensibiliser la RTBF quant aux incompréhensions, aux connaissances et méconnaissances des publics sur ces mêmes pratiques. La médiation culturelle vise à réduire les écarts de compréhension entre la RTBF et ses publics par l'échange et le dialogue direct, par la découverte et l'immersion dans les infrastructures (studio, régie, montage etc...) et dans les différents métiers qui se pratiquent au sein de la RTBF.

Cette forme de médiation se concrétise ainsi par des rencontres et des événements spécifiques entre des professionnels de la RTBF, journalistes par exemple et les publics. C'est le cas du *Media School Day* notamment, organisé par la cellule Diversité de la RTBF ou d'actions en éducation aux médias, auxquelles le service de médiation collabore.

La médiation culturelle se développe surtout quotidiennement, via les visites guidées (RTBF Inside) et les ateliers d'immersion (RTBF Lab) organisés par le service de médiation. Sur l'année 2017, la RTBF a ainsi fait découvrir ses métiers, ses pratiques et a échangé, discuté avec **10.980 personnes** pendant **deux, trois ou quatre heures**.

Cette médiation culturelle est indispensable pour développer avec les publics un dialogue constant et pour mieux se comprendre. Ces moments sont enrichissants et constructifs pour la RTBF et pour les publics.

En 2017, cinq thèmes de visites et 2 ateliers ont été proposés aux publics :

Visites guidées et ateliers interactifs

Découvrez nos scénarios de visite et nos différents ateliers interactifs.



Informations pratiques et réservations

Les activités RTBF Inside (visites thématiques) et RTBF Lab (ateliers interactifs) se développent sur trois sites de la RTBF : à Bruxelles, Liège et Marcinelle. Vous trouverez ici les renseignements généraux pour préparer au mieux votre activité.

[plus d'infos](#)

[Prendre RDV](#)

Activités

☑ Visite Guidée (5) ☑ Atelier (2) ☑ Rencontre (1)



- Inside : Le Making of - Bruxelles et Liège /-8



-Inside : Les soirées Making of - Bruxelles /-10



- Inside : Entre réel et virtuel - Marcinelle /-10



- Inside : Autour de l'Info - Bruxelles /-14



- Inside : Les Niouzz Making of - Liège /-8



- Lab : La cinquième édition - Bruxelles /-16



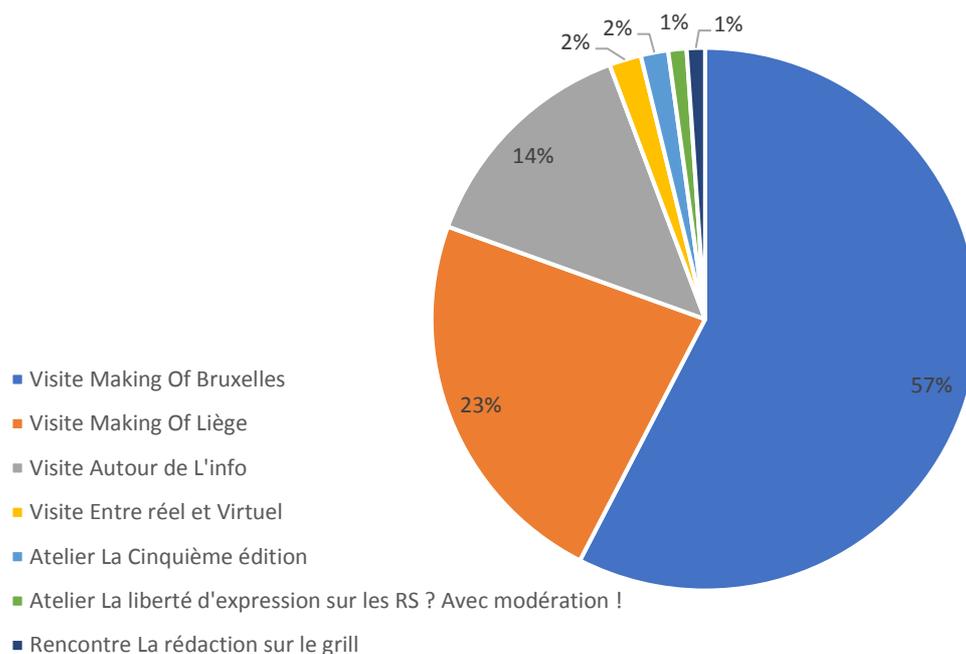
- Lab : La liberté d'expression sur les RS ? Avec modération... - Bruxelles /-14



- Rencontre Inside : La rédaction sur le grill - Bruxelles /-14

<https://www.rtbef.be/inside>

12



RTBF Lab : Ateliers d'immersion

Les ateliers d'immersion visent à stimuler l'esprit critique des participants en les amenant à réfléchir sur les contenus médiatiques et en les confrontant à la pratique.

Chaque atelier propose de placer les participants dans les mêmes positions, face aux mêmes contraintes et questionnements que les collaborateurs RTBF dans leur travail. En se mettant dans la peau de l'éditeur du JP ou du modérateur sur les réseaux sociaux, en travaillant en direct sur les dépêches ou les commentaires des internautes sur les pages de la RTBF, les participants sont amenés à réfléchir, à critiquer, à comprendre les choix et les contraintes liées au journalisme et à la production médiatique.

Les moments d'échanges avec les professionnels de la RTBF (éditeur, social editor ou modérateur) permettent à chacun de mieux comprendre le travail et les réactions de l'autre. Ils conscientisent chacun dans sa position de producteur et de récepteur de messages, d'informations.

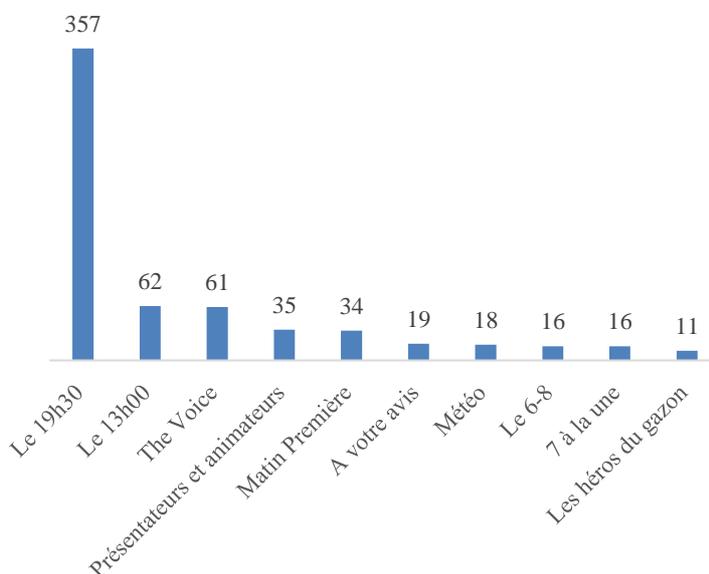
Annexe – contacts aux émissions et questions techniques

La RTBF entretient sa relation avec les publics via différents supports, notamment les réseaux sociaux. Les prises de contacts avec les émissions et pour des questions techniques via les formulaires en ligne sur la page « Contacts et Questions » du site Entreprise de la RTBF s'élèvent à 1944 en 2017.

Les demandes aux émissions

Le guichet « Contacter une émission » de la page Contacts et questions du site Entreprise a été sollicité 1048 fois en 2017. Les principales émissions contactées restent celles liées à l'information. Suggestion de reportage, questions sur les choix éditoriaux et le traitement de l'info, demandes diverses sur les contenus proposés (compléments d'information, références etc.).

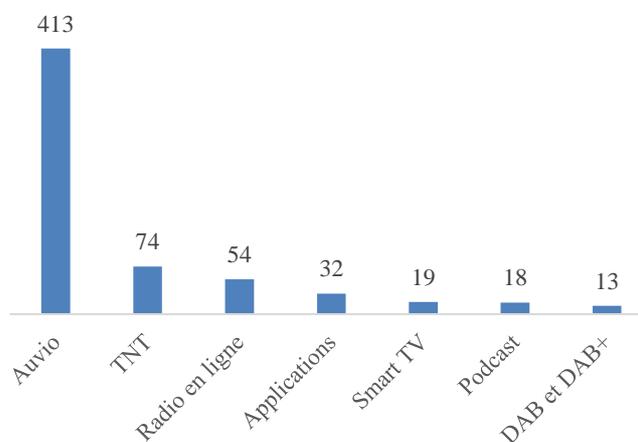
L'émission *The Voice* a récolté principalement des demandes d'information concernant le casting ou la participation à l'enregistrement et aux directs des émissions.



Les problèmes techniques

Le guichet d'assistance technique offre d'abord des étapes préalables pour aider l'utilisateur s'il rencontre des problèmes de réception. Et la possibilité de contacter les équipes techniques si aucun des conseils prescrits ne s'avère fructueux ou s'il y a lieu de signaler un problème de réception.

En 2017, les usagers ont signalé 896 problèmes techniques via ce formulaire. Ces problèmes se répartissent majoritairement entre les supports suivants :





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

Année 2017

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

mediation@rtbf.be

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