

RTBF

**RAPPORT
ANNUEL
2016**

SOMMAIRE

3 INTRODUCTION	81 FILIALES
5 IDENTITÉ	85 PERFORMANCES FINANCIÈRES
17 INNOVATIONS	90 FOCUS SUR LES RÉSULTATS FINANCIERS
25 CRÉATIONS	102 COÛT NET
37 MOBILISATIONS	106 COMPTES ANNUELS
41 ENGAGEMENTS	131 BILAN SOCIAL
49 FIERTÉS	136 RÈGLES D'ÉVALUATION
60 COLLABORATIONS	142 MENTIONS
65 MÉDIATION	145 CRÉDITS
67 AUDIENCES	
75 RESSOURCES HUMAINES	

CHAPITRE 1

INTRODUCTION

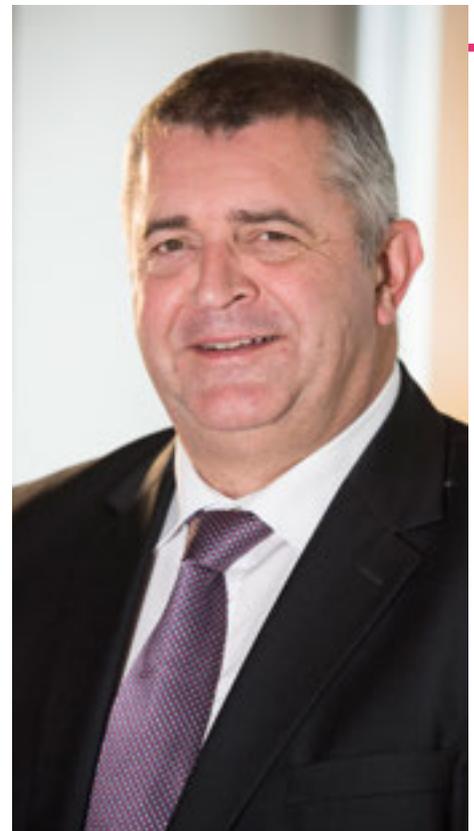


" Direct, reportages, investigations, enquêtes, tout au long de l'année, la RTBF s'est mobilisée pour vérifier, décrypter, donner des clés pour comprendre. Séries belges, exploits sportifs, spectacles vivants, en 2016, nous avons partagé avec fierté et passion les succès de nos créateurs et nos talents."

Jean-Paul **PHILIPPOT**
Administrateur général

" La RTBF a le devoir d'être une référence, dans tous les genres, sur toutes les plateformes. Référence en matière de production, de relations avec les publics, d'impertinence, d'audace, de création, d'intégration, de socialisation. Dans un monde hypermediatique où se mêlent le vrai, le faux, le pire et le meilleur, l'audiovisuel est, plus encore aujourd'hui qu'hier, un enjeu de civilisation et de sauvegarde de nos démocraties. L'audiovisuel public doit être à la fois puissant, différent et indépendant. "

Jean-François **RASKIN**
Président du Conseil
d'administration



CHAPITRE 2

IDENTITÉ

LES MISSIONS DE LA RTBF

La RTBF est un moteur d'expression et d'épanouissement pour tous, par tous et partout. Elle place le public au centre de ses préoccupations. Reposant sur les besoins et les attentes des citoyens belges francophones, son engagement s'articule autour de missions d'information, de divertissement et d'éducation.

Le rôle de la RTBF en tant que stimulateur et révélateur de talent est aussi d'ouvrir la voie à la création et de divertir dans les multiples formats qu'autorise aujourd'hui ce genre. Le divertissement est, en effet, au cœur de nos cultures comme il est au centre de notre vie quotidienne. Dans sa diversité, il est tout à la fois gage d'épanouissement et d'émotions. L'un est personnel, les autres sont collectives. Ils sont tout aussi importants pour les moments forts qu'ils procurent.

Enfin, dans un monde où les repères fluctuent sans cesse, l'éducation permet de décoder l'environnement en permettant l'émancipation et la créativité. L'accès à la connaissance, à la compréhension des enjeux et à leur analyse critique participent pleinement du rôle de service public dans la société numérique du 21^e siècle.

Carrefour et espace de dialogue et d'écoute dans le débat démocratique, la RTBF entend ainsi être un pôle de référence dans le contexte de mutations profondes et d'univers global. Elle entend ainsi participer à l'essor et à l'épanouissement de la Wallonie et de Bruxelles, pour leurs citoyens, en Belgique et par-delà ses frontières.

" La mission première de la RTBF est aujourd'hui de confirmer et certifier une information avant de l'expliquer et de la mettre en perspective en plaçant l'investigation au cœur de sa démarche. "



LES VALEURS

Les valeurs de la RTBF forment le socle de ses convictions.
Elles donnent un sens à ses actions.



LA RTBF EST **UNIQUE**

Elle revendique et assume fièrement son statut de service public de l'audiovisuel francophone belge qui lui confère une place privilégiée dans le secteur.



LA RTBF **DYNAMISE** LA SOCIÉTÉ

Elle permet à chacun de comprendre les changements pour mieux les appréhender et les vivre plus sereinement. Elle soutient aussi pleinement les initiatives et les projets et les valorise auprès de la société afin d'élargir le champ de la création. La RTBF donne accès au meilleur de l'innovation, des technologies et de la recherche.



LA RTBF EST **ACCESSIBLE**

Elle s'adresse clairement à tous les publics en réponse à toutes les formes d'exigences. En tant que service public, la RTBF met tout en œuvre pour assurer l'accessibilité de ses programmes et de ses contenus. Elle est présente sur toutes les plateformes pour atteindre tous les publics.



LA RTBF CRÉE DES **LIENS**

Elle est un pont entre les communautés, les localités et les individus. Elle met en avant leurs talents et leurs initiatives. Elle encourage la participation de tous dans les activités divertissantes, culturelles, sportives, créatives, éducatives, économiques et scientifiques. La RTBF favorise le mieux-vivre ensemble et reflète notre diversité.



LA RTBF EST **INDÉPENDANTE**

Elle investigate, sonde, fouille les sujets et thématiques. Elle est libre de toute influence politique et commerciale. Elle insiste sur la pertinence, la confiance et l'indépendance dans la production de ses contenus.



LA RTBF OSE **L'IMPERTINENCE**

Elle revendique l'audace qui fait partie de notre singularité belge. Elle voit le monde tel qu'il est. Elle stimule la création et les productions originales.

LE PLAN STRATÉGIQUE 2022

Le Conseil d'Administration de la RTBF a adopté fin 2016 le plan stratégique de la RTBF, baptisé Vision 2022. Ce plan est une réponse aux défis qui se présentent dans un monde en mutation rapide. Car la RTBF est acteur d'un espace audiovisuel qui converge, se numérise et se globalise à toute vitesse.

Des initiatives récentes comme 'La nuit des idées', 'Demain et après' ou 'Génération quoi' témoignent de ces transformations profondes mais démontrent également que les missions de service public sont contemporaines pourvu que la RTBF les adapte à l'évolution des attentes et des usages du citoyen.

Le succès des séries locales ou des webséries en Belgique et à l'international sont les plus beaux exemples de la force créatrice et de l'originalité de la RTBF. L'évolution des médias numériques, la popularité et l'impact des réseaux sociaux, le désintérêt des jeunes pour la radio ou la télévision sont les indicateurs des changements rapides et profonds des usages que les citoyens font des médias.

L'ambition, c'est une RTBF qui promeut avec force et fierté les valeurs de service public dans un monde qui sera numérique et global, c'est d'être le premier producteur de contenu audiovisuel belge francophone, c'est aussi d'être une entreprise apprenante qui responsabilise chacun au projet.

Pour répondre aux nouveaux enjeux de l'audiovisuel, un plan de transformation de grande envergure a été lancé fin 2016 et sera mis en œuvre en 2017 selon une approche participative.



VISION 2022 S'ARTICULE AUTOUR DE 5 THÈMES :

- 1 D'abord, la production de contenus originaux, pour toutes les plateformes en interne et en co-production. La RTBF se veut être le moteur de la production belge francophone pour ses antennes ou sur des plateformes de tiers.
- 2 La diffusion des contenus sur toutes les plateformes en fonction des usages des publics, en adaptant les politiques éditoriales et les stratégies de diffusion. Avec une attention particulière pour les publics jeunes.
- 3 La simplification des processus et la modernisation des méthodes de travail. Pour être plus efficaces et concentrer plus de moyens sur la création et la production de contenus. Il faudra réorganiser la structure de la RTBF pour casser les silos et s'adapter à l'évolution des médias.
- 4 La valorisation de nos contenus pour créer des sources nouvelles de financement de l'activité et de la production de la RTBF et garantir la stabilité financière nécessaire à la poursuite des investissements de modernisation.
- 5 Enfin, l'évolution de la culture interne pour adopter un management plus collaboratif, casser les hiérarchies parfois sclérosantes et responsabiliser chacun. Et pour prendre en compte le bien-être au travail et le développement personnel.

L'OFFRE

La RTBF la conçoit dans le contexte du contrat de gestion 2013-2017. Son ambition, elle la décline au service de tous les publics, en cultivant audace et innovation, en réaffirmant sa proximité. L'offre de la RTBF s'inscrit dans un projet où la qualité éditoriale, l'innovation, l'indépendance, l'excellence et la crédibilité sont au cœur du dispositif. Un positionnement et des ambitions qui font de la RTBF un acteur majeur qui contribue au renforcement de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

CHAINES TV



La Une est la chaîne généraliste, familiale et populaire de la RTBF. Elle se consacre prioritairement à l'information, au divertissement et à l'événement. La Une promeut le patrimoine de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Elle est ouverte sur la Belgique, l'Europe, la francophonie et le reste du monde.

Deuxième chaîne généraliste de la RTBF, La Deux est entièrement complémentaire à La Une. Elle accorde ainsi une attention particulière aux différents publics, en privilégiant celui des personnes actives. La Deux se consacre à l'événement, la connaissance et la découverte. Elle est la chaîne du sport et des séries.



La Trois est la chaîne de la culture et de la jeunesse. Elle se veut multiculturelle et ouverte sur le monde. Chaîne de la connaissance et de la découverte, elle multiplie les regards pour explorer nos régions, notre pays, notre continent, notre univers.

CHAINES RADIO

Les six radios de la RTBF se caractérisent par la richesse et la diversité de leur offre de programmes. Curieuses, proches de leur public, branchées ou classiques, les radios publiques vont donc à la rencontre d'auditoires spécifiques en mêlant diversement les mots et les notes, la chronique et le commentaire, l'information et le divertissement, l'entretien et le débat.



La Première est la radio généraliste de la RTBF qui s'adresse à un public curieux et ouvert sur le monde. Ses piliers éditoriaux sont l'information, la culture et le débat de société. Informer, décrypter et inspirer sont ses trois missions essentielles.

LA PREMIÈRE

Informier : avec ses 34 journaux quotidiens, La Première est la radio la plus réactive à l'actualité.

Décrypter : elle partage avec ses auditeurs les clés de lecture du monde.

Inspirer : ses nombreux magazines sont autant de fenêtres ouvertes sur tous les savoirs. Elle cultive la pertinence et l'impertinence.

Sur le plan musical, La Première privilégie la chanson francophone et soutient toutes les musiques. Elle est aussi un partenaire majeur de la vie culturelle en Fédération Wallonie-Bruxelles avec plus de 600 événements soutenus chaque année.

VivaCité est la radio généraliste de la complicité, proche de son public. Avec ses décrochages régionaux quotidiens, VivaCité donne la parole aux forces vives des régions et met à l'honneur les initiatives locales. Interactive, elle n'hésite pas à donner la parole aux auditeurs. Conviviale, pétillante et chaleureuse, la radio la plus écoutée de la RTBF informe et divertit son public à travers ses journaux, magazines et émissions musicales dans une forme et un ton garantissant sa modernité et son homogénéité. Enfin, avec vingt journaux de sports chaque semaine et près de 20 heures d'émissions sportives hebdomadaires, VivaCité est aussi la chaîne de référence pour les passionnés de sport.



Musiq'3 offre à ses auditeurs une programmation unique construite autour de l'immense répertoire de musique classique et d'opéra, et où le jazz, la musique belge, les musiques du monde et de films ont également leur place.

Partenaire fidèle des grandes institutions culturelles, Musiq'3 diffuse plus de 650 concerts belges et internationaux et organise chaque année le Festival Musiq'3 qui rassemble des milliers de personnes sur la place Flagey le dernier week-end du mois de juin.

Classic 21, c'est le meilleur du Rock et de la Pop de ces cinquante dernières années raconté et mis en musique par des passionnés dotés d'une fameuse expertise en la matière.

Partenaire de nombreux concerts, Classic 21 est aussi la chaîne de référence en matière d'info-traffic grâce au dispositif RTBF MOBILINFO (flashes à horaires réguliers, renforcés aux heures de pointe et dispositif spécial en cas de gros problèmes de circulation). Enfin, Classic 21 concocte aussi de grandes évasions à moto pour ses auditeurs.



Chaîne des nouvelles tendances musicales, Pure est la radio branchée et impertinente de la RTBF. Grâce à une programmation axée notamment sur la découverte, Pure accorde une place particulière aux nouveaux talents, artistes belges et aux festivals. Bien plus qu'une radio, Pure est résolument ancrée dans son époque avec une forte pénétration sur les plateformes multimédia, le web et les réseaux sociaux.

L'offre radio RTBF est complétée par RTBF international, une sélection de programmes en direct de La Première et de VivaCité qui est diffusée en Belgique en AM, en FM à Kinshasa, par satellite en Afrique, et partout dans le monde via internet.



LES WEBRADIOS EN 2016

La RTBF compte désormais 10 webradios. En 2016, le nombre de ces radios numériques destinées aux publics les plus exigeants a encore augmenté.

C'est une nouvelle fois Classic 21 qui a le plus diversifié son offre. A côté de ses webradios dédiées aux 60's, 70's, 80' et 90', Classic 21 propose désormais ses trois premières radios digitales consacrées à un genre musical inscrit dans l'ADN de la chaîne, Classic 21 Metal, Classic 21 Blues et Classic 21 Reggae. Comme chaque année, des webradios de saison ont fait leur apparition durant quelques semaines lors des Francos, de la Fête de la musique, de Noël ou encore à l'occasion du 50e anniversaire de Pink Floyd. D'autres artistes devraient suivre dans les prochains mois. De son côté, La Première propose également une webradio via un flux de chansons françaises, déclinaison de l'émission « La vie en rose » d'Alexandra Vassen. Et Pure propose Pure Like qui propose en flux continu une sélection musicale curieuse et pointue.



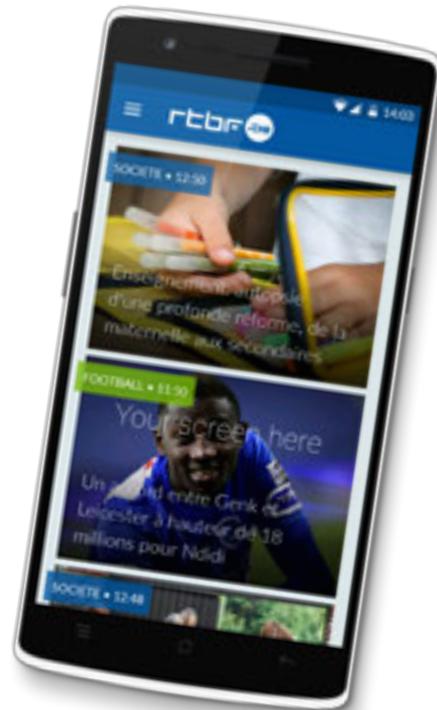
L'OFFRE WEB

L'offre internet de la RTBF se décline sous diverses formes avec des sites internet, une présence à l'écoute de ses publics sur les réseaux sociaux et des applications mobiles, TV et consoles.

Au-delà des sites info, sport, culture, les sites internet de la RTBF sont organisés par thématique avec notamment un site dédié à la jeunesse et la plateforme « Auvio » qui rassemble en un point unique l'ensemble des contenus audio et vidéo proposés par la RTBF. De son côté, Vivreici.be est un site internet inédit. Ce portail d'informations rassemble en un seul lieu et à l'échelle des communes des informations utiles, de l'actualité, mais aussi des infos pratiques et des infos de services.

C'est la première fois qu'une collaboration de si grande envergure unit la RTBF et les télévisions locales.

Avec les réseaux sociaux, plus de 100 pages Facebook et 40 comptes Twitter rassemblent de très larges communautés. Sur le petit écran, la RTBF propose également ses contenus grâce à la TV Numérique interactive et de nombreuses applications Android, iOS, Windows 8, sur les smart TV Samsung et Sony et sur les consoles PS3, PS4 et Xbox one.



Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur la RTBF est sur le site dédié à l'entreprise. Son organisation, son mode de fonctionnement, son conseil d'administration. Mais aussi des informations sur ses engagements et les valeurs des gens qui la composent. Envie de rejoindre la RTBF? Le site Entreprise est également votre point d'accès. Le site contient un espace pour les professionnels avec ses rubriques presse, technique, annonceur et appel à projets.

Les infos pratiques pour contacter un service ou la médiation, ou encore pour venir nous visiter sont aussi disponibles sur ce site.

La Première, chaîne de la curiosité, vous propose un site riche en actualités. Vous pouvez aussi écouter les derniers journaux et les podcasts des émissions, et retrouver un grand choix de contenus vidéos. Le site de La Première, c'est aussi un accès direct aux émissions, aux chroniques et aux programmes de la chaîne.

Écoutez La Première en ligne en direct en audio ou en vidéo!

Classic 21, c'est avant tout la chaîne du rock et de la pop. Pour cela, son site internet vous propose les webradios Classic 21, les podcasts mais aussi une rubrique spéciale avec l'agenda des concerts.

Le site vous permet d'accéder aux émissions, aux pages des animateurs. Côté actu, ce sont le Journal du Rock, des dossiers spéciaux et des vidéos qui vous sont proposés.

Écoutez Classic 21 en direct en audio ou en vidéo!

VivaCité, chaîne de la convivialité, vous propose un site pragmatique: des infos sur les thématiques à venir sur les ondes de la chaîne, une actualité régionale, des infos de dernière minute sans oublier un agenda des événements. Le site VivaCité vous propose également un accès direct à ses émissions et à sa grille de programme, et bien sûr les podcasts de la chaîne à retrouver selon la date ou l'émission.

Écoutez VivaCité en ligne en audio ou en vidéo!

Pure FM est la chaîne des nouvelles tendances musicales. Pour les découvrir, rendez-vous sur son site internet, avec les "purefm music news", le "purefm corner", la "purefm galaxie" mais aussi de nombreuses vidéos. Une rubrique dédiée à l'agenda et aux émissions de la chaîne est également disponible.

Écoutez ou regardez Pure FM? **C'est possible via sa web radio ou via l'écoute classique de la radio en ligne en audio ou en vidéo!**

Musiq'3, la chaîne de la musique classique, vous fait découvrir son univers sur son site internet grâce à une actualité riche autour de la musique et l'activité scénique. Les podcasts de la chaîne sont disponibles via un outil de recherche complet: mots-clés, dates, émissions, les podcasts les plus récents, les podcasts les plus écoutés.

Retrouvez aussi toute l'équipe de Musiq'3 via une rubrique dédiée. Écouter Musiq'3 en ligne c'est aussi possible!



Le site TV vous permet de consulter le programme TV des chaînes de la RTBF, les actualités liées aux émissions des trois chaînes, aux séries et aux films. Une série de concours sont également disponibles.

Le site propose de revoir de nombreuses émissions gratuitement durant 7 jours après la diffusion TV.



Sur ce site, vous avez accès aux actualités et infos des émissions toutes radios confondues. De nombreuses vidéos, une billetterie et des concours sont aussi disponibles. Vous avez la possibilité d'écouter tous les podcasts ainsi que les webradios de la RTBF.

Nos 5 chaînes radio ont également leur site par chaîne.



De la cuisine en passant par les rubriques bien-être, voyages, déco-design, et détente, la RTBF vous dévoile les dernières tendances. Place aux astuces, infos pratiques, conseils mais aussi aux news people hautes en couleurs et en images avec un ton différent.

L'espace Tendances est aussi un lieu réservé à de jeunes talents bloggeurs.



Un public toujours plus actif et connecté a vu le jour ces dernières années. Ont émergé en conséquence des modes de narrations spécifiques au web. La RTBF souhaite répondre à ces nouveaux usages en produisant et en diffusant des créations pensées pour le web, les réseaux sociaux et le multi support.

Découvrez toute les activités de la Webcréation RTBF sur son site: **les webséries, le Transmédia, les webdocumentaires, les jeunes créateurs et les appels à projets.**



Grâce au site culture de la RTBF, vivez la culture à travers les différentes thématiques: cinéma, littérature, exposition, scène et musique. Riche en actualités, articles et vidéos, le site Culture est également la porte d'entrée pour découvrir les interviews. Retrouvez à ce propos toutes les séquences d'Hep Taxi.

Toutes les chroniques et interviews ciné d'Hugues Dayez sont également disponibles sur le site.



La RTBF vous propose une multitude de services! Envie de vous inscrire à l'une de nos newsletters, d'avoir des informations concernant la météo, le trafic sur les routes, l'activité boursière, le télétexte et bien plus encore?

Le site Services est votre point d'accès!



Le site info propose toute l'actualité nationale et internationale classée par différentes thématiques (Belgique, Régions, Monde, Eco, Société, Médias,...). On y retrouve également les chroniques des journalistes et des critiques; les articles les plus consultés et les infos de dernière minute.

La rédaction du site Info vous propose aussi les grands événements d'information en "direct" via le livecenter, ainsi qu'une rubrique "l'actualité en images".

Le site offre la possibilité de voir le JT en direct.



Le site Sport présente les dernières actualités du monde sportif, les résultats des matchs, les classements, des chroniques et commentaires de nos journalistes.

Vous avez également la possibilité de revoir nos émissions, d'apprécier la galerie photos et d'accéder à de nombreuses vidéos.

La rédaction du site Sport vous propose enfin les grands **événements sportifs en "direct" via le livecenter.**



Le site de la RTBF dédié à la guerre 14-18 est un site sur le vécu et le quotidien des Belges pendant le conflit. Découvrez les contenus du site selon votre envie: articles thématiques, cartes interactives, vidéos "témoignages", une ligne du temps,...

Grâce aux équipes de la RTBF qui ont été à la rencontre des Belges, un important patrimoine historique a pu être restitué et ce n'est pas moins de **2000 documents inédits qui sont numérisés et retransmis, en partie, sur le site.**



OUFtivi.be est le site de la RTBF destiné aux enfants de 3 à 12 ans. Totalement sécurisé, sans lien externe et sans publicité, www.OUFtivi.be : c'est un site sur lequel les parents peuvent compter!

Il prolonge l'offre de la télévision sur La Trois dédiée aux enfants et propose également une WEBtivi: thématique à certains moments de l'année (Halloween/Noël/Pâques,...), elle est également présente pour accompagner les enfants quand OUFtivi n'est pas présente en télévision.

Le site Ouftivi propose également des **vidéos, des articles et des jeux à l'attention toute spéciale de notre jeune public.**



Vivreici.be est un portail d'agrégation de contenus locaux produits par la RTBF et par l'ensemble des télévisions locales de la Communauté française de Belgique.

Vivreici.be est un site d'informations locales, utiles et pratiques à l'échelle de l'ensemble de la Communauté française mais aussi à l'échelle de chacune des 281 communes qui la compose. Tous les contenus sont répertoriés commune par commune.

Vivre Ici dispose aussi d'un **agenda local des activités associatives, culturelles ou sportives** alimentés par les organisateurs d'événements mais également par les internautes.



RTBF Aaudio c'est la plateforme digitale Audio et Vidéo de la RTBF, elle est le point d'accès unique pour voir et écouter, revoir ou réécouter un très large choix de contenus de la RTBF et même en découvrir en exclusivité.

RTBF Aaudio c'est aussi une plateforme qui répond aux modes de consommation nomades et s'adapte à tous les écrans.

Une offre singulière (directs, extraits vidéos, émissions, podcasts radio, exclus web) à parcourir selon les envies du moment.

LA RTBF SOUCIEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

Depuis près de dix ans, la RTBF s'engage à être une entreprise écoresponsable. Dans ce contexte, elle a intégré le coût environnemental dans ses critères de décisions d'achat. Cette préoccupation, liée à la volonté de réduire la consommation d'énergie dans l'ensemble des bâtiments, s'est traduite concrètement de plusieurs façons en 2016.

La RTBF a installé des panneaux photovoltaïques sur les sites de Rhisnes, de Mons et de Charleroi, de nouveaux châssis sur la façade arrière du bâtiment de Namur et un nouveau système de chauffage et d'air conditionné à Mons.

En comparant les consommations de gaz de 2016 à celles de 2014 (année complète avec l'ancienne installation), on constate une diminution de 8 %, alors que l'hiver 2016 a été 20% plus froid que l'hiver 2014. La consommation d'électricité a quant à elle diminué de 9 %.

Panneaux photovoltaïques installés en 2016

CHARLEROI

110 PANNEAUX

178 M²

25.755
KWH EN 1 AN

MONS

99 PANNEAUX

157 M²

22.525
KWH EN 1 AN

RHISNES

385 PANNEAUX

612 M²

95.090
KWH EN 1 AN

CHAPITRE 3

INNOVATIONS



LA WEBCRÉATION À LA RTBF, C'EST QUOI ?

Un public toujours plus actif et connecté a vu ces dernières années l'émergence de narrations spécifiques au web. La RTBF souhaite répondre à ces nouveaux usages en produisant et en diffusant des créations pensées pour le web, les réseaux sociaux et le multi support. Elle s'adresse donc non seulement à son public, mais souhaite fidéliser de nouvelles communautés en leur offrant des expériences enrichies en termes d'interactivité et d'engagement.

UN 3^e APPEL À PROJETS POUR LA WEBSÉRIE EN 2016

Forte du succès des deux premières éditions, la RTBF mise une nouvelle fois sur les talents créatifs de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour produire entièrement sa websérie ! En deux ans à peine, c'est un véritable engouement autour de la websérie que les appels à projets ont réussi à susciter, en Belgique comme à l'international. La RTBF démontre ainsi son expertise, plébiscitée dans de nombreux festivals et conférences. Une renommée qui lui a permis de faire **éclore un écosystème de scénaristes, réalisateurs, producteurs et jeunes talents dédiés au web en Belgique francophone.**

La RTBF a réitéré l'expérience en lançant un 3e appel à projet pour la websérie en 2016.

Le Comité de sélection a choisi cinq projets parmi une quarantaine de dossiers reçus, sur la base des critères d'évaluation suivants : les critères créatifs, artistiques et techniques du projet ; l'intérêt innovant du projet pour la RTBF ; l'adéquation entre le montant du financement et le projet artistique ; l'approche web et interactive, et les propositions d'activation des communautés sur les réseaux sociaux.

Burkland



La théorie du Y

Une enveloppe de 10.000 euros a ensuite été attribuée aux sélectionnés « Hologramme », « Tribu 6.5 », « Frangines », « Exit » et « La Théorie du Y » pour leur permettre de produire un épisode pilote qui a été soumis au vote du public durant l'automne. Le gagnant du vote a reçu une enveloppe de 100.000 euros pour produire une première saison complète, diffusée sur le site rtbf.be/webcreation et ses réseaux sociaux au printemps 2017. Pour l'année 2016, le gagnant est « La Théorie du Y ».

La Webcréation de la RTBF s'articule dès aujourd'hui autour de 5 pôles :

- Les **webséries** proposent des histoires tous genres confondus (fictions, humour...) dans des capsules courtes à visionner et partager sans modération. *Typique, Euh, Presque Normal, le Centre, Burkland.*
- Les **expériences transmédias** immergent les "expé-rienceurs" dans un univers global qui se décline sur différents médias développant chacun une narra-tion propre. *What the Fake, Le Prince Charmant, Le Bonheur au Travail, L'homme au harpon.*
- Les **webdocumentaires** explorent l'information pour approfondir des sujets d'actualité, de société ou encore historiques et invitent les internautes à prendre part au débat. *Le Prince Charmant, Laza-rus, Histoires de cabines, Les Racuspoteurs.*
- Désireuse de stimuler la production francophone sur le web et d'être à l'initiative de productions ori-ginales, la RTBF est à l'affût des créateurs de de-main. Par le biais de ses **appels à projets**, elle aide une nouvelle génération de producteurs à se faire remarquer et produit les programmes sélectionnés ; tout en permettant aux internautes de choisir les contenus qu'ils souhaitent voir diffusés. En 2016, la **RTBF a gagné 12 prix** sur les festivals, dont 4 pour Burkland issu de l'appel à projets webseries.
- En dédiant un espace aux **jeunes créateurs de la FWB**, elle révèle et accompagne les jeunes humo-ristes, vlogueurs, geeks et autres créatifs en herbe nés sur la toile pour produire leurs contenus et leur offrir une plus grande visibilité. L'objectif est de **mettre des moyens et des professionnels à leur disposition** pour les aider dans l'expression de leur créativité.



Euh Saison 2



Jezabel

La RTBF met ainsi en avant une nouvelle géné-ration de productions. Son nouveau site dédié deviendra une plateforme indispensable pour la diffusion des contenus de Webcréation.

Divertissante, riche, étonnante, interactive, la Webcréation et ses dispositifs interactifs nova-teurs sont aujourd'hui au cœur des modes de consommation et n'ont pas fini de surprendre et de repousser les limites technologiques et créa-tives. De belles histoires en perspective pour les publics de la RTBF...

LANCEMENT D'AUVIO, LA PLATEFORME DIGITALE DE LA RTBF

RTBF Auvio c'est la nouvelle plateforme digitale Audio et Vidéo de la RTBF. Cette nouvelle interface, basée sur l'ergonomie et la simplicité, réunit toute l'offre audio et vidéo de la RTBF.

RTBF Auvio c'est un point d'accès unique pour voir et écouter, revoir ou réécouter un très large choix de contenus de la RTBF et même en découvrir en exclusivité.

Tout le contenu audiovisuel diffusé sur nos ondes est désormais disponible sur cette nouvelle interface. RTBF Auvio est aussi "responsive" et s'adapte à tous les écrans.

RTBF Auvio, rassemble l'ensemble des replays, les podcasts, mais aussi les directs avec une navigation simple et intuitive ainsi qu'un moteur de recherche plus efficace. Vous pouvez également réagir, recommander ou publier un programme qui vous a marqué.

Avec ce nouvel espace de contenus, la RTBF répond aux enjeux qu'elle s'est fixée : elle souhaite faciliter la recherche d'une séquence ou d'une émission entière, elle renforce sa propre position digitale et elle vous suit dans la révolution numérique, aussi bien dans la consommation moins linéaire de nos programmes que dans l'interactivité qui vous est chère.



AUDIENCES DAILY REACH 12+
(moyenne janvier décembre 16)

219.504
RTBF GROUP

75.743
RTBF Auvio audio et vidéo



Libérez vos envies !

MA PLATEFORME DIGITALE AUDIO ET VIDÉO

RTBF AUVIO, c'est une foule de contenus à voir, revoir, écouter et réécouter. En direct, plus tard ou même avant les autres ! C'est facile, c'est où, quand et comme je veux, sur ma tablette, mon smartphone ou mon ordi.

RTBF.BE/AUVIO

LE BIG DATA, UN ENJEU INCONTOURNABLE POUR LES MÉDIAS DE SERVICE PUBLIC

La RTBF s'est lancée en 2016 dans un projet de recherche et développement visant à mieux valoriser les données qu'elle collecte sur la consommation de ses contenus digitaux.

Ce projet est mené en collaboration avec deux entreprises wallonnes. La première, Kensu, est spécialisée dans le développement d'algorithmes, des programmes informatiques permettant d'interpréter de grandes quantités de données et de les exploiter à des fins diverses. La seconde, The Faktory, est un incubateur de startups innovantes et assure la coordination du projet avec les équipes de la RTBF.

En 2016, plusieurs étapes importantes ont été franchies.

La première a consisté en la refonte de la charte d'utilisation des données personnelles de la RTBF. Anticipant les demandes du nouveau règlement européen de protection des données personnelles (RGPD ou Règlement Général de Protection des Données), la RTBF a réécrit sa charte dans une optique d'accessibilité au plus grand nombre et lui a adjointe une vidéo explicative.

Cette charte a été mise en ligne le 1er décembre 2016, au même moment où la RTBF a lancé son système d'authentification unique, simplifiant grandement l'expérience digitale de ses utilisateurs. Ce système d'authentification permet, avec un seul compte, d'accéder à une série de services (concours, newsletters) qui auparavant requéraient l'introduction répétée de données personnelles.

Ce point central d'authentification permet en outre à l'utilisateur de gérer ses données personnelles en un point central.

En décembre 2016 ont également été jetées les bases d'une plateforme permettant la centralisation de toutes les données de consommation digitale. Cette plateforme, qui est amenée à devenir une brique essentielle dans la stratégie digitale de la RTBF, centralise les participations aux concours online, les données de consommation des articles, podcasts et vidéos, et bien d'autres encore, ouvrant la possibilité en 2017 à une meilleure compréhension des usages qui sont fait des médias de la RTBF et du contexte de consommation.

Les prochaines étapes de ce projet consisteront, en 2017, à proposer des versions progressivement améliorées d'algorithmes de recommandation permettant aux utilisateurs de mieux avoir accès à toute la richesse des contenus produits par la RTBF.

Ces 12 et 13 décembre, la RTBF accueillait un colloque international sur le thème « Big Data et société ». En collaboration avec l'Union européenne de radio-télévision (UER), cet événement a rassemblé des participants de 15 pays et 31 organisations.

Durant 2 jours, 8 intervenants de haut niveau, venant aussi bien du monde académique que de celui de l'entreprise, ont débattu de thématiques au cœur des préoccupations des médias de service public.

Le phénomène des bulles cognitives ("filter bubbles") et la création d'algorithmes de recommandation respectueux de l'utilisateur constituaient les deux sujets principaux du colloque.



L'INTERACTIVITÉ À LA RTBF

L'année 2016 aura été plus que jamais l'année de l'interactivité.

Toucher, interagir, fidéliser les publics : voici le cœur de l'action des équipes web et réseaux sociaux de la RTBF.

Comment ? En leur offrant du contenu pertinent et en répondant en temps réel à leurs commentaires. Oser l'interactivité en allant à la rencontre de nos publics est un gage de transparence et d'ouverture au dialogue.

Facebook Live, Périscope, application MatchTalks, autant d'outils qui sont en permanence utilisés sur différentes émissions et événements. Ainsi le streaming Live sur les réseaux sociaux nous aura permis de toucher des centaines de milliers de personnes lors de différents événements tels que les grands rendez-vous sportifs, Viva for Life, The Voice Belgique et les événements musicaux avec les D6Bels Awards.



MATCH TALKS

L'application MatchTalks offre une nouvelle forme d'interaction avec le public. Elle permet de réaliser des sondages en temps réel pour recueillir l'avis du public, comme dans l'émission politique dominicale « A votre avis », dans l'émission sportive « La tribune » et durant tout « Euro 2016 ».

MatchTalks, c'est aussi une application qui vous permet de chatter, par exemple pendant l'émission The Voice Belgique, où vous pouvez donner votre avis sur les Talents.



LA CELLULE ACCESS

Une des missions prioritaires de la RTBF consiste à rendre ses propos et ses émissions accessibles à toutes et tous et ceci tant sur le fond que sur la forme.



Le sous-titrage malentendants s'adresse aux personnes sourdes et malentendantes, mais aussi aux allochtones apprenant le français ou aux personnes regardant la télévision dans un environnement bruyant ou au contraire, là où le silence est requis.



L'interprétation en langue des signes est destinée aux personnes sourdes dont c'est la langue maternelle ou la langue apprise ainsi qu'aux malentendants.

En 2016, la cellule Access a également investi dans une **nouvelle technologie de reconnaissance vocale** et a revu sa méthode de sous-titrage. Elle a implémenté le programme de reconnaissance vocale "Dragon" dans son système informatique, ce qui lui permet dorénavant d'éviter l'étape de la frappe au clavier et donc de gagner un temps précieux. Le sous-titreur écoute l'émission et la reformule oralement. Cela s'affiche à l'écran et il peut donc corriger les coquilles avant d'envoyer les sous-titres à l'antenne, le tout en essayant d'avoir un minimum de décalage par rapport à celle-ci.

Durant plusieurs mois, les responsables Access ont rencontré des associations de sourds et malentendants afin d'entendre les besoins et les envies de ce public. Un des premiers constats de ces rencontres a été : "Oui, les sourds malentendants aiment aussi la musique !".

L'émission The Voice par exemple est un grand rendez-vous familial auquel les sourds aimeraient se joindre. Il fallait que la cellule Access permette notamment aux enfants sourds de participer dans les familles et de comprendre pourquoi les parents rient quand les coaches sortent des blagues.

Les objectifs que la RTBF aimerait atteindre sont d'assurer le sous-titrage des prime-time de la Une (entre 18h30 et 21h00/22h00), de donner la priorité aux émissions "Made in RTBF" et à l'Info et de favoriser les grands rendez-vous rassembleurs de télévision en famille (The Voice, Les matches des Diables rouges, etc.). Car ces rendez-vous télévisés jouent un vrai rôle social et permettent de créer du lien avec les autres.

1510_h

de programmes
sous-titrés en 2015

2162_h

de programmes
sous-titrés en 2016

soit une augmentation de

+ 43% ou **+ 652 h**

Depuis le 21 mars, les émissions suivantes sont désormais sous-titrées et accessibles via la touche télétexte du décodeur et la page 888 :

- On n'est pas des pigeons
- The Voice : les prime en direct
- Questions à la Une
- Devoir d'Enquête
- Une brique dans le ventre
- C'est du Belge
- Le Jardin Extraordinaire
- Tous les matches des Diables lors de l'Euro 2016
- La finale de Roland Garros 2016

DE NOUVELLES TECHNOLOGIES DE TRANSPORT DE LA VIDÉO ET DES LOGICIELS DE PRODUCTION VIDÉO

Dans le cadre de la recherche continue et de l'innovation technologique la D.G.T.E a mené des recherches sur les nouvelles technologies de transport de la vidéo sur IP et des logiciels de production vidéo. Ces recherches ont permis de sélectionner deux technologies innovantes qui ont été testées et mise en œuvre durant 2016. Il s'agit du protocole de vidéo sur IP NDI et du logiciel de production vidéo vMIX.

Le choix de ces deux technologies a été motivé par plusieurs critères ;

- Flexibilité de par l'utilisation de réseau informatique. Mélange de sources vidéo issues de smartphones, de tablettes, de caméras. Intégration native aux réseaux sociaux.
- Faibles couts : matériel standard informatique.
- Le logiciel vMIX est très intuitif et peut être utilisé par des non-initiés.



vMIX et le protocole NDI ont été mis en œuvre avec succès sur divers production en 2016 ; séminaire UER NTS, blind test viva for life. En 2017 vMIX est utilisé pour la production web de the Voice sur Facebook live. vMIX sera au cœur du nouveau projet Média Z. Il est aussi adopté et utilisé par les sociaux editors et les productions mobiles radio, ce qui en fait un outil de production 360°.

CHAPITRE 4

CRÉATIONS

LES SÉRIES BELGES

La production des séries belges issues du Fonds FWB-RTBF se poursuit forte du beau succès remporté par les premières, « La Trêve » et « Ennemi public », tournées en 2015 et diffusées en 2016.

Très attendue, la nouvelle série issue du Fonds Wallonie-Bruxelles-RTBF, **La Trêve**, s'est tournée au cœur de l'Ardenne dans des décors et paysages très contrastés entre ombre et lumière. Elle met en scène des « gueules » bien de chez nous : Yoann Blanc, Guillaume Kerbusch, Anne Coesens, Catherine Salée, Tom Audenaert, Sam Louwyck, Sophie Breyer...

Ennemi public réunit à l'écran Stéphanie Blanchoud, Jean-Jacques Rausin, Clément Manuel, Laura Sépul, Daniel Hanssens, Philippe Jeusette, Pili Groyne, Jean-Claude Dubiez, Vincent Londez... Une histoire entre préjugés, passions et vérité...



LA TRÈVE

428 000

Télé spectateurs

23 363

Chargements Proximus

12 195

Chargements Voo

77 677

Chargements sur Auvio

Elles ont toutes deux été fortement appréciées des téléspectateurs, comme en attestent les excellentes audiences, respectivement 428.000 et 391.000 téléspectateurs. L'engouement est d'ailleurs tout aussi important au-delà de nos frontières puisqu'elles ont été vendues à l'étranger et même à travers le monde pour **La Trêve**. Les deux séries sont depuis quelques mois en écriture d'une 2^e saison.

2016 a également été l'année du lancement de la production de deux nouvelles séries: « **e-Legal** » (tournée en 2016 et actuellement en post-production) et « **Unité 42** » (en tournage 2017). Ces deux séries plongent dans la toile et traitent chacune à sa manière de la cybercriminalité.

15 autres projets sont en développement d'écriture. Parmi les projets les plus avancés, citons « **Comme les autres** », « **Champion** », « **S001** » et « **Unseen** ».

ENNEMI PUBLIC

391 000

Télé spectateurs

14 732

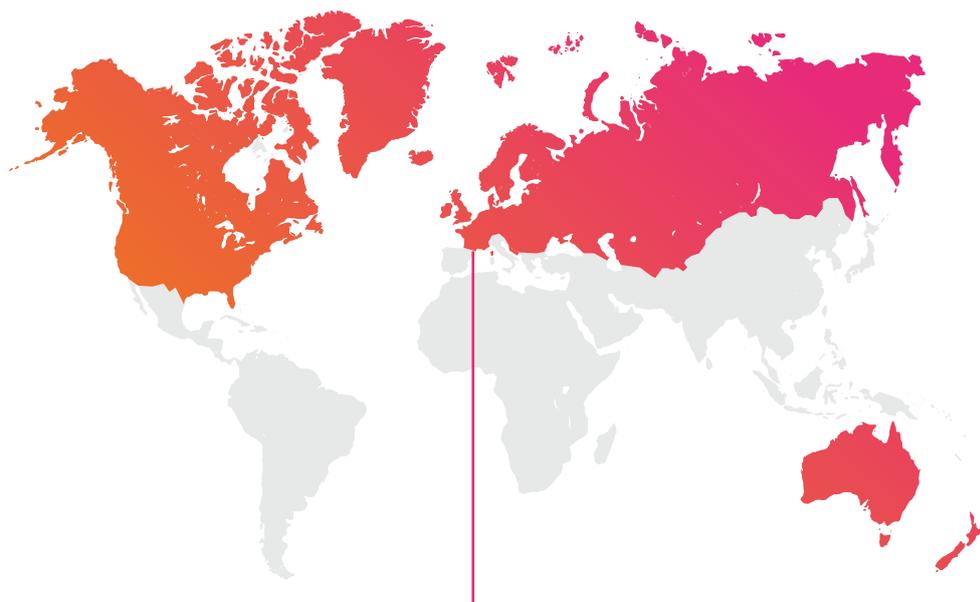
Chargements Proximus

8 122

Chargements Voo

88 368

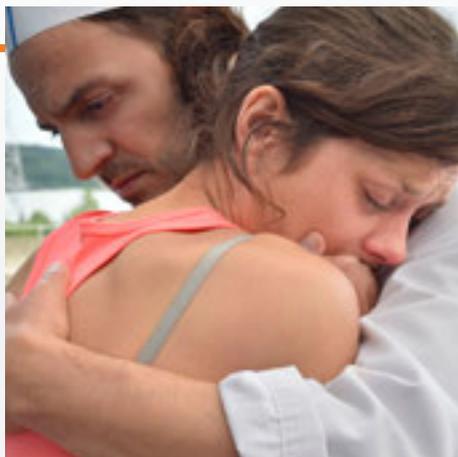
Chargements sur Auvio



**LA CRÉATIVITÉ ET LES TALENTS BELGES À LA CONQUÊTE DU MONDE !
LES TERRITOIRES OÙ LA TRÈVE ET ENNEMI PUBLIC ONT ÉTÉ VENDUS.**

COPRODUCTIONS DE LA RTBF

COPRODUCTIONS



FILMS LONG MÉTRAGE

22

ont été coproduits par la RTBF en 2016

4

sont en développement de coproduction.

DOCUMENTAIRES

61

ont été coproduits par la RTBF en 2016

5

sont en développement de coproduction.



DU CÔTÉ DE LA CULTURE

Du côté des magazines culturels, l'année 2016 correspond à la valorisation des arts de la scène, concrétisée par des captations théâtrales diversifiées, déclinées sur les trois chaînes de la RTBF.

Si **La Une** reste le rendez-vous du répertoire classique de chez nous, le lieu des programmations festives et événementielles, **La Deux**, ouvre ses portes à des spectacles drôles. **La Trois** propose quant à elle un nouveau rendez-vous mensuel, tous les premiers lundis du mois : « Jour de relâche ».

A l'honneur, le théâtre qui surprend, le spectacle en prise avec l'actualité, les textes d'auteur ou issus des nouveaux collectifs. Une soirée en deux parties, suivie par « jour de relâche, le mag », dédié aux arts de la scène en FWB.

D6bels On Stage est entré dans une nouvelle ère, avec à son bord un nouveau visage... celui de Fanny Gillard! Pleine de peps, Fanny imprègne désormais l'émission de son naturel et de son énergie. 34 groupes ou artistes belges et internationaux, connus ou à découvrir, ont joué en live à la ferme du Biéreau en 2016.

Le Classique en prime, le rendez-vous musical en deux parties du vendredi soir sur **La Trois**, a définitivement modifié la perception du public vis-à-vis du « classique ». Il se décline en quatre axes : la mise en valeur des jeunes musiciens belges (**Jeunes solistes, Grands destins**), l'approche ludico-pédagogique (**Un pass pour l'opéra** et les capsules **Je sais pas vous** de Patrick Leterme, **Les clés de l'orchestre** de Jean-François Zygel), les retransmissions de grands opéras du MET, de l'ORW (*Aïda*, *Fidelio*, *L'enlèvement au sérail*, *Lucia di Lammermoor*). Et enfin, les concerts événementiels comme les 30 concerts captés en 3 jours lors du Festival Musiq'3, le Concours Reine Elisabeth et les BBC Proms qui remportent chaque année un succès de taille.

L'invitation, l'émission quotidienne de **La Trois**, continue à emmener ses duos à la découverte d'un univers culturel qu'ils n'ont pas l'habitude de rechercher. Ceux-ci vivent une expérience culturelle et des échanges uniques en compagnie de leurs hôtes. Et les chiffres sont parlants : 375 artistes ont été mis en valeur sur une saison et 150 lieux culturels visités. **C'est Cult**, programme parodique et décalé de **La Deux**, a revu sa formule. Plus de présentatrice ni de comédien, une voix off et des scénarios variables. Chaque jour, deux idées de sorties culturelles traitées avec humour et insolence.

Et puis il y a les magazines récurrents sur **La Deux** qui continuent à réunir un public fidèle et passionné : **Hep Taxi !** poursuit les balades de nos stars belges et internationales. **Livrés à domicile** s'est déplacé chez les lecteurs avec les auteurs qui ont fait l'actualité de 2016, avec une nouvelle collaboration avec le JT en période de Foire du livre. 54 auteurs belges ont répondu présent. Dans **Telle-ment Ciné**, Cathy Immelen a sélectionné les sorties ciné, proposé des critiques sans langue de bois et des interviews exclusives. Et dans **Coupé au montage**, Myriam Leroy a arpenté le versant nord (le moins exposé) d'une série d'artistes belges inspirants, du réalisateur Joachim Lafosse à la poétesse Laurence Vielle.

Le décrochage d'ARTE Belgique s'est poursuivi avec **Tout le Baz'Art**. Hadja Lahbib a donné carte blanche à des acteurs culturels connus ou pas du grand public. Elle les a suivis dans leurs coups de cœur, dans les lieux qui comptent pour eux et qui les ont forgés, entourés de ceux qui leur sont chers.

La Première a abordé lors de la **rentrée culturelle**, les questions majeures liées à la culture. La culture est une formidable opportunité de développement de notre société. Mais elle fait face à des enjeux majeurs : comment la financer dans un contexte d'austérité ? Comment l'inscrire dans l'évolution numérique, sans la standardiser à l'heure de la recommandation par algorithme ? Comment lui donner de la vitalité dans une société de l'information et du divertissement ? Deux temps forts à cette journée. Dans le premier, Anne Sinclair est au micro de Fabienne Vande Meerssche dans un Forum de Midi Première spécial en direct et en public. Cette émission spéciale à l'occasion de l'inauguration de l'Exposition « 21, rue de la Boétie » a décrit, à travers le parcours du marchand d'art Paul Rosenberg (grand-père d'Anne Sinclair), l'évolution de l'Histoire de l'art au 20^e siècle. Le second est une émission spéciale en direct et en public « Quelle culture pour demain ? », avec un débat animé par Corinne Boulanger avec la ministre de la culture, des personnalités et acteurs majeurs du secteur, les producteurs et entrepreneurs culturels.



LES SENTINELLES, LE NOUVEAU RENDEZ-VOUS PHILOSOPHIQUE

Les sentinelles, au sens le plus strict, sont des soldats qui gardent le camp. Et ceux qui sont invités dans ce nouveau rendez-vous présenté par Caroline Veyts sont en quelque sorte les gardiens de nos valeurs fondamentales, dans un monde bien malmené et en perte de repères.

La justice sociale semble devenue un mirage, quatre personnes sur cinq dans le monde vivent sous le seuil de pauvreté. Les guerres font rage non seulement aux quatre coins de la Planète mais aussi plus près de nous, conduisant sur les routes de l'exil des milliers de personnes en quête d'une vie moins précaire et moins exposée à la violence. Mais chez nous aussi, la violence du terrorisme explose, aveugle et imprévisible.

Au cœur de tous ces bouleversements, nous cherchons notre chemin. Les sentinelles qui sont conviées dans cette émission sont des personnalités éclairantes, qui ont un point de vue sur cette période de crise que nous traversons, et peut-être, une issue possible à nous proposer pour avancer plus sereinement vers demain.

Un exemple, le premier invité de Caroline Veyt était Philippe Van Parijs, belge, philosophe et économiste, pessimiste à court terme, optimiste à long terme : « Pour nourrir l'espérance d'un monde meilleur, dit-il, la dénonciation ne suffit pas. L'imagination est indispensable ».



À LA DÉCOUVERTE DES LIEUX INTERDITS

Ce nouveau magazine de société présenté par Julie Morelle plonge littéralement au cœur de lieux inaccessibles pour révéler en images des endroits insolites, exceptionnels, secrets ou sécurisés.

Il existe une multitude de lieux dans lesquels la plupart d'entre nous ne se rendra sans doute jamais. Qui n'a jamais rêvé d'entrer dans une base militaire, un palais privé, un château toujours habité, un centre d'affaires ou l'atelier d'un diamantaire ?

Chaque émission est centrée sur un thème commun aux différents reportages et comporte une séquence qui permet à un candidat de vivre une expérience inédite et de satisfaire ainsi sa curiosité. Ces lieux dont l'accès est interdit sont exceptionnellement ouverts le temps du tournage ! Que ce soit sur le thème de l'eau, de l'aviation, sur la principauté de Monaco ou encore sur les vacances, Julie vous révèle bien des facettes d'endroits qui nous font rêver ou qui nous concernent tous...

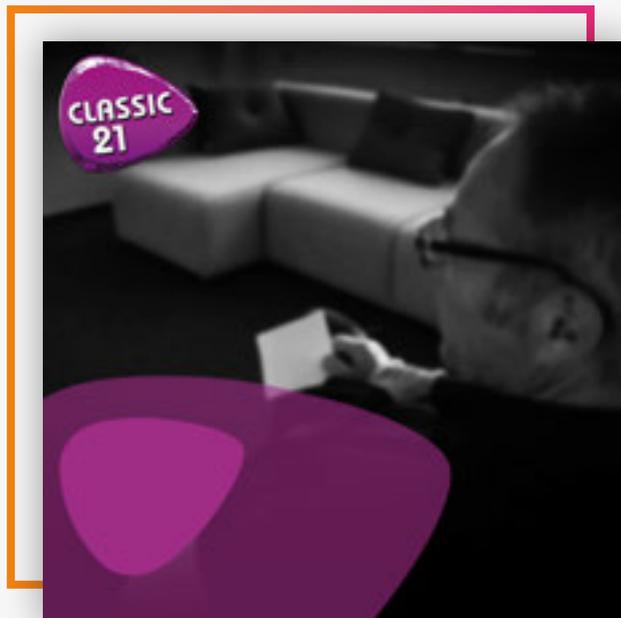
Avec sa courtoisie et son sourire, Julie Morelle ouvre ainsi de nombreux sésames de jour comme de nuit avec le regard qui est celui d'une journaliste.



LA RADIO SE RÉINVENTE

CLASSIC 21

En 2016, Classic 21 propose à ses auditeurs un nouveau concept au contenu exclusif, uniquement en podcasting: **Les Thérapies Célèbres**. Sur une idée du Dr Guy Maruani, psychiatre et l'auteur des textes, il s'agit d'analyses post mortem pour la plupart de stars du Rock ou de "stars" tout court. On retrouve notamment **John Lennon, Jim Morrison, Vincent Van Gogh, Joseph Kafka, Johnny Hallyday, Jeanne d'Arc, et Janis Joplin** pour les premiers jets. Le rôle du psy est tenu par Marc Ysaye avec un comédien différent à chaque épisode. A chaque fin d'analyse, le psychiatre revient sur les points essentiels et les explique à l'auditeur.



PURE

En septembre 2016, Pure FM a remanié ses deux primes: la matinale SNOOZE et le drive-time LE DRIVE.

De 6 à 9h, Guillaume Drigeard pilote une matinale survitaminée, accompagné d'une nouvelle recrue, Lucile Poulain. Certaines séquences, comme le Label Snooze, qui met à l'honneur les jeunes entrepreneurs ou C'est pas si compliqué, qui décrypte un fait d'actualité, sont toujours au programme, parmi des nouveautés : chaque jour à 6h25, la Stat' du mat' donne une info insolite et ludique et à 7h45, Snooze ouvre le micro à de jeunes humoristes.

La matinale de Pure explore toutes les thématiques indispensables et incontournables en 2016 : le web, la production audiovisuelle, l'humour, le sport, l'info et bien sûr la musique.

Avec des rendez-vous d'info dynamiques, la météo et le Mobilinfo, Snooze contient tous les ingrédients indispensables pour bien démarrer la journée, le tout avec un esprit résolument connecté.

De 16 à 20h, un nouveau duo, composé de Bénédicte Deprez et Cédric-Jean Busine, est aux commandes du Drive: une émission musicale et hyper-connectée avec tous les hits de Pure, ponctuée d'infos soigneusement

sélectionnées par les animateurs et leurs chroniqueurs: news musicales, buzz, infos société, jeux vidéo, séries, sports, réseaux sociaux, actu média. Informer et divertir sont les maître-mots du Drive, pour finir l'après-midi en toute décontraction, avec aussi la météo et le Mobilinfo.

Une nouvelle émission a également fait son apparition dans la grille : Radar, le dimanche à 22h.

Toute l'actu de la scène indie avec 3 jeunes passionnées aux manettes. Musique alternative, focus sur la production belge, agenda des concerts, interviews et séquences décalées rythment ce nouveau programme de fin de semaine.



AUTOPSIE

Le Trophée Radio de la RTBF récompense chaque année un projet radio original, innovant et créatif. Avec pour enjeu : la diffusion du projet lauréat sur les antennes d'une des chaînes de la RTBF. Le premier projet victorieux s'intitule Autopsie. Proposé par Arnaud Ruysen et Patrice Hardy, il met à la une un moment fort de l'actualité des dix dernières années et en retrace les causes et les faces cachées au travers d'un récit grand format, rythmé par des archives et les témoignages des acteurs de l'événement. Une approche originale qui mêle le journalisme narratif, l'enquête, les archives (SONUMA) et l'interview.

Le Site web : <http://www.rtbf.be/autopsie/>

Sept numéros de ce nouveau magazine ont été diffusés sur **La Première** les samedis de l'été, du 9 juillet au 20 août, entre 12h et 13h. Parmi les thèmes abordés :

- La débâcle Fortis (2008)
- L'étonnant destin de la famille Borlée
- Le 21 juillet 2011, début de la fin de la plus longue crise du pays
- L'affaire Léopold Storme (2007)
- L'abdication d'Albert II (2013)
- La saga 'photovoltaïque' en Wallonie
- Le jour où on a évité le Grexit (12 juillet 2015)



COURSE À LA MAISON BLANCHE

"La course à la maison blanche", est une opération journalistique de grande envergure et totalement inédite, imaginée par Mehdi Khelfat. Développée à l'initiative de l'info radio, elle a associé **La Première**, **Vivacité** et **Pure** avec le web et les réseaux sociaux, qui ont été les premiers à relayer le travail d'une équipe composée de deux journalistes RTBF et d'un journaliste du Mouv' (Radio France). Catherine Tonerio, Sébastien Sabiron (du Mouv') et Thomas Mignon ont traversé les Etats-Unis d'Ouest en Est et ont publié leurs reportages sur de multiples plateformes avec comme principal outil de travail un smartphone !

Le Site web : <http://www.rtbf.be/info/maisonblanche/> reprend leurs parcours.

Les rendez-vous ont été multiples sur le **web, sur facebook, en radio et dans Auvio.**



MOLENBEEK, GÉNÉRATION RADICALE ?

UNE SOIRÉE DOCUMENTAIRE/DÉBAT

Un an après les attentats de Paris, la RTBF a proposé une soirée spéciale présentée par Hadja Lahbib et Jérôme Colin autour du documentaire inédit coproduit par la RTBF « Molenbeek, génération radicale? ». Réalisé par Chergui Kharroubi et José-Luis Peñafuerte, ce film offre un regard en profondeur sur cette commune bruxelloise stigmatisée au lendemain des attentats. Pour poursuivre la réflexion et fournir des éléments de réponse à la question du radicalisme, il a été suivi d'un débat citoyen animé par Hadja Lahbib et Jérôme Colin au cœur d'une école bruxelloise avec des enseignants, des familles, des jeunes, des citoyens ou des experts.

Molenbeek est la deuxième commune la plus pauvre de Belgique avec une grande densité de population : 15.000 habitants par kilomètre carré. Le taux de chômage des moins de 25 ans y est de 45%.

Tourné au lendemain des attentats de Paris et durant plusieurs mois, ce documentaire nous offre une plongée sans concession mais sans caricature dans la réalité de ce quartier populaire et déshérité du centre de la capitale européenne. Durant plusieurs mois, les réalisateurs ont côtoyé les habitants de cette commune qui a fait la Une de l'actualité internationale mais dans laquelle les touristes ne s'aventurent presque jamais.

Ils y ont rencontré des jeunes et des familles, dont des parents d'enfants partis en Syrie rejoindre les rangs de Daesh, des politiques, des acteurs sociaux, des éducateurs, des enseignants, des policiers, des imams, des artistes ... Leur constat est porteur de nombreuses interrogations qui vont bien au-delà de Molenbeek, elles valent pour toute l'Europe, une Europe confrontée à l'immense défi : celui d'une génération de jeunes susceptibles de trouver un exutoire dans la radicalisation islamique.

Nous entendons parler de radicalisation tous les jours dans les médias, dans la rue, à l'école, mais de quoi s'agit-il ? De quoi souffrent les jeunes, les familles ? Est-ce la faute à l'école ? A la situation économique ? A la religion ? Aux parents ? Que peut-on y faire ? Y a-t-il des pistes à construire ensemble pour lutter contre la radicalisation ?

Pour en débattre, Hadja Lahbib et Jérôme Colin étaient entourés de la plupart des interlocuteurs du documentaire ainsi que d'une série de témoins ou experts de la question.

Ils étaient réunis dans une école bruxelloise, l'école étant un lieu emblématique et un enjeu fondamental de ce débat. Parmi les invités : Radouane Attiya, docteur en islamologie, Mohammed Ouachen, comédien Molenbeekois, Saliha Ben Ali, dont le fils Sabri est décédé fin 2013 en Syrie, Andrea Réa, professeur de sociologie à l'Université libre de Bruxelles, ou encore Alain Grignard, islamologue et Commissaire en chef de la cellule anti-terroriste. Un débat essentiel sur une question qui apparaît de plus en plus comme une urgence aujourd'hui.



A VOTRE AVIS

LA NOUVELLE ÉMISSION POLITIQUE DU DIMANCHE,

Dans cette nouvelle émission politique interactive, diffusée sur **la Une** et sur **la Première**, Sacha Daout aborde de façon accessible tous les aspects de la vie en société.



Les téléspectateurs peuvent donner leur avis en direct de leur salon sur les grands sujets d'actualité, grâce à une application simple (via leurs smartphones, tablettes, PC). Ils sont invités à se positionner sur des questions directes et concrètes. Ces questions suscitent des débats avec les invités, chroniqueurs, politiques et acteurs de terrain.

Dans la 1^{ère} partie, aux côtés de Sacha Daout, trois journalistes spécialisés en politique, Rudy Hermans, Catherine Ernens et Alice Dive, chroniquent l'émission de leurs questions (im) pertinentes pour faire barrage à la langue de bois et donner leur avis ! L'invité est face à leurs questions, leur humour et leur analyse.

L'émission fait aussi la place aux jeunes : chaque semaine, elle accueille un jeune qui vote pour la 1^{ère} fois lors des prochaines élections de 2018. En partant de son quotidien, il s'adresse directement à un invité po-

litique. Pierre Kroll est encore et toujours de la partie avec, nouveauté, la possibilité pour lui, et de manière inédite, d'interrompre de façon graphique toute forme de langue de bois ou de réponse évasive.

A 12h00, un rappel des titres du JT fait la transition vers l'actualité de la semaine et son analyse politique avec l'interview longue d'un invité, un débat ou un face à face au cours duquel les téléspectateurs/internautes peuvent évidemment donner leur avis...

L'émission est diffusée en radio à 13h10 sur La Première.

LE SCAN

Chaque lundi, le JT de 19h30 vous propose une séquence inédite "Le Scan", conçue par Thomas Gadisseux et Axel Bonnert.

L'univers est ludique. Le ton percutant. Le style pédagogique. Le journaliste vous emmène dans "Le Scan", son bureau hyper équipé dans lequel il va vérifier, décortiquer et analyser l'info sous toutes ses coutures, en vous interpellant directement. "Le Scan" met en boîte l'actualité pour vous livrer des réponses claires.

Que cachent certains documents officiels ? Sur quoi se basent des déclarations polémiques ? Peut-on croire ces chiffres qui font parfois l'actualité ? La séquence a pour objectif de vérifier, de confronter, bref de scanner l'info pour la rendre claire et accessible. Dans "Le Scan", Thomas Gadisseux et d'autres détectives publics (dont Tristan Godart) proposent de passer au crible les propos des hommes et femmes publics pour y démêler le vrai du faux, de tester la fiabilité de certaines mesures, d'obtenir des documents inédits pour en révéler leurs contenus.



AH, C'EST VOUS !



Tous les jeudis en 2^e partie de soirée, Benjamin Maréchal donne la parole aux anonymes qui font l'actu de la semaine.

Ils sont devenus des « héros ». Ils ont une histoire. Ils ont une actualité ou commentent celle du pays. Pour leur parler, il les accueille dans un lieu de passage qui vit la nuit : la pompe à essence située sur la E19 (élue 2^e plus belle station essence du monde et 1^{ère} plus belle station d'Europe par le site d'architecture Anglais Design Curial). Il y propose d'ouvrir le débat sur leur quotidien avec ceux et celles qui ont envie de donner leurs avis et qui ont des choses à dire !

Mais il reçoit aussi des personnalités qui ont fait l'actu récemment. Dans ce talkshow plein d'interaction où volent les arguments pour et contre, il nous aide avec humour et sympathie à nous forger une opinion.

« VIS TA MINE ! », LE NOUVEAU MAGAZINE SANTÉ/BIEN-ÊTRE

Chaque jour, Adrien Devyver et sa bande de spécialistes répondent à 3 questions du public via notamment les réseaux sociaux. Ces questions concernent toutes les facettes de notre corps, notre santé, notre alimentation et notre bien-être.

Du lundi au jeudi, entouré du docteur Georges Van Snick, de la journaliste Gwenaëlle Dekegeleer (plus connectée que jamais) et de la psychologue et sexologue Alexandra Hubin, Adrien n'hésite pas à tester toutes les solutions proposées par la pharmacienne Charlotte Costenoble, l'infirmière Annick Péthillon, l'ostéopathe Jean-Edouard Stocq, l'as en cosmétique Julien Kaibeck, la sophrologue Françoise Bidart, la coach sportive Stéphanie Dermaux, l'experte « main verte » Isabelle Masson, la spécialiste de l'habitat Annie Detheux ou encore le vétérinaire Julien Binard.

Dans chaque émission, la diététicienne Chloé De Smet met Adrien au défi de réaliser une recette santé alléchante afin de mettre un ingrédient à l'honneur.

Les enfants et les ados ne sont pas en reste puisqu'on leur demande notamment, via des séquences ludiques, d'expliquer l'utilisation de toute une série d'objets liés à la santé. On leur demande aussi de définir un terme du dictionnaire médical.

Le vendredi, l'émission est en mode week-end avec un retour sur les questions de la semaine et la meilleure recette ! Pour soigner votre image, Gwenaëlle et Julien Kaibeck accueillent les conseils vestimentaires de Peggy Parisotto ou les trucs maquillage d'Anouchka de Bellefroid.

Grâce à Adrien et sa bande, vous prenez chaque jour soin de vous, découvrez les meilleures recettes santé ; les trucs & astuces pour répondre efficacement aux contrariétés et les défis « feel good » !



LE GRAND CACTUS

Fort du succès de ses Cactus dans le Waterzooi en radio, Jérôme de Warzée a débarqué en télé avec « Le Grand Cactus », en prime un jeudi sur deux, et ce depuis fin 2015.

La nouvelle émission de divertissement présentée par Adrien Devyver et Jérôme de Warzée, fait revivre l'actualité de la semaine écoulee de manière originale, dans un talkshow animé.

Accompagnés de chroniqueurs, ils revisitent l'actualité belgo-mondiale avec humour et finesse. Livia Dushkoff, Thierry Luthers et David Jeanmotte réagissent en permanence aux événements, souvent insolites, qui se passent en plateau.

Au programme : des séquences parodiques, mais aussi des apparitions en plateau très rock'n'roll avec Kody, des duplex inédits depuis les quatre coins du monde avec James Deano, les revendications de Kiki l'innocent, mais aussi les Buzz du web signés Julie Van H et une bonne dose d'actualités décortiquées et remixées à la sauce de Warzée.

Freddy Tougaux, Cécile Djunga, Bénédicte Philippon et Sarah Grosjean alimentent également l'émission avec des séquences folles. Les grands événements, l'actualité que vous avez manquée, celle que vous préféreriez ignorer, rien ne leur échappe et tout est prétexte à rire.

Depuis sa mise à l'antenne, Le Grand Cactus n'a cessé de faire de nouveaux adeptes. Les chiffres d'audience le prouvent, le succès est grandissant. De nombreuses séquences font également le buzz sur les réseaux sociaux.





CHAPITRE 5

MOBILISATIONS

MOBILISATION DE NOS ÉQUIPES D'INFORMATION

L'année 2016 a été éprouvante, sur tous les terrains, et l'actualité toujours plus lourde d'enjeux. Nos rédactions, radio, TV, web, se sont mobilisées afin de couvrir au plus près tous ces événements et en particulier : Brexit, élections américaines ou encore et surtout attentats à Bruxelles.

L'actualité a donné lieu, à chaud, à un nombre considérable d'émissions spéciales, en radio comme en télévision, d'articles et de dossiers sur le web ainsi que sur toutes les nouvelles plateformes de diffusion de notre information. Dans une logique « web first », conforme aux nouvelles habitudes de consommation du public, le site info de la RTBF a ainsi été le premier diffuseur de nombreuses informations exclusives des rédactions de la RTBF.

Mais le rôle de l'info à la RTBF a aussi été de plonger, par des études, des enquêtes et des émissions, au cœur de la société belge. Noir-Jaune-Blues, Génération Quoi ?, Le Scan, Génération Molenbeek ont sondé

en 2016 les reproches, voire la colère, de nos communautés. Tandis que Demain, et Après a permis de montrer le potentiel des initiatives citoyennes, tournées vers l'avenir et le respect de l'environnement.

Grâce à un travail de recherches et d'enquête, toutes nos rédactions ont ensemble proposé une couverture de qualité, applaudie de tous, et ce, sans verser dans le sensationnalisme.



La fiabilité de l'information est de plus en plus sujette à caution, tandis que le public accorde de moins en moins de crédit envers les institutions et les médias. Dans ce contexte, les rédactions de la RTBF ont un rôle essentiel à jouer : **certifier** l'information, donner les clefs pour la **décoder, approfondir l'investigation**.

Certifier : avant toute publication, nos journalistes vérifient scrupuleusement les informations qui leur parviennent, qu'elles soient locales ou internationales. La RTBF participe activement à l'UGCVN (User Generated Content Verification Network) le réseau de vérification des informations transmises par le public, mis en place par l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER).

Décoder : nos émissions d'information confirment les faits, mais surtout, elles aident le public à les comprendre, en les remettant dans leur contexte, avec l'aide des meilleurs experts. C'est le cœur de mission de nos magazines et nos débats (Questions à la Une, A votre Avis, Face à l'Info, Transversales, etc.).

Approfondir et investiguer : nos journalistes ne se contentent donc pas de répercuter les informations qui circulent et qu'ils ont vérifiées. Ils enquêtent également, pour faire émerger des faits non connus. Après les attentats, nos journalistes spécialistes du dossier terrorisme et islamisme ont ainsi uni leurs efforts et partagé certaines informations exclusives avec leurs collègues des autres Médias Francophones Publics.

QUATRIÈME ÉDITION DE VIVA FOR LIFE: 91 ASSOCIATIONS FINANCÉES !

La quatrième édition de Viva for Life s'est déroulée à Charleroi. Elle s'est clôturée avec plus de **3,4 millions d'euros récoltés au profit des associations actives dans le domaine de l'enfance dans la pauvreté. Plus de 80.000 enfants de 0 à 6 ans vivent sous le seuil de pauvreté à Bruxelles et en Wallonie.**

C'est Julien Doré qui a libéré les trois animateurs, Ophélie Fontana, Sara De Paduwa et Cyril, enfermés pendant 6 jours et 6 nuits dans le cube de verre installé pour la seconde année consécutive place de la Digue à Charleroi. Une place de la Digue qui n'a pas désempé notamment en soirée avec des prestations de Puggy, Julian Perretta, Black M, Tiziano Ferro, Amir, Emma Bale et évidemment Julien Doré.

Parmi les satisfactions de cette édition, le nombre des défis bénévoles qui a doublé pour atteindre le chiffre de 250 pour un montant total de **470.000 euros**. De son côté, Benjamin Maréchal a relevé son défi tout au long des 5 étapes du Viva for Life Tour puisque, à bord de son autobus à étage, lui et son équipe ont écoulé les 50.000 boules de Noël à l'effigie du sourire Viva for Life.

Et le bilan est donc plus que positif avec un nouveau record puisque Viva for Life a récolté **3.425.310 euros** en 2016.

Cette année, **91** projets vont bénéficier d'un soutien financier pour poursuivre ou développer leurs actions auprès des jeunes enfants vivant dans la précarité en Wallonie et à Bruxelles, là où l'urgence de mettre sur pied des solutions adaptées se fait sentir. Les projets sélectionnés visent à soutenir l'enfant dans différentes

étapes : de l'accompagnement autour de la naissance jusqu'aux 3 ans de l'enfant (70% des projets) - visant la stimulation du nourrisson et la création précoce d'un lien parent-enfant de qualité - aux projets destinés à rompre l'isolement et à favoriser l'épanouissement extrascolaire des enfants âgés de 3 à 6 ans (30%).

3.425.310 €

récoltés en 2016

91

Projets bénéficiaires



CAP48, L'OPÉRATION DE SOLIDARITÉ DE LA RTBF

En Belgique, 15% de la population est touchée par un handicap, c'est-à-dire plus de 1,6 million de personnes. C'est pour cette raison que CAP48 a voulu placer le thème de la campagne de sensibilisation sur le handicap survenu en cours de vie. Parce que 80% des personnes handicapées le sont devenues au cours de leur vie. Un chiffre interpellant qui reflète une réalité peu connue.

CAP48 a souhaité mettre un coup de projecteur sur ces hommes, ces femmes et ces enfants pour qui, un jour, la vie a basculé, et qui ont décidé de se battre, parce que le handicap ne veut pas dire incapacité. Des personnes qui ont fait de leur handicap une véritable force et dont l'optimisme dévoile une réelle leçon de vie.

Dès octobre, la récolte des dons a commencé avec notamment la vente des fameux Post-it©CAP48. Teint bleu, bonnet atypique, sourire malicieux... Pas de doute, le coup de crayon des dessinateurs des Schtroumpfs est passé au dos des pochettes de Post-it©CAP48.

De nombreux événements ont rythmé cette campagne 2016. Citons notamment Kart48 lors des 24 Heures karting de Francorchamps, le week-end COX48 et la RANDO CAP48 avec Pure et Classic21, le défi des 100 km avec les équipes d'information RTBF et les radios menées par Julie Morelle, le Mois du sourire à Médiacité, Golf48 avec les équipes de la Direction Générale Technologies & Exploitation de la RTBF, Cuistax48 avec les équipes de la cellule RTBF Mobil Info, de l'émission Quel Temps et de la Météo ou encore le concert Musiq'3.

Le 9 octobre, la campagne de vente des Post-it©CAP48 s'est achevée en apothéose lors de la grande soirée télévisée CAP48 en direct depuis le studio 40 de Médias Rives à Liège. Jean-Louis Lahaye, le maître de cérémonie, était accompagné par Jean-Luc Reichmann,

parrain de cette grande soirée de clôture 2016. L'animateur a livré son histoire et les raisons de son engagement auprès de CAP48. Il s'est également employé à booster les dons durant ce grand rendez-vous de la solidarité... pour un résultat atteignant 5.552.026€ ! A l'issue de cette campagne 2016, CAP48 a pu octroyer des financements à pas moins de 102 projets œuvrant, en Wallonie et à Bruxelles, pour une meilleure inclusion des personnes handicapées et des jeunes en difficulté dans notre société. Les domaines d'intervention passent notamment par l'apprentissage à la vie en autonomie, l'accès au travail ou encore la mobilité. Parallèlement, CAP48 poursuit son projet de recherche médicale destiné à améliorer la qualité des soins et le confort de vie des enfants et jeunes adultes atteints de polyarthrite, cause majeure de handicap progressif en Belgique. CAP48 continue également à développer divers projets afin de rendre nos écoles accessibles à tous.

5.552.026€

récoltés cette année





AU
TABLEAU

HOLLET

150

derou

CHAPITRE 6

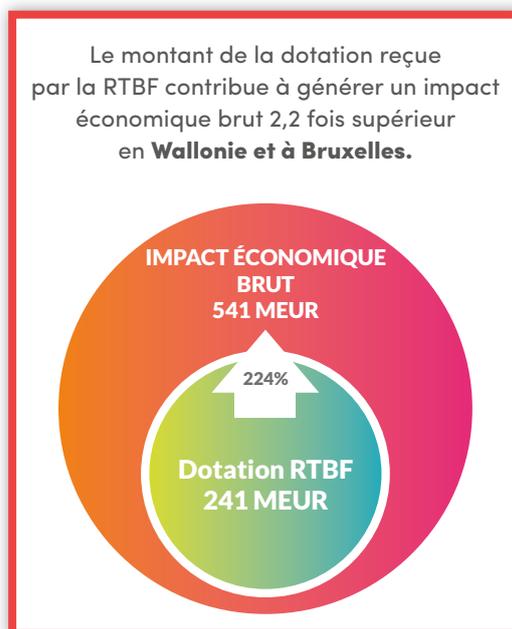
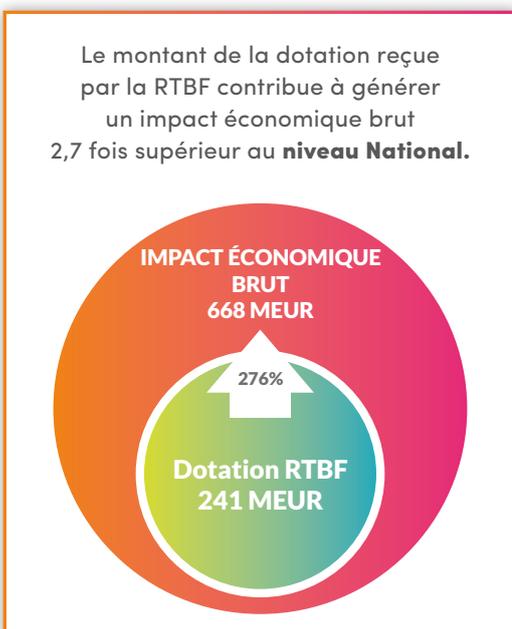
ENGAGEMENTS



ÉTUDE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA RTBF

En tant qu'acteur ouvert et engagé du paysage audiovisuel belge francophone et à travers l'accomplissement de ses missions de service public, la RTBF contribue à accroître le développement économique de la Belgique, participe à l'émancipation des industries créatives, agit comme un vecteur d'innovation et instaure des partenariats durables avec les différents acteurs économiques et sociaux.

Au-delà de ses missions d'information, de divertissement et d'éducation, la RTBF a un impact économique brut sur l'économie belge qui compense largement les montants de ses dépenses et de la dotation qu'elle a reçue. En effet, une étude réalisée en 2016 par le cabinet de conseil Deloitte montre que l'impact économique brut de la RTBF est plus de deux fois supérieur aux subventions reçues par l'état tant au niveau des économies régionales de la Wallonie et de Bruxelles que pour l'économie belge dans son ensemble.



Au-delà de son activité économique générée à travers sa chaîne d'approvisionnement et estimée par l'impact économique brut, la RTBF contribue par ses investissements, son infrastructure, ses contenus originaux, et ses partenariats au dynamisme des secteurs culturels et créatifs du pays. Nous notons les impacts économiques au sens large suivant :

- A travers une programmation focalisée sur la promotion du patrimoine francophone belge mais aussi à travers des partenariats et en mettant à disposition des outils et infrastructures de production, la RTBF soutient les industries créatives. De plus, à travers ses filiales KeyWall et DreamWall, elle a permis de développer de nouvelles compétences numériques dans le paysage belge francophone ;
- La RTBF entretient des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants, notamment à travers des contrats de coproduction, d'achats ou de préachats de droits de diffusion, d'achats de formats et de concepts audiovisuels, de commandes ou de prestations techniques, ainsi que de promotion et de diffusion des œuvres audiovisuelles francophones belges. De plus, elle affecte une partie de ses ressources à l'alimentation d'un fonds spécifique destiné à la coproduction de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires, dénommé « fonds spécial pour les séries belges » ;

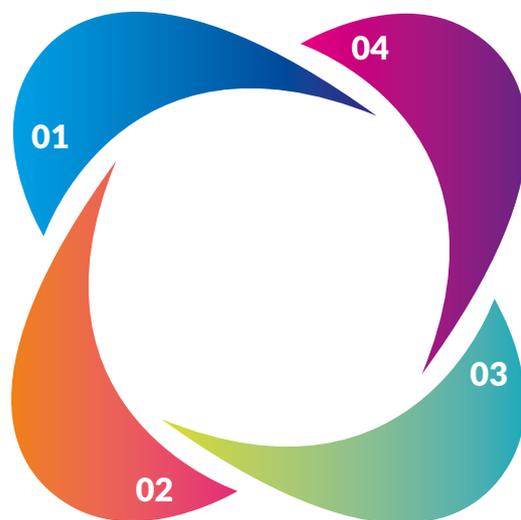
- La RTBF stimule et participe à la constitution de « pôles et clusters médias » sur ses sites de production régionaux et leurs environs. Parmi les impacts régionaux, on observe entre autres des partenariats avec les universités, les écoles de journalisme, de communication ou formants aux métiers et techniques de l'audiovisuel ainsi qu'avec toutes les industries en lien avec les domaines d'activités de la RTBF ;
- Au-delà des impacts économiques, la RTBF contribue à l'évolution du secteur par ses investissements dans l'innovation. La RTBF s'engage pleinement, inspirant bons nombres de ses pairs, à donner de nouvelles impulsions au marché audiovisuel en investissant dans la recherche, l'innovation et la créativité de nouveaux formats alternatifs via les différents moyens de communications et diffusions (par ex. avec les Webséries). De manière plus large, la RTBF contribue à la société par ses initiatives de responsabilité citoyenne et son souci de minimiser son empreinte environnementale.

IMPACT SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Focus sur les contributions et interactions de la RTBF avec le secteur créatif, notamment à travers ses partenariats et ses filiales.

IMPACT SUR LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE INDÉPENDANTE

Focus sur les contributions de la RTBF à la production audiovisuelle indépendante à travers ses investissements dans des coproductions ou des fonds publics de soutien.



IMPACT SUR LES ÉCONOMIES LOCALES

La RTBF stimule et participe à la constitution de "pôles et clusters médias" sur ses sites de production régionaux et leurs environs

IMPACT SUR LA SOCIÉTÉ

La RTBF contribue à l'évolution du secteur par ses investissements dans l'innovation. De plus, la RTBF contribue à la société par ses initiatives de responsabilité citoyenne et son souci de minimiser son empreinte écologique

LA DIVERSITÉ À LA RTBF

Les actions diversité se sont centrées cette année sur trois points principaux : la représentation de la jeunesse, la représentation des femmes dans les contenus et une sensibilisation accrue du personnel impliqué dans le contenu. A ces actions, il faut ajouter des initiatives touchant à la cohésion sociale en raison des bouleversements que la société a connus cette année.

LA JEUNESSE

Le premier Media School day a rassemblé **231 étudiants bruxellois** (16-18 ans). Dans ce speed dating, les jeunes sont allés d'atelier en atelier pour découvrir des métiers, des émissions, des noms, des voix de la RTBF. Cet échange a permis au personnel de la RTBF de mieux comprendre les attentes de ce public.

Notons également que le dialogue entamé en 2015 s'est poursuivi dans les écoles entre les journalistes de la RTBF et les étudiants. Cette année, l'opération s'est concentrée à Molenbeek (participation de **200 élèves**).

ÉGALITÉ DANS LES CONTENUS

La place des femmes dans les médias est le reflet de pratiques médiatiques basées notamment sur des routines qui donnent davantage la parole aux hommes. Elle est aussi le reflet des inégalités qui affectent tous les niveaux de la société, en particulier en ce qui concerne l'accès à des postes à responsabilité.

Il est important de lutter contre ce déséquilibre pour renvoyer une image plus juste, plus équitable de la société. La RTBF s'est associée à l'Association des journalistes professionnels (AJP) qui a créé une nouvelle base de données «Expertalia», qui reprend les expertes et experts de la diversité de l'AJP.

La RTBF a participé à la recherche des premiers noms, a réalisé et réalisera les capsules des profils mis à l'honneur (<https://www.youtube.com/watch?v=1Zc2fv4DPjs>). La RTBF s'est engagée à organiser des sessions de **media coaching** sur une période de 3 ans qui débuteront en 2017, avec l'objectif de toucher **30 expertes** par an.

SENSIBILISATION DU PERSONNEL

En 2016, les formations et les baromètres constituent deux instruments indissociables pour améliorer la diversité dans nos contenus. Plusieurs équipes (info, magazines, radio, télévision, web) ont participé à des **ateliers éditoriaux « diversité »**, dont l'objectif est l'appropriation par le personnel des résultats des baromètres « diversité ».



L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Plus que jamais, l'éducation aux médias occupe une place prioritaire dans la vie de chaque citoyen. La RTBF a poursuivi en 2016 son action autour de deux axes forts: développer l'esprit critique du public pour accéder aux médias, les comprendre et décoder les contenus, d'une part ; encourager le public à utiliser les médias de manière active, réactive, créative et participative, d'autre part.

La mission de la RTBF est de répondre à certaines questions précises en matière notamment d'information, de liberté d'expression, de discrimination, de vie privée, de données personnelles (big data), de e-commerce ou de publicité. Son rôle est aussi d'accompagner celles et ceux pour qui le passage dans un monde audiovisuel numérique et, plus largement, dans une société connectée, constitue une crainte ou un obstacle. Le tout dans le respect des valeurs que prône notre entreprise que sont la liberté, l'égalité, la diversité, l'intégrité, la solidarité.



La RTBF a multiplié les contenus visant à expliquer les médias et les nouvelles technologies : citons notamment **Medialog**, **Les Décodeurs**, **Empreinte digitale**, **Le journal du web**, **MediaTIC**, **Media 21**, **Surfons tranquille**, **High-Tech**, **Entrez sans frapper**, le site **Info/Médias** ou le site **Culture**. Elle l'a fait aussi de manière transversale dans des programmes comme le **JT**, le **JP**, les **Niouzz**, **On n'est pas des pigeons**, **7 à la Une**, **Le Forum de Midi Première**, **CQFD**, **Face à l'info**, **Questions clés**, **Dans quel monde on vit**, **5 à 7** ou **La vie du bon côté**, sans oublier les émissions dédiées au cinéma (**Tellement ciné**, **5 heures cinéma** ou **Décadrages**), à la littérature (**Livrés à domicile**; **La librairie francophone**) ou à la culture en général (**Hep taxi**, **L'invitation**).

Le site web dédié à l'éducation aux médias a été développé. Il comprend par exemple un Zoom Hebdo mettant en avant un contenu de la semaine écoulée, ainsi que des décodages par thématique.

La participation du public a été promue sur les médias de la RTBF, notamment dans **Libre échange**, **Génération quoi ?**, **Au tableau**, **la Belgodyssée**, **L'invitation** ou sur les réseaux sociaux, par exemple autour des web-séries.

La RTBF a poursuivi ses visites guides (**RTBF Inside**) et ses ateliers interactifs (**RTBF Lab**) qui rencontrent un succès croissant, notamment auprès des jeunes. En mars, elle a organisé un Media School Day à Reyers où 231 jeunes étudiants bruxellois sont venus rencontrer les professionnels de la RTBF.

La RTBF a collaboré activement avec le Conseil supérieur de l'éducation aux médias et ses membres, ce qui s'est traduit notamment par l'organisation de la première **Quinzaine de l'éducation aux médias**, avec une **journée spéciale Les médias et moi** le 12 octobre sur tous les médias de la RTBF.

Par ailleurs, la RTBF a participé à des événements comme **Le salon de l'éducation**, **La semaine numérique**, **Le Forum des médias** ou **Difference Day**. Elle a développé des partenariats, notamment avec le Mundaneum autour de l'action « Et si on osait la paix sur les réseaux sociaux ? », et avec le Carrefour des cultures et la haute école Henallux autour de la production de nouvelles Boîtes à clics.

GÉNÉRATION QUOI?

Génération feignasse ? Sacrifiée ? Débrouille ? La génération Y reçoit tous les adjectifs, souvent réducteurs. Il est temps de s'intéresser à cette génération complexe.

Génération Quoi ? se penche sur les 18-34 ans en Belgique francophone, mais aussi en Europe. Quelles sont leurs aspirations, leurs rêves, leurs angoisses ? De l'attitude face à la crise économique, à l'amour en passant par les relations avec les parents ou les inégalités sociales, Génération Quoi ? est une grande enquête dont le but est de dresser le portrait de cette génération Y.

Génération Quoi ? est la version belge francophone du projet européen Generation What, un programme interactif produit par France Télévisions,

Upian et Yami 2, en partenariat avec l'UER et 16 diffuseurs européens. Du côté belge, la RTBF et la VRT s'investissent dans l'opération pour donner la parole aux jeunes sur leur propre génération.

Cette grande opération se déploie sur plusieurs médias. Outre le questionnaire sur le web et les documentaires **en télévision** qui approfondissent le portrait de jeunes Européens en télévision, le projet a une présence quotidienne **sur les réseaux sociaux**. La Page Facebook Génération Quoi – RTBF ainsi que l'espace de commentaires dans l'Observatoire du site web permettent un dialogue constant avec les participants.

Le projet s'articule aussi **en radio** sur Pure, La Première et Vivacité et via un partenaire presse. Tous ces différents médias contribuent donc à ce grand projet générationnel pour donner écho aux différentes thématiques.



OUFTIVI, L'OFFRE JEUNESSE LABELLISÉE RTBF

OUFTivi, l'offre Jeunesse 360° de la RTBF est devenue en 6 ans, une référence dans le paysage audiovisuel des petits Belges francophones. Avec un indice de notoriété en constante progression (38,5% en 2016), notre label, totalement sans publicité, propose des contenus pour les 3-12 ans ainsi que pour la famille sous la thématique 'parents admis'.

OUFTivi s'adresse, avec un ton décalé, à une génération d'enfants hyperconnectés, doués et indépendants. Les émissions et formats diffusés en animation, fiction ou documentaires se veulent innovants, questionnants, humoristiques, poétiques, divertissants voire transgressifs. Les enfants participent à la création de la chaîne en tant qu'acteurs, auteurs, ambassadeurs. En 2016, OUFTivi a proposé 4.000 heures de diffusion et produit 1.470 minutes.

Outre les nombreux dessins animés, les séries et les films, OUFTivi propose de nombreuses émissions emmenées par le programme-phare, les Niouzz qui fait le tour de l'info en 6 minutes. Les Matins Pyjamas nous emmènent à la découverte d'artistes, comédiens, magiciens et autres tandis que la Soirée Pyjama introduit un long métrage avec une explication ludique. Ajoutons à cela Les p'tites histoires d'OUFTivi racontées par une animatrice radio, l'OUFTivi reporter où les enfants sont aux commandes de petits reportages diffusés en télé et sur le web ou le Code Aventure où des enfants s'envolent pour une destination inconnue. OUFTivi est également présent sur le web et lors de nombreux festivals comme Anima.

DEMAIN ET APRÈS?



En s'inscrivant dans le sillage du film " Demain " de Cyril Dion et Mélanie Laurent, l'opération " Demain, et après " de la RTBF ouvre la porte sur notre avenir.



Le constat du journaliste Michel Visart était simple: 3 experts belges ont été interrogés dans le film mais aucun projet en cours chez nous n'a été retenu par les réalisateurs. Le journaliste économique a alors sensibilisé la rédaction pour se mettre à la recherche d'exemples et de projets positifs qui rencontrent les contraintes de la société actuelle et apportent une réponse qui n'est ni classique ni traditionnelle mais innovante et à taille humaine. Un appel a été lancé sur le web et a récolté 80 témoignages de projets en cours. La rédaction est alors partie à la découverte de Belges qui " font " déjà autrement dans de multiples domaines. Elle a proposé une importante opération de journalisme constructif afin d'explorer les solutions, nouvelles façons de faire et de vivre, nouvelles réponses apportées chez nous à l'évolution de notre société :

« LA NUIT DES IDÉES » SUR LA PREMIÈRE :

En radio, lors de la première Nuit des Idées, Sophie Brems a débattu des leviers d'action qui permettent le changement. 5 conférences-débats : l'alimentation et la consommation, l'habitat, le futur de notre démocratie, l'éducation et l'économie et l'énergie. Au cours de ces débats, citoyens, décideurs, entrepreneurs, échangeront réflexions et pratiques sur leurs projets innovants et porteurs de changement.

SOIRÉE SPÉCIALE « DEMAIN ET APRÈS ? »

Au cours de cette soirée spéciale **en télévision**, reportages de terrain sur des projets innovants (énergie, économie, habitat, vivre ensemble, agriculture et alimentation) et débat étaient au programme. Face à une société en pleine mutation, l'émission a donné la parole à ceux qui ont déjà ouvert des portes vers un avenir constructif et invite les jeunes à prendre part au débat.

LES DOCUMENTAIRES « RÊVER LE FUTUR »

A quoi ressemblera notre quotidien demain ? Pour y répondre, cette série documentaire de 10 X 52' créé par Alex Fighter et Hélène Le Meur nous a plongés en 2050. Les sciences et les technologies sont en train de modifier nos vies à une vitesse étourdissante, réjouissante, parfois inquiétante. "Rêver le futur" nous fait voyager dans le temps et dans l'espace pour nous montrer à quoi pourrait bien ressembler notre quotidien au niveau des transports, de la médecine, de l'alimentation ou encore de l'énergie.

AU TABLEAU

Présenté par Ophélie Fontana, **Au tableau !** est un magazine basé sur la rencontre d'une personnalité politique avec une classe d'enfants de 8 à 13 ans.

A l'âge où les enfants développent leur ouverture sur la société, leurs questions sont spontanées et franches. Ils ne connaissent pas le « politiquement correct » et demandent des réponses claires. Rompus à la prise de parole en public, les hommes et femmes politiques sont face à un public différent. C'est sans effet de style qu'ils doivent expliquer - au tableau - leur travail et leurs décisions.

Impossible de pratiquer la langue de bois ! La classe d'Ophélie qui s'est préparée accueille l'invité avec un portrait en images. Place ensuite à l'interro surprise cotée par les enfants, aux questions spontanées et à l'exposé oral qui testent de façon ludique la capacité de l'invité à expliquer ses activités.

Pour que cette rencontre soit un vrai moment d'échange, la personnalité est ensuite invitée à raconter aux enfants son parcours sous forme de conte et à expliquer ce que symbolise l'objet qu'il a apporté avec lui, avant de recevoir celui que les enfants ont choisi de lui offrir.





CHAPITRE 7

FIERTÉS

LES PRIX

La RTBF s'est distinguée en Belgique comme à l'étranger à travers différentes récompenses, tant dans le domaine de la fiction, du documentaire mais aussi de la webcréation (12 prix), des magazines (5 prix pour Matière Grise) et de l'information.

JANVIER

- **Questions à la Une** reçoit le prix du journalisme 2015 dans la catégorie "presse télévision" de la Fédération Wallonie-Bruxelles

FÉVRIER

- **11 récompenses au Magritte du Cinéma**, sur les œuvres **Le tout nouveau testament**, **Tous les chats sont gris** et le meilleur documentaire **L'homme qui répare les femmes**

MARS

- Le documentaire **La collection qui n'existait pas** primé au Festival International du Film sur l'Art
- Le magazine **Matière Grise** récompensé au Festival du film scientifique de Ronda
- Le film **Noche Herida** est lauréat au Festival International de Cinéma de Cartagena
- Les documentaires **Autrement**, **La vie entre parenthèses** et **La nef des fous** sont récompensés au festival Image Santé
- Le documentaire **L'homme qui répare les femmes** primé aux Rencontres cinématographiques HEXAGONE
- Le documentaire **La bataille de l'eau noire** récompensé au Festival A Travers Champs
- **Oser la grève sous l'occupation** primé doublement au WOEFF
- **Euh** récompensé au Festival web-program de Paris 2016
- **Histoires de Cabines** primé au Festival Millenium 2016

AVRIL

- L'opération **Le Climat et Moi** et l'émission **Alors on Change** remportent les prix du développement durable pour la presse par le CFDD (Catégorie radio et Télévision)
- La série belge **La Trêve** est primée au Festival Séries Mania à Paris
- La série documentaire **L'homme au harpon** est récompensée au Prix CIRCOM
- **Ennemi Public** est primé au MIPTV

MAI

- Le reportage **En urgence** et le reportage de **Question à la Une** « Ikea l'obsession du prix » reçoivent un prix Belfius (catégorie Presse Radio et Presse télévisée)
- **L'homme qui répare les femmes** est primé au Festival de Cinéma franco-suisse des 5 Continents

JUIN

- Le magazine **Alors, on change!** est récompensé au Festival Green Awards de Deauville
- **Matière Grise** est primé au Festival Green Awards de Deauville
- **Matière Grise** est doublement primé au Festival du Film de Santé, d'Environnement et de Culture de Djakarta
- **Euh** reçoit un prix au Webfest Montréal 2016
- **L'Homme au harpon** est récompensé au Webfest Montréal 2016

SEPTEMBRE

- La série **Box 27** reçoit 3 prix (Meilleure interprétation masculine, meilleure musique, Prix spécial du Jury) au Festival TV de la Rochelle
- **Le Secret d'Elise** est récompensé par le Prix du public au Festival TV de la Rochelle

OCTOBRE

- La série belge **Ennemi Public** reçoit une récompense à Berlin au Prix Europa 2016
- La série radio **Beaux jeunes monstres** est récompensée au Prix Europa à Berlin et au Prix Ondas à Barcelone
- La websérie **Burkland** doublement récompensée à Marseille Web Fest (meilleure réalisation et meilleur montage)
- Les webséries **Burkland** et **Les Nouveaux Pauvres** primés au Liège Web Fest 2016
- La webserie **Euh** remporte le Grand Prix du Jury en Suisse au Swiss Web festival
- **Matière grise** est primé pour le film « Questions de matières » au Agrofilm Festival de Nitra, Slovaquie
- Le documentaire **Les Liberterres** est récompensé au Festival International du Film Nature d'Innsbruck.

NOVEMBRE

- Le documentaire **Molenbeek, génération radicale** est primé au festival Brussels in love
- **Matière Grise** reçoit le Trophée d'Or au Festival International de Shenzhen
- **Burkland** est primé au Paris Courts Devant 2016 pour la Meilleure websérie

DÉCEMBRE

- **Matière Grise** est récompensé au Science Film Festival
- **Burkland** reçoit le prix de la meilleure série au Paris Courts Devant 2016
- **Les Nouveaux Pauvres**, **La Trêve** et **Ennemi Public** sont récompensés par le SACD-SCAM 2016

DES NIOUZZ ROYALES

Un OUFtivi reporter a eu le privilège d'interviewer le Roi.



Dans notre pays, on n'interviewe pas le Roi. Pas de micro tendu à la sortie du Palais royal, pas de show en direct où le Roi répond aux journalistes, car en Belgique, le Roi ne peut émettre publiquement une opinion qu'avec l'accord du gouvernement.

Le Roi ne s'exprime donc que lors de discours officiels qui sont soigneusement relus pour s'assurer qu'ils sont compatibles avec la fonction royale et la politique du gouvernement.

Et pourtant, fin décembre, dans les Niouzz, le journal pour les enfants, Noa, OUFtivi reporter de 11 ans, a pu poser des questions au Roi. Il s'agit d'une rencontre informelle accordée à un jeune Francophone et une jeune Néerlandophone qui, exceptionnellement, a pu être filmée.

Une rencontre d'une dizaine de minutes impressionnante et chaleureuse. Le Roi Philippe lui a montré le bureau où il allait enregistrer le fameux discours de Noël et Noa a posé ses propres questions : Porte-t-il une couronne ? Que fait-il de ses journées ? Aime-t-il être roi ? Un moment exceptionnel que Noa n'oubliera pas de sitôt.



LA 1^{RE} ÉDITION DES D6BELS MUSIC AWARDS

À l'image des Victoires de la Musique (France), des Grammy Awards (USA) ou des MIA's (Flandre), la RTBF a voulu créer une plateforme et un événement qui offrent une visibilité exceptionnelle au travail des artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles et des équipes qui les entourent.

Les D6bels Music Awards sont une occasion unique de faire briller les artistes, de célébrer leur réussite, leur métier et leur art au cours d'une cérémonie de remise de prix qui a fait l'objet d'un prime en direct sur **La Deux** présenté par Joëlle Scoriels. En radio, l'évènement est relayé sur **Pure** et **Viva Cité**.

Le déroulement des D6bels Music Awards, projet 100% crossmedia, se décline en quatre phases : le lancement des pré-votes à la mi-novembre ; le lancement des opérations sur les radios en novembre/décembre ; les votes en janvier ; et le show en apothéose fin janvier.

Selon les catégories – il y en a 15 – les prix sont décernés soit en fonction du vote des professionnels de la filière musicale, soit en fonction du vote du public.

Pour sa première édition, le succès a été au rendez-vous. La soirée a été applaudie à l'unanimité par les professionnels du secteur et fortement suivie en télévision, comme en attestent les audiences.

Alice On The Roof aura été la grande triomphatrice puisque les votes du public lui ont permis de remporter pas moins de trois récompenses : celle d'artiste de l'année, de révélation de l'année et d'artiste Pure. Au cours de la soirée, le public a également élu par SMS le hit de l'année. Enfin, le prix d'honneur de l'année a été décerné par le jury à Arno.

PALMARÈS



Girls in Hawaii

Album de l'année
Groupe de l'année



Alice on the Roof

Révélation de l'année
Artiste Solo de l'année
Artiste Pure de l'année



Stromae

Concert de l'année
Artiste VivaCité de l'année
Auteur-Compositeur de l'année
(Prix SABAM)
Clip Vidéo de l'année



Loïc Nottet

Hit de l'année



Grandgeorge

Artiste "La Première"



Great Mountain Fire

Groupe "Classic 21"
Visuel de l'année



David Baboulis

Secteur Musique



ARNO

Prix d'honneur de l'année
(Prix SABAM)

LE MALADE IMAGINAIRE DE MOLIÈRE

Cette année, les animateurs et journalistes de la RTBF ont relevé un défi fou au profit de Viva For Life. Après les succès du « Mariage de Mademoiselle Beulemans » et de « Bossemans et Coppenolle », ils se sont attaqués au dernier chef-d'œuvre de Molière, dans une pièce culte et troublante de modernité « Le Malade imaginaire ». Et c'est Michel Kacenenbogen qui s'est lancé avec eux en les mettant en scène sur la scène de son théâtre, Le Public à Bruxelles.

C'est un challenge de taille qu'ont relevé ces comédiens amateurs pour la plupart, même si certains avaient déjà brûlé les planches. Après Monsieur Beulemans et Auguste Coppenolle, Guy Lemaire a endossé le rôle de l'hypocondriaque Argan. Sa servante Toinette, femme de caractère qui tient à elle seule toute la famille, a été incarnée par Véronique Barbier.

Sophie Delacollette, Georgette, leur fille dans "Bossemans et Coppenolle", a campé le rôle d'Angélique, la fille d'Argan. Joëlle Scoriels, qui avait excellé dans le rôle d'Arabella, était la soubrette Béline, la nouvelle femme du Malade imaginaire. Cédric Wautier est lui aussi remonté sur les planches pour la 3^e fois et a incarné le frère d'Argan, Béralde.

Philippe Soreil, dans le rôle du Docteur Diafoirus, François Mazure dans le rôle de Cléante, secrètement épris d'Angélique, Esteban Van Pieperzeel, chroniqueur dans

" On n'est pas des pigeons " dans celui de Thomas Diafoirus, un jeune médecin promis, contre son gré, à la fille d'Argan, Gerald Watelet dans celui de l'excentrique Docteur Purgon, et enfin, James Deano et Sarah Grosjean, dans ceux du notaire et de l'apothicaire, ont complété le casting.

La pièce fut un grand succès comme en témoigne le public venu en nombre et les échos positifs qui ont suivi.



THE VOICE 5

L'émission de divertissement, animée par la pétillante Maureen, est de retour pour une 5^e saison !

Coach lors des deux premières saisons et grand gagnant de la première édition, Quentin Mosimann, toujours classé parmi les 100 meilleurs DJ's au monde, est de retour sur le banc des coaches. Les Cats On Trees, révélés en 2014 avec leur tube « Sirens Call », ont rejoint également l'aventure The Voice Belgique. Et c'est en compagnie de Bj Scott et Stanislas qu'ils choisissent de nouveaux talents pour constituer la meilleure équipe qui soit.

Cette année, ils étaient près de 2000 candidats à participer au casting de cette nouvelle saison de "The Voice Belgique". Plus de 145 ont franchi le cap des présélections. Ils ont entre 16 et 63 ans, et vont devoir séduire les coaches lors de l'étape cruciale des "Blind Auditions". Parmi eux, LA voix qui remportera le titre de "The Voice Belgique" 2016 !

Aux commandes de cette 5e saison : la pétillante Maureen Louys, accompagnée de Walid pour faire connaissance avec les talents et recueillir leurs impressions, avant et après leur entrée en scène, dans le foyer. En **radio**, pendant les lives, Viva Music a fait intervenir les talents dans son émission

Sur le **web**, l'émission est désormais présente sur Snapchat. Tout au long de la saison, l'application est utilisée exclusivement par nos coaches et les talents qui ont une liberté totale : les coulisses, les délires, et tout ce qu'on ne voit pas en télé ou même sur le web, seront diffusés sur Snapchat... sans filtre !

Après un duel 100% féminin, Laura a remporté la Grande Finale de "The Voice Belgique - saison 5" avec 59% de votes du public !

C'est la première fois dans l'histoire de "The Voice Belgique" qu'une fille gagne l'aventure! Après avoir séduit Bj Scott lors des Blinds, Laura Cartesiani a également conquis le public qui l'a soutenue et emmenée jusqu'en finale.



LES J.O.

Deux ans après avoir accueilli la Coupe du monde de football, le Brésil a reçu les meilleurs athlètes mondiaux à l'occasion des Jeux Olympiques qui se sont déroulés du 5 au 21 août 2016, une première en Amérique du Sud !

A cette occasion, la rédaction des sports de la RTBF était au plus proche de l'événement avec une large couverture en direct sur **La Deux** et sur nos 5 chaînes de radio, en particulier sur les émissions matinales 6-8 et 8-9 de **Vivacité**.

Sur place, 10.500 athlètes de 206 pays ont disputé les 306 épreuves au sein de 42 sports différents dont le golf qui a fait son retour aux JO après 112 années d'absence et le rugby qui n'y était plus représenté depuis 92 ans.

Le bilan pour la Belgique est plus que positif avec six médailles. Greg Van Avermaet en cyclisme (course en ligne) et Nafissatou Thiam en athlétisme (heptathlon) ont décroché l'or. Pieter Timmers en natation (100m nage libre) et les Red Lions en hockey sur gazon ont pris l'argent. Enfin, Dirk Van Tichelt en judo (moins de 73 kg) et Jolien D'Hoore en cyclisme (Omnium) ont décroché le bronze. Des exploits qu'on a pu vivre en direct sur nos antennes.



LES JEUX PARALYMPIQUES

Les Jeux Paralympiques se sont déroulés comme de tradition à la suite des Jeux Olympiques à Rio. 160 nations y ont participé.

La délégation belge, menée par le porte-drapeau Peter Genyn, comptait 29 athlètes. Les Jeux ont été fantastiques pour ces athlètes paralympiques belges. Avec 11 médailles (5 d'or, 3 d'argent et 3 de bronze), ils font mieux que la délégation belge des Jeux Olympiques (6 médailles).

Les jeux n'ont jamais été aussi prolifiques pour le plat pays depuis la réforme des années 2000 qui a vu le nombre de catégories divisé par quatre. La RTBF a largement couvert l'événement, que ce soit en direct ou lors de

reportages dans les émissions sportives et d'information. Et avec un important succès comme en attestent les audiences. En effet, 624.929 téléspectateurs différents ont eu un contact d'au moins 15 minutes avec l'ensemble de notre couverture des Jeux Paralympiques.



5

médailles d'or

3

médailles d'argent

3

médailles de bronze

LES DIABLES ROUGES

Parmi les nombreux événements sportifs de cette saison sur la RTBF, l'EURO 2016 a fait partie des moments incontournables.

Du 10 juin au 10 juillet, la rédaction des sports était une nouvelle fois au rendez-vous pour suivre l'intégralité des 51 matches de la compétition, et ce, en exclusivité. De la phase de groupe à la finale au Stade de France, les 51 rencontres étaient réparties dans dix villes hôtes aux quatre coins de la France : Bordeaux, Lens, Lille, Lyon, Marseille, Nice, Paris, Saint-Denis, Saint-Étienne et Toulouse.

Sur le terrain, dans les tribunes, dans les fan zones ou dans les rues, notre équipe des sports était partout pour faire vivre l'événement comme si on y était, à côté des Diables Rouges et de leurs supporters. Commentaires, analyses, impressions, tout y était pour offrir un grand spectacle. Même si le parcours de nos Diables s'est arrêté en 8^e de finale, ils ont suscité l'engouement de tout un pays. Notre couverture des différents matches a été largement suivie sur tous nos médias et notamment en **télévision**, le football trasant toutes les places du top 100 2016 ainsi qu'**en radio**, avec notamment sur **Vivacité**, une émission quotidienne appelée « Bleu, Blanc Diables » et sur **La Première** un journal de l'Euro proposé chaque matin à 7h36.



A LA RENCONTRE DES PUBLICS

LE FESTIVAL MUSIQ'3 2016 : UN GRAND CRU !

La 6ème édition du Festival Musiq'3, du 1 au 3 juillet 2016, a connu un succès sans précédent. Les festivaliers étaient plus de 9000 à fouler les marches de Flagey et du Théâtre Marni, ce qui correspond à plus de 10% d'augmentation par rapport à 2015.

Sous la thématique « **Orient-Occident : Connect** », cette édition visait plus que jamais à **créer des ponts** et à inviter le public à un véritable voyage au fil des découvertes et des rencontres. Durant trois jours, des liens se sont tissés entre le public et les artistes, la musique classique et les autres musiques, les générations, les mélomanes et les curieux...

La recette du Festival Musiq'3 a une fois de plus prouvé son efficacité, et ce grâce à 4 ingrédients majeurs : le cru exceptionnel d'artistes de tous âges et d'horizons multiples, un public avide de découvertes et de surprises, une programmation qui a osé prendre des risques et, enfin, une équipe de choc à l'enthousiasme débordant.

Foot et musique classique

Dans sa volonté de **briser les frontières** entre les genres et les publics, le Festival Musiq'3 avait fait le pari inédit d'associer l'**Euro 2016** à sa programmation, à travers le projet Foot & Fanfare : un **écran géant** sous chapiteau, de la bière et des musiciens survoltés se livrant à des "**battle musicales**" au rythme des goals, des coups francs et des penalties. Un pari plus que réussi qui a ramené chaque soir un public très nombreux et très diversifié !

Un dispositif média exceptionnel

Le Festival Musiq'3, c'est aussi **30h de direct radio**, à partir d'un studio mobile sur la place Sainte-Croix dans lequel se relayent les animateurs de Musiq'3 et de nombreux invités. C'est aussi des **concerts filmés**, pour transmission en direct sur Auvio, à la demande sur Auvio et Arte Concert, et en différé en télévision sur La Trois.



SHOWCASE, BLUES CAFÉ ET INTERVIEWS MUSICALES DE CLASSIC 21

Outre de nombreux sets acoustiques, Classic 21 a organisé en 2016 des showcases prestigieux avec également une place de choix réservée aux artistes de la fédération Wallonie-Bruxelles. Ont été enregistrés par notre équipe : Ben Harper, Arno, Gérald De Palmas, Hooverphonic, Puggy, Bj Scott, Milla Brune et Typh Barrow.

Le **Blues café** a traversé la Wallonie de part en part, avec un arrêt remarqué à l'Hotel de Ville de Bruxelles.

La nouvelle émission estivale « **Le Live du belvédère** » a permis de révéler 4 groupes de la FWB, en direct et en public depuis Namur.

La **soirée 80's**, première édition, a réuni très vite plus de 2000 fans de la chaîne pour une soirée soldout à Braine-l'alleud le 5 novembre.

Classic 21 a également eu l'honneur de proposer des **interviews exclusives** au cours de l'année : Metallica, Depeche Mode, Bon Jovi, Red Hot Chili Peppers, Ben Harper, ...

La **Route du Blues**: Classic 21 partait en avril 2016 à la recherche des racines du Blues. Les auditeurs ont accompagné Marc Ysaye en Harley Davidson de New Orleans jusqu'à Chicago sur les traces de Muddy Waters, B.B. King, et bien-sûr le 'King' Elvis...

La chaîne est la première radio à dépasser **100.000 fans sur facebook** (11 juillet).

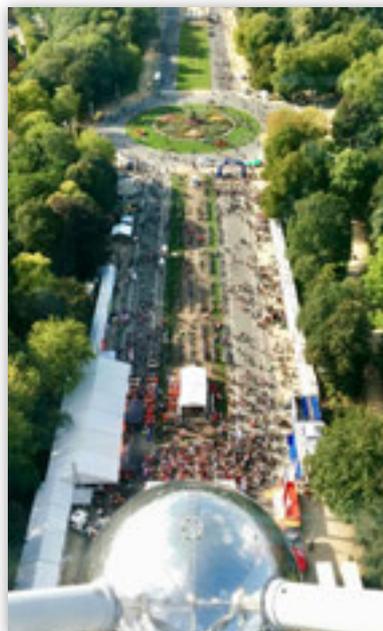


LE BEAU VÉLO DE RAVEL

2016... Le Beau vélo de RAVeL n'a pas attendu d'avoir 18 ans pour atteindre sa majorité. Désormais institution autant que tradition, il est reparti en cette 18ème saison sur les chemins de Wallonie et de Bruxelles.

- 13 étapes (du 25 juin au 18 septembre) de La Calamine à Bruxelles en passant par Tournai, Nivelles, Namur, Arlon entre-autres, à pied, à cheval et surtout à vélo.
- Un village avec animations, stands, initiations sportives... et, à l'issue de chaque étape, des artistes en show case gratuit ! Axelle Red, Frédéric François, Grandgeorges, Suarez, Magic System, Vianney, Mister Cover...
- Le Beau Vélo de RAVeL, c'est bien sûr la grosse opération de terrain de l'été de VivaCité mais aussi une émission radio chaque samedi de 13 à 17h et une émission de télé le lendemain sur La Une.
- Le Beau Vélo de RAVeL... un vrai événement populaire qui rassemble chaque samedi de l'été plusieurs milliers de participants qui se déchainent sur la même longueur d'ondes, celle de VivaCité !

Cette année et pour la 1ère fois a été organisée **La Nuit du RAVeL**, le 20 juillet. Une boucle de Namur à Namur avec étapes, visites, dégustations et Le Grand Jojo en concert ! Un événement familial et festif bien sûr relayé sur VivaCité.



CHAPITRE 8

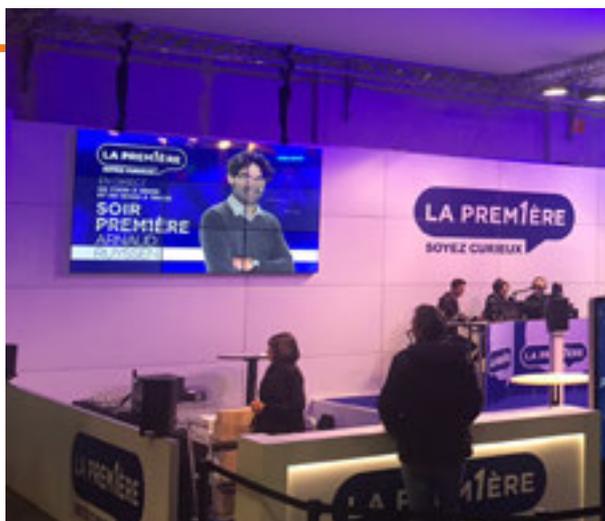
COLLABORATIONS



FOIRE DU LIVRE

Rendez-vous culturel incontournable, la Foire du Livre voit les choses en grand pour satisfaire les amoureux de la lecture. A travers le thème « Le bonheur est à la page », l'évènement avait pour particularité cette année d'être entièrement gratuit, encourageant sa cible principale, les jeunes, à y accéder facilement.

Avec les nombreuses émissions en direct de **La Première**, notamment **Entrez sans frapper, C'est presque sérieux, Soir Première ou encore Les Décodeurs RTBF**, la RTBF a collaboré activement à ce rendez-vous littéraire en relayant toutes les informations à ne pas manquer lors de cette saison 2016. Pure était également de la partie avec son émission de culture hip hop, Pur Jus.



Un thème jovial était mis à l'honneur pour tous ceux ayant le bonheur comme priorité. « Le bonheur est à la page » prône le livre comme remède à la douleur et s'insurge contre la tendance des médias à promouvoir le malheur. Un tout nouvel espace prenait place cette année octroyant une attention particulière à l'Europe à travers des échanges entre des personnalités de différents rangs et les citoyens. Les visiteurs avaient également l'occasion de découvrir « Comix Factory », le laboratoire expérimental mettant en avant les dernières avancées technologiques et tendances concernant la littérature.

Enfin, le **Prix Première** décerné tous les ans par la RTBF depuis 2007, pour récompenser un premier roman francophone, revient cette fois-ci à Pascal Manoukian, pour son roman *Les échoués*. Le livre de Pascal Manoukian a été choisi par un jury composé de dix auditeurs de La Première parmi une sélection de dix premiers romans écrits et publiés en français.

FOIRE DE LIBRAMONT

La RTBF a collaboré à la 82^e édition de la foire de Libramont réunissant à peu près 250 000 visiteurs sur 4 jours sous le slogan « L'agriculture est une question de vie ».

Le but est de faire prendre conscience aux visiteurs de l'importance de la ruralité, abordée sous différents aspects : le machinisme, l'élevage, la forêt, l'agroalimentaire, l'horticulture ou encore la recherche, l'éducation et la culture.

Un programme différent a lieu tous les jours afin de promouvoir ces différents aspects. La RTBF, partenaire de l'évènement, a largement couvert la Foire durant les quatre jours. Acteurs et décideurs se sont succédés aux micros radio et télévision de la RTBF qui a également emmené les auditeurs et téléspectateurs dans les coulisses de cet évènement.

« La clé des champs » a notamment proposé plusieurs émissions spéciales **en Télévision**.

En radio, Vivacité a également couvert l'évènement.



350 ANS DE CHARLEROI

La RTBF était le partenaire privilégié des 350 ans de la Ville de Charleroi, un événement durant lequel se sont succédées de nombreuses animations.

L'année 2016 a été marquée par un anniversaire emblématique du pays. Parce qu'on n'a pas tous les jours 350 ans, la ville de Charleroi a été transformée pour l'occasion en un grand terrain où étaient mêlées joies et festivités et où passé et avenir de la ville se sont côtoyés.

C'est exactement le 3 septembre 1666 que fut posée la première pierre de la ville qui prendrait par la suite le nom de Charleroi. Cet événement était l'occasion de rassembler tous les Carolos et autres habitants belges pour fêter pendant 3 jours l'avancée de ce qu'on appelait autrefois la « capitale du Pays noir ».

Afin de fêter cela comme il se doit, un véritable étalage d'événements étaient proposés aux habitants dans le but de réunir tout le monde à travers les festivités. On y retrouvait des activités en tout genre telles que des concerts, des ateliers, des créations artistiques, folkloriques et gastronomiques, des projets participatifs et

intergénérationnels, etc. Bref, autant de manières de célébrer le passé et de se tourner vers l'avenir. La RTBF était présente sur place pour soutenir l'évènement à travers la diffusion de diverses émissions mais aussi l'organisation de concerts sur les quais. Ainsi, **Vivacité** a vécu au cœur de Charleroi tandis que **Pure** a diffusé les sets des DJ le vendredi soir. En télévision, C'est du belge s'est mis aux couleurs des 350 ans tandis que **La Une**, toute la journée de samedi, a proposé des capsules en direct depuis les quais.



FESTIVALS : BSF, FRANCOS, ARDENTES, DOUR

Cette année encore, la RTBF s'est associée aux plus grands festivals de musique pour faire vivre l'évènement en grand et partager les émotions et l'ambiance des festivités. Présente sur le terrain tant en **radio qu'en TV**, elle a relayé les moments qui ont marqué cet été.

La 23^e édition du festival des Francofolies de Spa a mis cette année à l'honneur la découverte des jeunes talents prometteurs de même qu'un nouveau concept tout à fait innovateur : une journée « 100% accessibilité et intégration ». L'initiative était de proposer aux festivaliers souffrant d'un handicap d'assister aux concerts en dehors des zones habituelles qui leur étaient réservées. Notre équipe était présente sur les lieux de l'évènement qui fut transmis **en télévision** par La Une, La Deux, La Trois et OUFtivi. Des interviews exclusives, les coulisses du festival de même que des extraits de concerts étaient proposés par Walid au cours de l'émission spéciale D6bels Francofolies. **Classic 21** était aussi de la partie en diffusant sur ses ondes le déroulement des festivités.

Vivacité garantissait également un direct quotidien en ne manquant rien de l'ambiance. Elle répond toujours à l'appel en décortiquant les festivals de l'été et en évoquant les grands moments de musique mais aussi en étant présente sur le terrain en direct.

En plus d'assurer les Francos, dans lesquelles elle passe au crible l'actualité musicale du jour et les coulisses du festival avec le moment Vivafolies, elle était aussi présente au Brussels Summer Festival en direct de même qu'aux Ardentes, tout comme Classic 21.

Cette année de nouveau, **Pure** était LA radio des festivals en faisant profiter les auditeurs de plus de 80 heures de directs ! Elle a assuré la transmission du Festival de **Dour** qui cette année, en plus des grosses têtes d'affiches, avait aussi l'ambition de promouvoir les jeunes talents. La radio des festivals a également accordé du temps d'antenne au **Festival des Ardentes** qui fêtait cette année son 10^e anniversaire et qui pour l'occasion a reçu Indochine comme invité spécial.



LE MUSÉE DE LA BOVERIE À LIÈGE

Ouvert en mai, le Musée de la Boverie de Liège est un lieu capital. Sensibilisée à la culture, la RTBF ne pouvait que s'associer à son inauguration mais aussi aux différentes expositions qui y sont organisées.

Les 4 et 5 mai, le Musée de la Boverie, le tout nouveau musée de la Ville de Liège, a ouvert ses portes. Le bâtiment date à l'origine de l'expo universelle de 1905.

Entièrement rénové après deux ans de travaux, il est situé à deux pas de l'élégante passerelle - nouvelle elle aussi - qui enjambe la Meuse. De grandes expositions temporaires y sont régulièrement organisées, notamment en collaboration avec Le Louvre, à côté de la mise en valeur de sa propre collection permanente.

Au total, **250 œuvres** qui vont du 16^e siècle à nos jours. Avec quelques toiles célèbres comme le portrait de Napoléon d'Ingres ou les Gauguin, Picasso et Chagall de la collection de Lucerne.

A l'occasion de l'inauguration du musée de La Boverie à Liège en mai, **La Première** a consacré une programmation spéciale à cet événement culturel de premier plan pour la Cité ardente alors que **Classic 21** et **La Trois** ont largement couvert l'événement.

Ce partenariat se poursuit aujourd'hui lors des différentes expositions qui y sont organisées et qui sont relayées dans nos magazines et programmes culturels mais aussi nos émissions d'information.



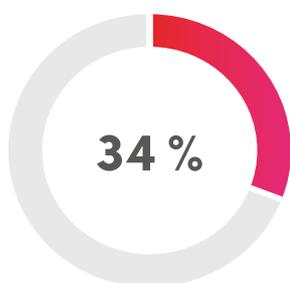
CHAPITRE 9

MÉDIATION

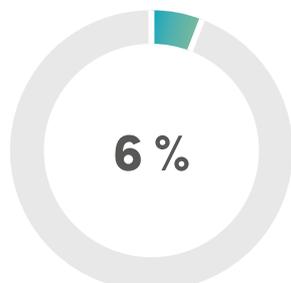


BILAN MÉDIATION

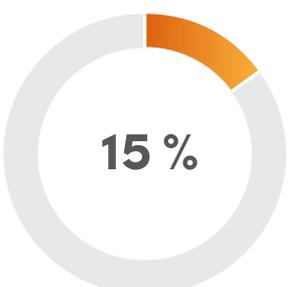
Au cours de l'année 2016, le service de Médiation et de Relations avec les publics a enregistré 5930 demandes, avis, félicitations, suggestions ou plaintes.



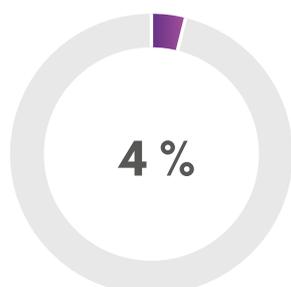
DEMANDES



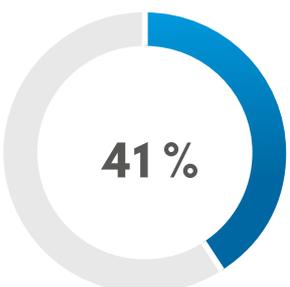
PLAINTES



SUGGESTIONS



FÉLICITATIONS



AVIS NÉGATIFS

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.

Les questions techniques portent principalement sur des problèmes de lecture sur les sites, de réception radio ou TNT. Sur Auvio, les difficultés rencontrées ont souvent pu être résolues par des actions simples, par exemple en demandant aux utilisateurs de supprimer leur historique de navigation. L'affaire Tune In (agrégateur de chaînes) a rassemblé 193 réactions.

La légère augmentation des félicitations par rapport à 2015 (2%) est due essentiellement au lancement des deux séries belges *Ennemi public* et *La Trêve*, à la couverture des attentats de Bruxelles et à des soirées de prime time comme *Demain et après ?* ou *Molenbeek : génération radicale ?*

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), 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 lorsque la communication n'a pas été donnée ou a tardé.

CHAPITRE 10

AUDIENCES

AUDIENCES TÉLÉVISION

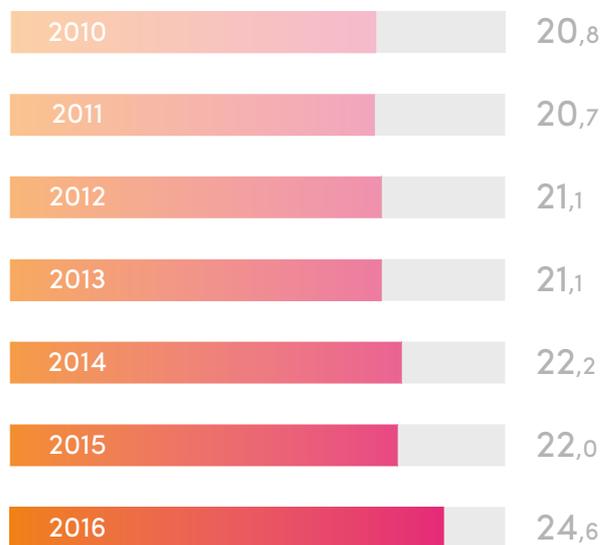
* Source : Audimétrie CIM Weekly rch (#) – seuil de vision 15 min – cible 4+ – Live +0
 **Source : Audimétrie CIM – Live +0

En moyenne hebdomadaire, les 3 chaînes de la RTBF touchent 3.281.381* téléspectateurs en 2016. Ce qui constitue une augmentation de 52.948 personnes depuis l'année 2015. Chaque jour, 38,3% de la population sont en contact au moins un quart d'heure avec l'une ou plusieurs chaînes de la RTBF.

En termes d'audiences, l'année 2016 est historique pour la RTBF en télévision, avec 24,6% de part d'audience sur les 4+ en total journée.

Il s'agit par ailleurs du meilleur résultat enregistré pour une année où se sont accumulées entre autres les événements sportifs comme l'Euro 2016 et les Jeux Olympiques de Rio. Mais pas seulement, puisque dès le premier semestre (du 01/01/2016 au 09/06/2016), la part d'audience atteignait déjà 23,9% pour les trois chaînes RTBF.

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉS EN % (CIBLE 4+)

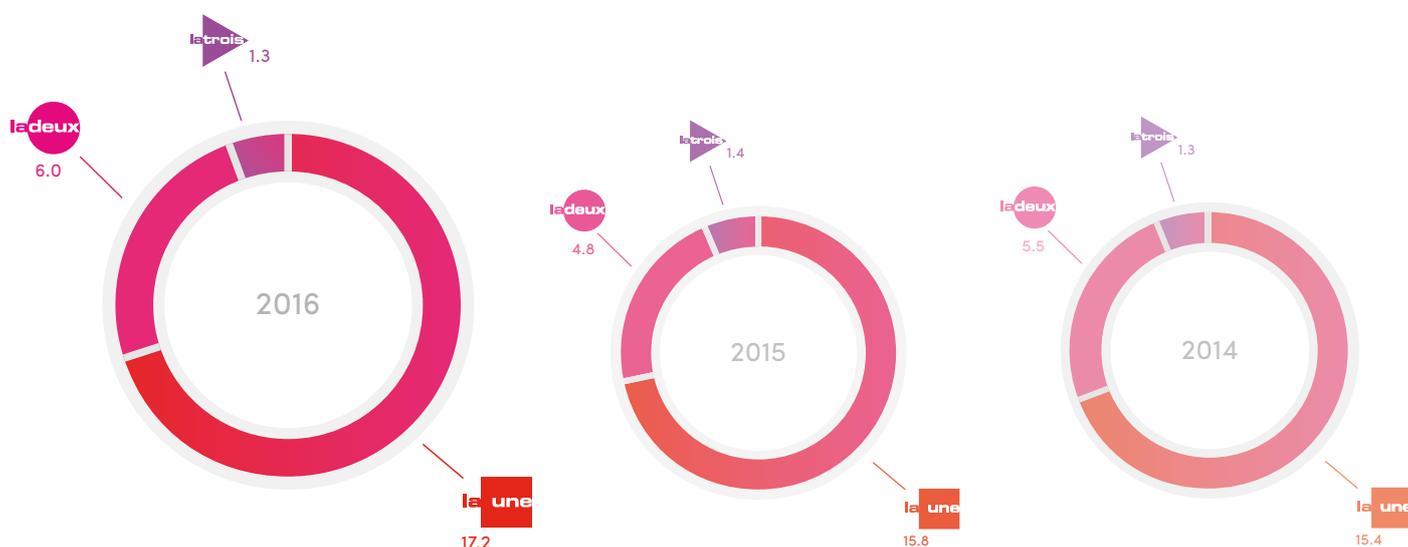


ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ EN % (CIBLE 4+) – DÉTAIL PAR CHAÎNE**

En 2016, La Une et La Deux ont toutes les deux augmenté significativement leur part d'audience, avec respectivement 17,2% (+1,4pt) et 6% (+1,2pt), tandis que La Trois s'est stabilisée à 1,3% (contre 1,4 % en 2015).

Il s'agit pour La Une de son meilleur score depuis 2002 (17,6%) et pour La Deux de son meilleur score depuis le début de la mesure de l'audience (1997).

La Trois se stabilise au niveau d'1,3% depuis 2013.



AUDIENCES RADIO

* Années 2016 et 2015 = moyenne non pondérée (33-33-33).

** Nombre d'auditeurs qui écoutent chaque semaine une ou plusieurs radios de la RTBF

En moyenne hebdomadaire, les 5 chaînes de la RTBF ont touché 1.852.247* auditeurs en 2016, ce qui constitue un record historique jamais atteint par la RTBF et une progression de 16% en 10 ans, alors que l'audience du média radio n'a progressé que de 3% au cours de la même période.

1.852.247

Auditeurs en 2016 sur les 5 chaînes
(en moyenne hebdomadaire)

En nombre d'auditeurs, le bilan de l'année 2016 est remarquable puisque la RTBF s'améliore sur ses fondamentaux, à savoir l'audience cumulée quotidienne (le daily reach) et l'audience cumulée hebdomadaire (le weekly reach). Toutefois, la part de marché connaît un léger recul à 34,1%.

RADIO	ANNÉE 2015 (33/33/33)	ANNÉE 2016			ÉVOLUTION (2016 vs 2015)
		PRINTEMPS 2016 (vagues 2016-1 + 2016-2)	AUTOMNE 2016 (vagues 2016-3)	TOTAL (33/33/33)	
	910.747	928.750	974.730	944.049	+ 3,7%
	529.216	529.608	539.465	532.877	+ 0,7%
	601.384	597.183	593.497	595.936	- 0,9%
	360.883	349.110	381.089	359.759	- 0,3%
	151.933	171.171	170.093	170.807	+ 12,4%
TOTAL RTBF	1.840.986	1.830.430	1.896.043	1.852.247	+0,6%

Au niveau de l'analyse par radio, **Vivacité** n'a jamais compté autant d'auditeurs et bat ses records de 2014 et 2015. La radio de proximité de la RTBF se maintient et atteint des sommets historiques en termes d'audience quotidienne et hebdomadaire annuelles avec 552.921 auditeurs différents par jour et 944.049 auditeurs différents chaque semaine.

En 2016, **Classic 21** enregistre également son meilleur résultat d'audience quotidienne annuelle avec 319.366 auditeurs quotidiens.

Par ailleurs, **Musiqu'3** s'améliore aussi sur les deux indicateurs de reach par rapport à l'année précédente et comptabilise pas moins de 77.946 auditeurs quotidiens et 170.807 auditeurs chaque semaine. En un an, elle voit également sa part de marché augmenter de +0,1pt (1,6% en 2016) et son audience rajeunir d'une année.

La **Première** se stabilise autour des 6% de part de marché (6,2% en 2016). Son audience cumulée hebdomadaire s'accroît légèrement par rapport à 2015, soit un bond de 3.661 auditeurs différents en plus chaque semaine. La chaîne fait l'objet d'un travail en profondeur afin de programmer sa relance au cours de l'année 2017, sans modifier la spécificité de son offre info, culture et découverte.

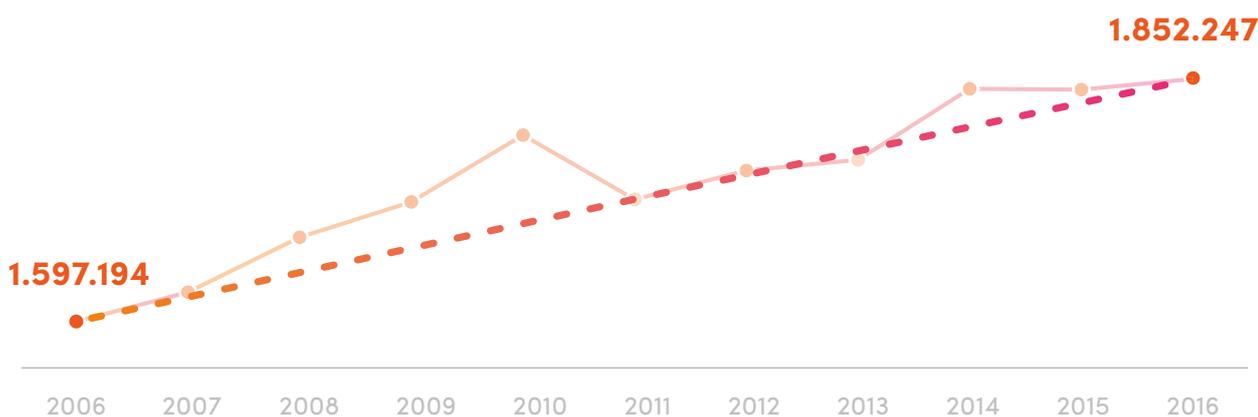
Enfin, **Pure** reste relativement stable d'années en années. La radio musicale a enregistré de beaux résultats lors du dernier semestre 2016 et est en progression par rapport au premier semestre de l'année notamment en termes de part de marché et d'audience hebdomadaire.

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'AUDITEURS**

+255.053

auditeurs en 10 ans

Soit **+16%**



Source: Etude CIM Radio (population de 12 ans et +)

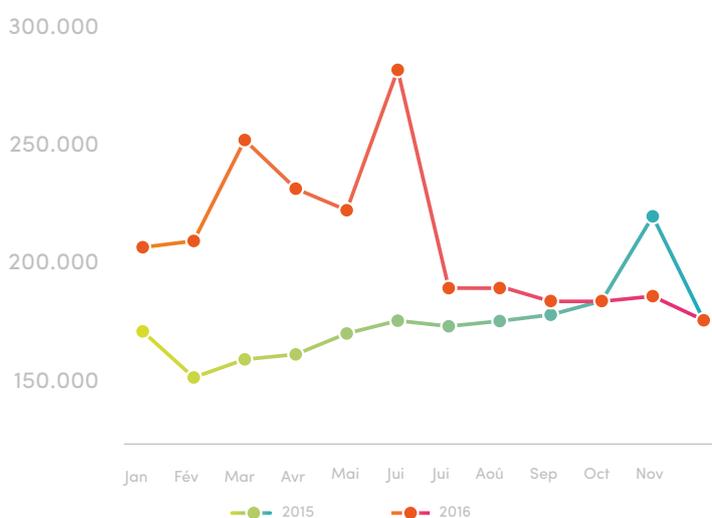
AUDIENCES WEB

* Source : Etude CIM Internet – Daily Unique Browsers – Cumul PC, Tablettes, Smartphones en Belgique et International.

204.999

VISITEURS UNIQUES PAR JOUR SUR LE SITE RTBF.BE

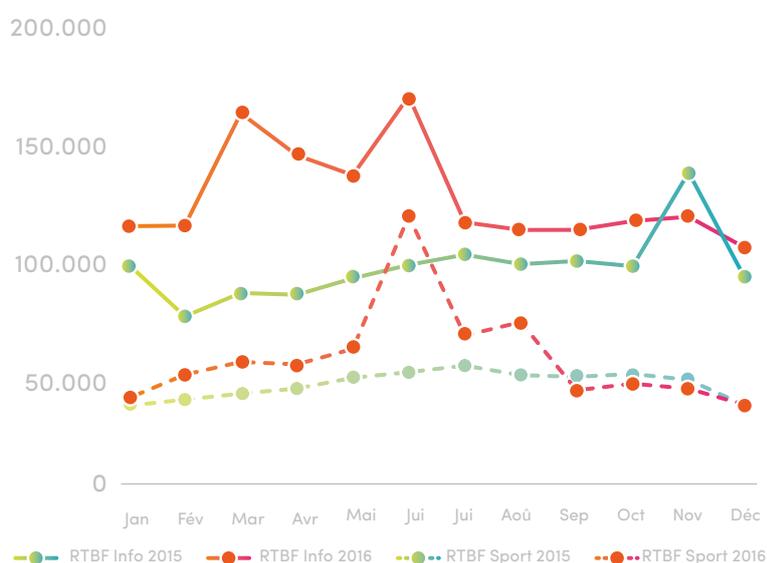
RTBF.BE



En 2016, le site RTBF.be continue sa progression avec +20% du nombre d'internautes par jour, en comparaison avec 2015. Chaque jour en moyenne, ce sont 204.999 internautes belges qui ont consulté l'un des sites du groupe RTBF en 2016. Ainsi, chaque semaine, 16,5% de la population belge a accédé aux sites de la RTBF. L'année a été marquée par les attentats de mars, mais également et surtout par les événements sportifs de fin de saison (Euro).

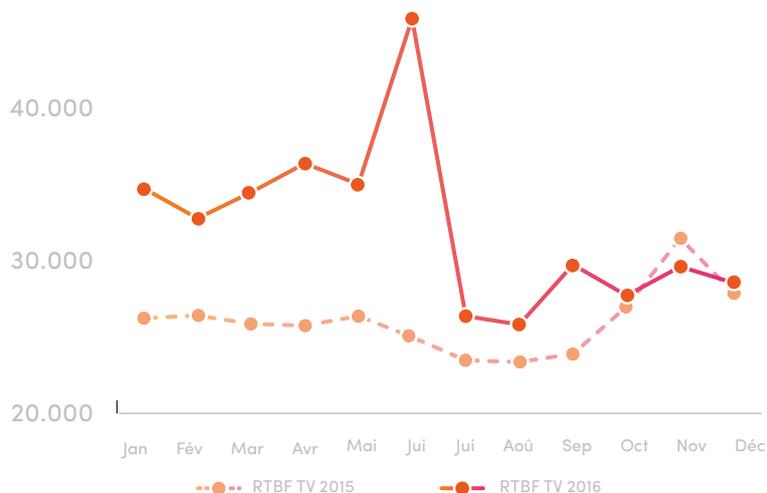
RTBF INFO ET SPORT

Les sites RTBF Info et RTBF Sport reflètent également cette tendance très nette, progressant respectivement de +31% et de +24%. Le site RTBF Info est très nettement en dessus durant toute l'année par rapport à 2015 parvenant à réunir plus de 127.039 internautes belges chaque jour (hormis en novembre, du fait des attentats de Paris en 2015). Du reste, le site RTBF Sport réalise également de beaux succès avec l'Euro et les Jeux Olympiques, atteignant les 59.120 internautes par jour en moyenne.

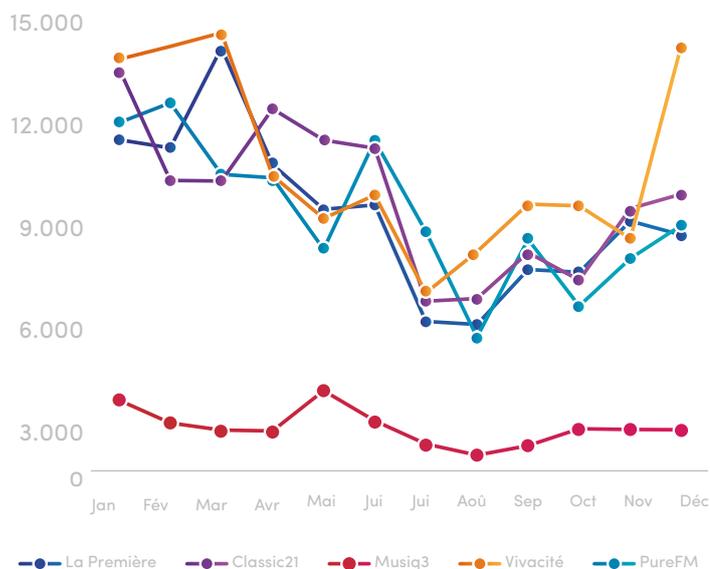


RTBF TV

Le site RTBF TV enregistre la plus forte évolution à +38% par rapport à 2015, se hissant à 43.944 internautes quotidiens en moyenne ; suivie de près par les sites de RTBF Radio à 35.982 internautes quotidiens en moyenne.



RTBF RADIO

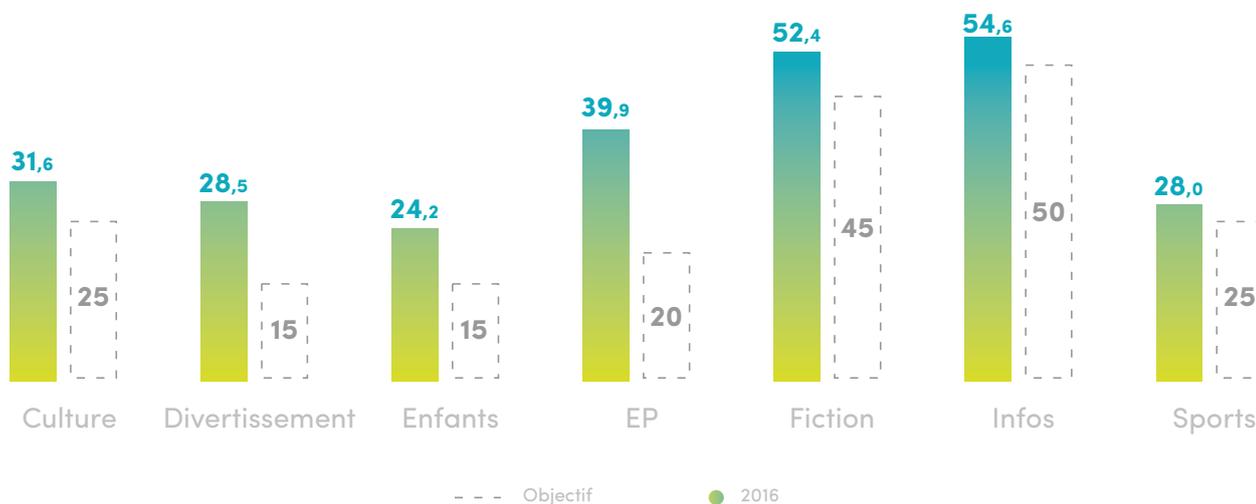


Dans le détail pour la radio, quasi tous les sites sont en forte progression : La Première progresse de +22% avec une moyenne de 8.672 internautes par jour, Vivacité de +13% avec 10.293 internautes par jour, Classic21 de +30% avec 9.207 internautes par jour, Musiq3 de +34% avec 1.640 internautes par jour; et Pure connaît une baisse de -17% avec 8.651 internautes par jour.

AUDIENCES HEBDOMADAIRES CUMULÉES PAR GENRE (DÉFINIS PAR LE CONTRAT DE GESTION)

Source : CIM/Audimétrie – Live+0 – 4+

SEUIL : 15 MINUTES (3 minutes par jour pour les genres culture et enfants)



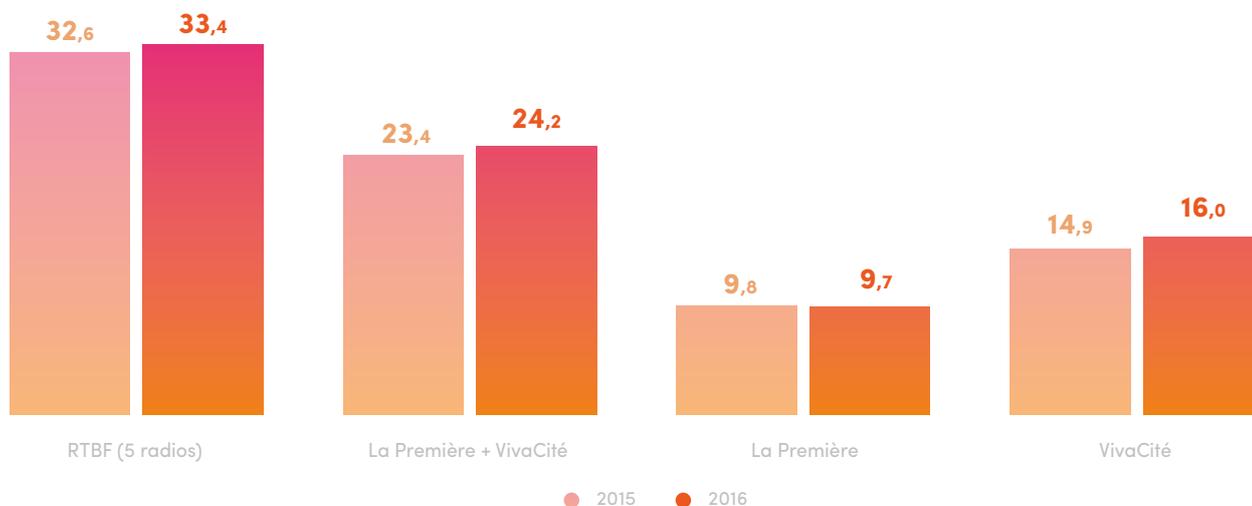
Les objectifs d'audiences fixés par le contrat de gestion à la RTBF font référence à sept matières spécifiques en télévision : l'information, la culture, l'éducation permanente, la fiction, le divertissement, le sport et les programmes à destination des enfants (4-12 ans). L'indicateur de référence est la couverture (aussi appelée reach). Elle définit le nombre d'individus différents qui, en télévision, ont regardé un programme pendant au moins 15 minutes. Si la durée du programme est inférieure à ce seuil, les téléspectateurs qui l'ont regardé ne sont pas comptabilisés.

Ramener le seuil de vision à 3 minutes pour les genres Culture et Enfants permet de prendre en compte les programmes courts (entre 3 et 15 minutes) et donc de donner une image plus en phase avec la réalité de la programmation.

SUR CETTE BASE, TOUS LES OBJECTIFS ONT ÉTÉ ATTEINTS POUR L'ANNÉE 2016.

AUDIENCES DE LA TRANCHE INFO DES RADIOS GÉNÉRALISTES

Source : CIM Radio, Sud, 12+, Lu-Dim, 2015 et 2016 (33/33/33), 6h-9h, Weekly Reach (%).



Le média Radio est mesuré quantitativement par vague (trois fois par an) et fournit un calcul hebdomadaire sur base de tranches horaires. Selon le contrat de gestion, « Au moins 20 % de la population âgée de minimum 12 ans doit écouter les programmes d'information du matin des radios généralistes de la RTBF hebdomadairement ».

Pour l'année 2016, les émissions diffusées entre 6h et 9h sur les deux radios généralistes de la RTBF, La Première et VivaCité, rassemblaient hebdomadairement 24,2% de la population 12+ contre 23,4% en 2015.

LE CUMUL DES CINQ RADIOS DE LA RTBF RASSEMBLE SUR CETTE MÊME TRANCHE HORAIRE 33,4% DE LA POPULATION POUR L'ANNÉE 2016 CONTRE 32,6% EN 2015.

CHAPITRE 11

RESSOURCES HUMAINES

MEDIASAMBRE : (VERS LE NOUVEAU PÔLE MÉDIA DE CHARLEROI)

PROGRAMME NOUVEAUX ENVIRONNEMENTS DE TRAVAIL

Après la réalisation des fondations et des sous-sols en 2015, le bâtiment MEDIASAMBRE est sorti de terre en 2016, pour s'achever au premier trimestre 2017. Il faudra encore compter six mois supplémentaires pour l'installation des équipements technologiques de production et la mise en service, en septembre 2017, de ce qui constituera alors un pôle audiovisuel ambitieux, basé sur le rapprochement de la RTBF et de TéléSambre.

La nouvelle construction est réalisée en extension du bâtiment que la RTBF occupe actuellement au boulevard TIROU. Cette nouvelle aile qui présente une surface totale de 2.400m², est implantée sur la place de la Digue fraîchement rénovée. Elle constituera la future adresse du site de production de Charleroi dont l'architecture raffinée et sobre contribuera ainsi pleinement à la revitalisation urbaine engagée par la ville.

Le regroupement de la RTBF et de TéléSambre sur un même site, permettra de développer, comme souhaité par la Fédération Wallonie-Bruxelles, des synergies en termes d'infrastructures immobilières, d'opérations et de collaborations techniques. Les deux partenaires se partageront notamment un studio Média pour y produire le décrochage de Vivacité de la RTBF et le journal télévisé de TéléSambre. Chaque rédaction conservera évidemment son indépendance éditoriale.

La nouveau bâtiment audiovisuel « basse énergie », se veut exemplaire en terme environnemental. Un soin particulier est ainsi apporté à la maîtrise des consommations énergétiques, à la durabilité de leur approvisionnement, à la récupération d'eau de pluie, à la qualité des matériaux de construction et à la diminution des déchets de chantier.

Dans la foulée de ce projet de construction, la RTBF a également engagé un programme de rénovation du bâtiment Tirou existant. Les travaux seront réalisés en 2017 et 2018.

A terme, MEDIASAMBRE constituera ainsi le pôle média de la Ville de Charleroi comme Média Rives l'est à Liège ou la 'Cité Reyers' le sera à Bruxelles. Un projet d'envergure donc, qui mettra à disposition des équipes de Charleroi des outils de production performants dans un nouvel environnement de travail inspirant.



EMPLOYEUR LE PLUS ATTRACTIF

2016 aura été l'année du démarrage concret et visible du grand chantier de transformation des environnements de travail.

Chaque année depuis 17 ans, Randstad, prestataire de services en ressources humaines, mène une enquête auprès des Belges pour connaître les entreprises de Belgique pour lesquelles ils souhaiteraient travailler.

L'étude se fonde exclusivement sur l'opinion publique, de sorte que toute personne de 18 à 65 ans, qu'elle soit active ou non, peut être interrogée. Elle porte exclusivement sur les entreprises de plus de 1.000 collaborateurs, qu'elles soient privées ou publiques.

Le 23 février, Randstad a rendu public, lors d'une cérémonie, le TOP20 des entreprises les plus attractives de Belgique sur la base de la moyenne des résultats obtenus lors des cinq derniers sondages. Du côté francophone, **la RTBF se hisse à la première marche du podium !**



FRANCIS GOFFIN

Direction Générale de la Radio et des partenariats

EMMANUEL ROBBEN

Direction des Facilités

FABRICE MASSIN

Direction RTBF Interactive

JEAN-PIERRE JACQMIN

Direction de l'Information et des Sports

FRANÇOIS TRON

Direction Générale de la Télévision



CHRISTINE THIRAN

Direction Générale des Ressources Humaines

CHRIS VANDERVINNE

Direction Financière

JEAN-PAUL PHILIPPOT

Administrateur général

Cécile GONFROID

Direction Générale des Technologies et Exploitations

La RTBF Academy est un outil de développement pour tous les membres du personnel de l'Entreprise. Elle a pour objectif de renforcer les compétences techniques, éditoriales et managériales. Elle développe des initiatives pour accompagner le changement, et des actions de soutien à la transversalité, à la polyvalence, à la mobilité et au bien-être au travail. L'équipe de la Communication interne a rejoint celle de la RTBF Academy pour renforcer les synergies entre le développement des compétences et la communication vers l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise.



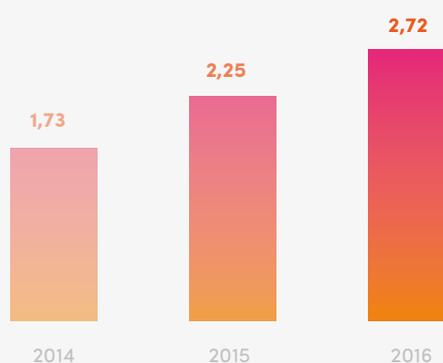
La RTBF Academy a organisé en 2016, 128 programmes de formations, qui ont rassemblé 3309 participations uniques. L'évaluation des participants reflète un taux de satisfaction de 87 % pour la moyenne de l'année.

Un nouveau champ d'action de la RTBF Academy a été largement développé en 2016 : le soutien « sur mesure » à des équipes de l'Entreprise, pour améliorer leur fonctionnement et pour appuyer leur mission de production de contenus, en travaillant leur projet éditorial : le Jardin extraordinaire, les Ambassadeurs, l'interactivité de Matin Première, Quel temps et les rédactions de la RTBF ont bénéficié de ce type d'accompagnement.

Ces initiatives permettent de soutenir le travail sur la qualité des émissions, sur le « made in RTBF » et sur la créativité éditoriale (entre autres par le projet « Allumons les idées »).

Au niveau du renforcement des compétences managériales, les initiatives ont notamment porté sur la mise en place de nouvelles formations liées à la politique de bien-être au travail et à la certification de 12 collaborateurs de la RTBF à la méthodologie Prosci, certification internationalement reconnue en conduite du changement. Des formations à la gestion de projets transversaux sont également initiées afin de construire une véritable culture de gestion de projets au sein de l'Entreprise.

JOUR DE FORMATIONS/PERSONNES



Année	Budget (millions d'euros)
2013	1,42
2014	1,67
2015	2,12
2016	2,22
2017	2,32

PRIORITÉS

- Renforcement des compétences numériques: formation de 1000 personnes en 2017 (budget 224.000 EUR)
- Renforcement des compétences managériales

128
programmes de formation

87%
de taux de satisfaction



ACTIONS BIEN-ÊTRE

En mai 2016, la direction générale des ressources humaines a lancé un plan d'actions impliquant toutes les directions et tous les acteurs de l'entreprise pour travailler sur la question du BIEN-ÊTRE au travail.

BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL DANS LES DIRECTIONS

Pour insuffler une dynamique de bien-être dans toute l'entreprise, un coordinateur bien-être a été désigné dans chaque direction. Aidés dans cette tâche par une équipe de collaborateurs de leur direction, les neuf coordinateurs travaillent activement sur des thèmes spécifiques à leur direction et sont chargés d'apporter des solutions concrètes d'amélioration du bien-être.



ACCOMPAGNEMENT ET SOUTIEN DE LA RTBF AUX PERSONNES EN ÉPUISEMENT PROFESSIONNEL

Dans le cadre d'une politique globale de bien-être au travail, la RTBF s'engage à mieux prévenir et accompagner l'épuisement professionnel. La volonté de l'entreprise est d'apporter aux membres du personnel qui ressentent des signes d'épuisement au travail une aide personnalisée via un accompagnement pluridisciplinaire (médecin du travail, conseiller en prévention des aspects psychosociaux et coaching en petit groupe).

LES ORGANES DE CONCERTATION SOCIALE



1. LA COMMISSION PARITAIRE

La RTBF est une entreprise publique qui compte une Commission paritaire (COPAR) interne composée paritairement de représentants syndicaux et de représentants de la direction et chargée de rendre des avis sur toutes les matières relatives aux personnes.

Depuis 2016, la gestion des matières relatives au bien-être ayant un intérêt pour l'ensemble ou une majorité des travailleurs de la RTBF est centralisée au niveau de la COPAR. L'objectif est d'homogénéiser les actions et les décisions et de renforcer la communication avec le management.

2. LES COMITÉS LOCAUX DE PRÉVENTION ET DE PROTECTION AU TRAVAIL

La RTBF est également dotée de cinq comités locaux de prévention et de protection au travail (CLPPT), qui ont pour mission de rencontrer, dans les sites de production décentralisés, le besoin local de dialogue social et de proposer des actions destinées à favoriser le bien-être des travailleurs qui sont spécifiques à leur site.

ÉVOLUTION DES MÉTHODES DE TRAVAIL

2016 a été l'année du lancement effectif du chantier stratégique EMT (Évolution des Méthodes de Travail).

L'évolution des méthodes de travail doit permettre à la RTBF, grâce à un meilleur équilibre des ressources et des compétences, de continuer à assurer durablement sa mission de média de service public.

Le principal défi des organisations et des métiers des programmes est de passer de la diffusion linéaire de programmes à la publication de contenus cross-média sur une grande variété de plateformes de distribution.

En s'appuyant sur la technologie numérique comme sur les compétences internes, il devient nécessaire d'augmenter, sur toutes les plateformes, la distribution et la rapidité de diffusion des contenus produits par la RTBF, et ce en rendant chacun plus agile dans son métier.

Comment produire plus avec le même nombre de collaborateurs et comment favoriser la production transversale de contenus ?

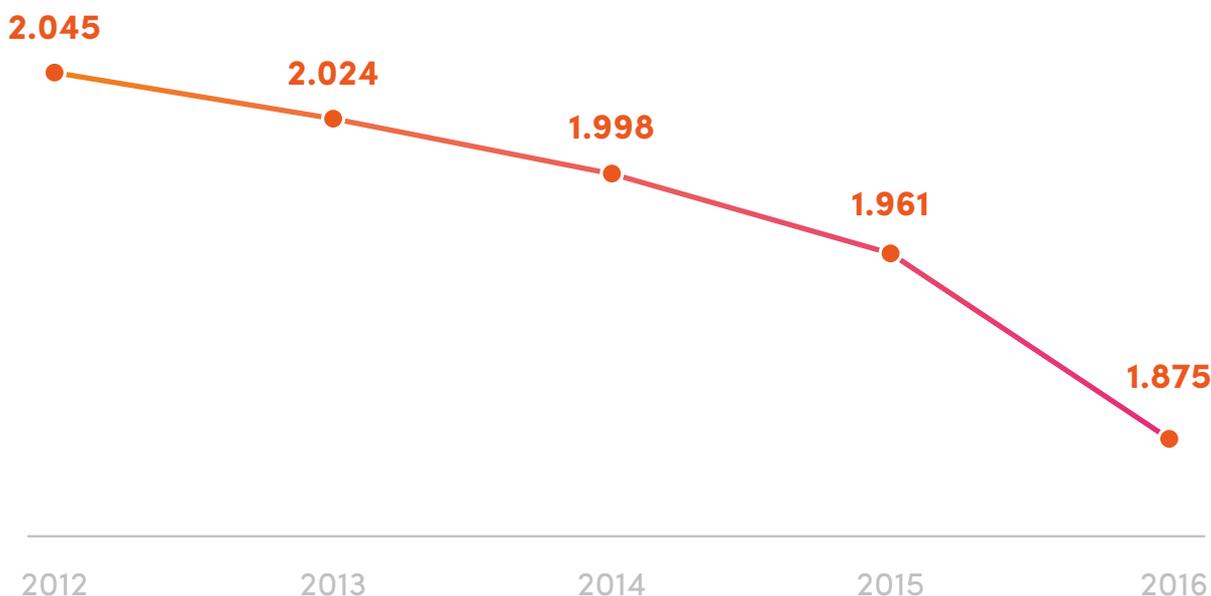
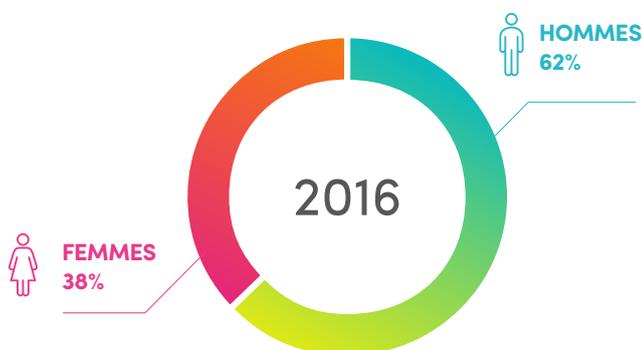
Ces questions, qui touchent à l'indispensable évolution des métiers et des méthodes de travail, sont traitées au sein de groupes de travail composés de collaborateurs du terrain choisis par leurs pairs pour contribuer, forts de leurs connaissances et de leurs expériences, à cette réflexion cruciale pour l'avenir de la RTBF.

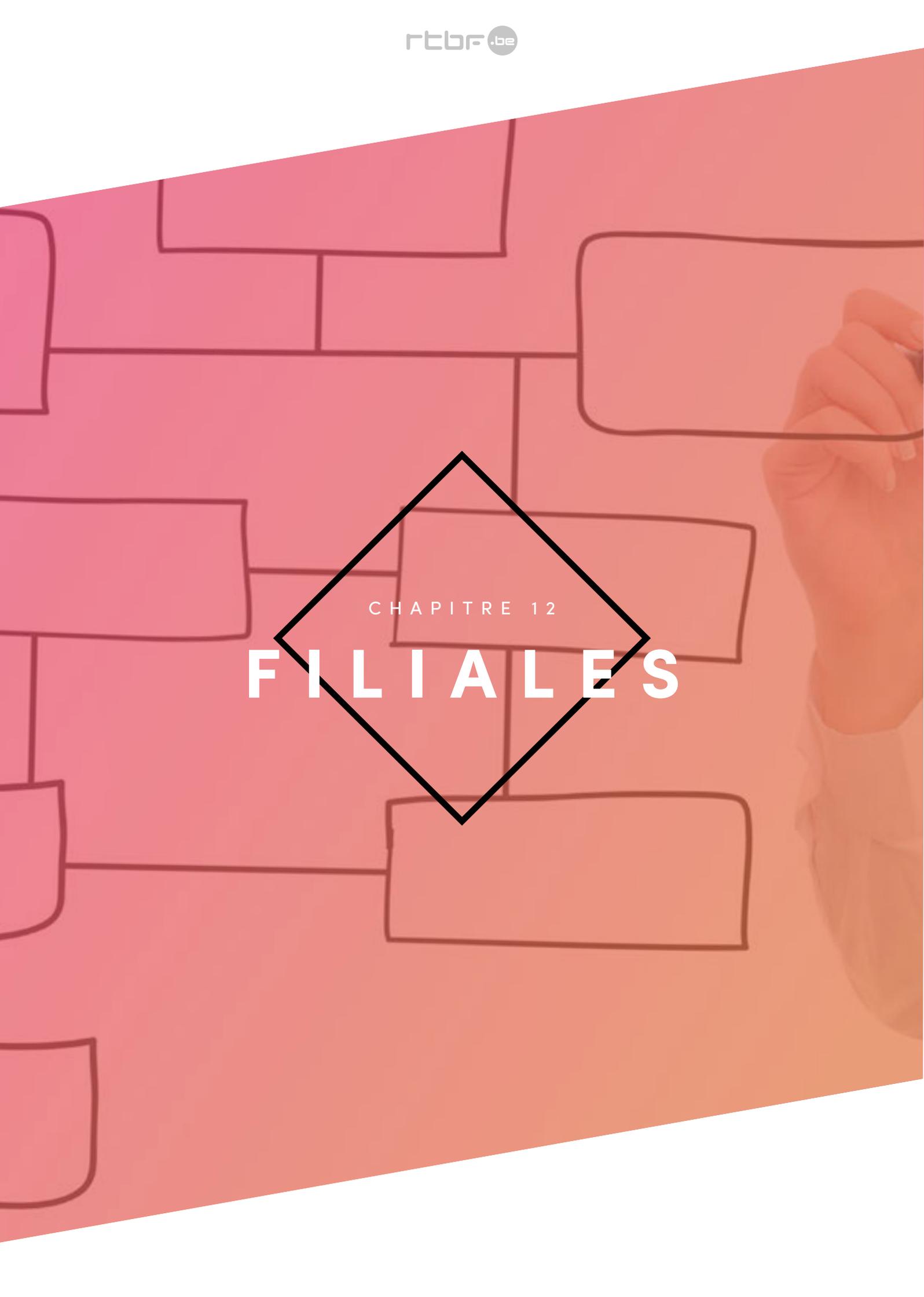
Cette nouvelle culture participative permet au personnel d'accompagner la métamorphose et la convergence de la RTBF et de déterminer ainsi une part importante de son avenir.

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS

ÉVOLUTION DES EFFECTIFS SUR 5 ANNÉES

Note : Les chiffres concernent les effectifs payés. Effectif inscrit duquel l'entreprise décompte les membres du personnel qui ne reçoivent plus de rémunération.

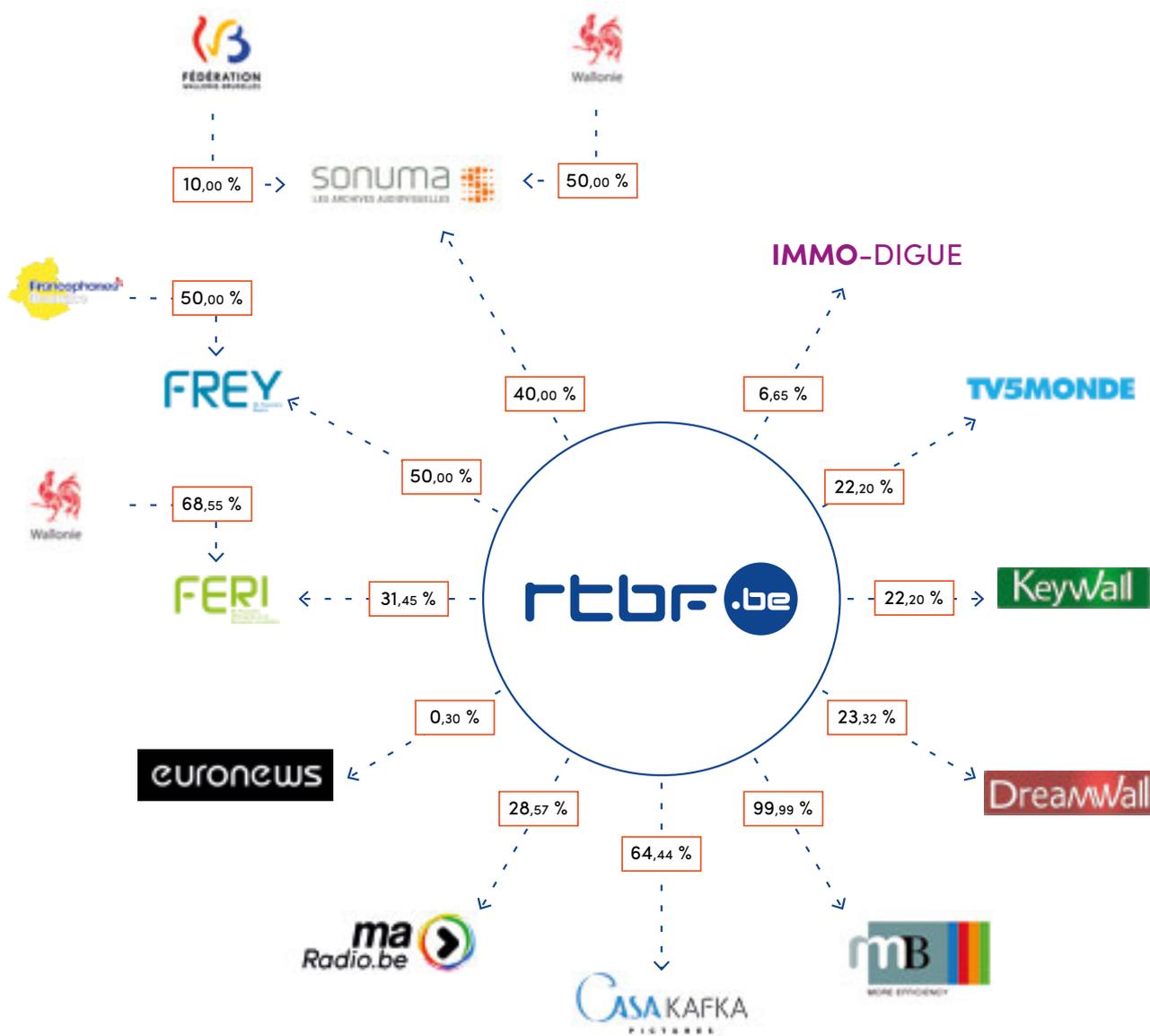




CHAPITRE 12

FILIALES

LES FILIALES DE LA RTBF



KEYWALL

KeyWall offre une chaîne complète de production : de la création de décors aux habillages d'émissions en passant par les effets spéciaux, l'animation 2D/3D, la post-production, les tournages ou encore la production de tout contenu, pour la tv, le cinéma ou le web.

KeyWall propose également une offre de contenus météorologiques généralistes ou spécifiques (infos et bulletins météo) ainsi que du contenu d'infos trafic dans des décors virtuels avec ou sans réalité augmentée. C'est

d'ailleurs en ses studios que les 10 bulletins météo de la RTBF sont tournés quotidiennement.

En 2016, Keywall a continué à produire les bulletins météo et l'émission « Quels temps ! », l'émission d'info-traffic et les décors virtuels de plusieurs programmes RTBF.



DREAMWALL



Active dans les domaines de l'infographie, du graphisme et de l'animation audiovisuelle, La société Dreamwall (SA), née d'un partenariat avec Dupuis, met en couleurs, crée des images animées en 2D et en 3D, des effets spéciaux et autres images de synthèse pour de nombreuses productions belges et internationales. Ses activités relèvent d'un professionnalisme et d'une spécialisation uniques en la matière.

Elle offre ainsi de nombreux services aux médias audiovisuels et permet de renforcer les coproductions de la RTBF.

L'année 2016 a été marquée par d'importantes productions. En effet, les travaux sur les productions «Yakari» et « Miru Miru» ont été terminés, alors que le long métrage « Zombillennium» et « Petit Poilu » ont été lancés. L'animation représente 84% du chiffre d'affaires de Dreamwall. La société continue de développer ses activités TV Solutions, dont la refonte totale de l'habillage d'antenne de Vox Africa ainsi que la création du générique des élections marocaines et les différents éléments d'habillage graphique, et le Multimédia avec l'activité Design, la maintenance de sites web et le Cross Media.

RMB

RMB commercialise l'espace publicitaire des médias télévision et radio et des nouveaux médias issus de la numérisation.

Deuxième régie publicitaire au sud du pays, RMB a réalisé en 2016 un chiffre d'affaire de 107 millions d'euros et occupe une centaine de personnes à Bruxelles, Liège, Charleroi et Namur.



CASA KAFKA PICTURES

Dans le but de renforcer la production, la créativité et l'ambition audiovisuelles belges, la RTBF a créé Casa Kafka Pictures (SA) en 2005. Celle-ci initie des passerelles entre les producteurs et les investisseurs et joue donc un rôle actif dans les différentes étapes du Tax Shelter, mesure d'incitation fiscale à l'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles belges. Elle garantit aux investisseurs qui souhaitent apporter leur soutien aux œuvres audiovisuelles belges un rôle de conseil et de suivi approfondi, de l'investissement à l'obtention de l'exonération fiscale.

Casa Kafka Pictures travaille en étroite collaboration avec la production audiovisuelle indépendante. Son catalogue d'œuvres est diversifié, en constante évolution, et donne accès à tous types de productions, de budgets, de sujets et de publics.

En 2016, sur le plan financier, Casa Kafka Pictures a levé un montant total de 18.233.419 € réparti sur 61 œuvres dont 35 sont des majoritaires belges (« Faut Pas Lui Dire », « Troisièmes Noces », « Seule à mon Mariage », « La Trêve 2 », « Unité 42 »). Dans un marché audiovisuel contracté, Casa Kafka Pictures a conclu 13 nouvelles collaborations avec des producteurs audiovisuels.

Sur le plan artistique, l'année a été marquée par les récompenses reçues par « I, Daniel Blake » de Ken Loach

(Palme d'Or du Festival de Cannes) et de « Elle » de Paul Verhoeven (César du Meilleur film, Golden Globe du Meilleur Film étranger) ainsi que le succès des séries télévisées « La Trêve » et « Ennemi Public » diffusées sur la RTBF et vendues à l'international.

Fin de l'année, la loi étendant le mécanisme du Tax Shelter aux œuvres scéniques a été votée, augurant les perspectives de nouvelles collaborations en 2017.



SONUMA

Constituée en société anonyme en janvier 2009, la SONUMA prend en charge la préservation, la numérisation et la commercialisation du fonds d'archives télévisuelles et radiophoniques de la RTBF dont elle est devenue propriétaire.

Elle entend appliquer un modèle d'archivage qui respecte les normes internationales en vigueur, sur la base d'échange d'expériences déjà menées dans les pays voisins, notamment avec l'INA en France. Installée à Liège, la Sonuma cherche en outre à collaborer avec les entreprises de la Région wallonne et de la Communauté française qui ont développé un réel savoir-faire dans ce secteur.

Le site public www.sonuma.be compte à ce jour plus de 5000 séquences représentatives de l'ensemble des collections TV et radio de la RTBF numérisées par la SONUMA. De nombreuses demandes de recherches sont déclenchées suite à des consultations de ce site.

Durant l'année 2016, la SONUMA a continué à jouer son rôle de fournisseur d'images d'archives aux différents acteurs culturels, institutions et organisateurs d'événements en Fédération Wallonie-Bruxelles tels que : Le Musée de la vie Wallonne, Le Bois du Cazier, BOZAR, CINEMATEK, Les Grignoux, La Vénérie, La Ville de Bruxelles, La Ville de Liège, Le Festival du Film Nature, Le Musée des Transports en commun de la Ville de Liège...

Au 31 décembre 2016, **156.633 heures de programmes radio et TV numérisés** dont 16.309 heures des télévisions locales.

CHAPITRE 13

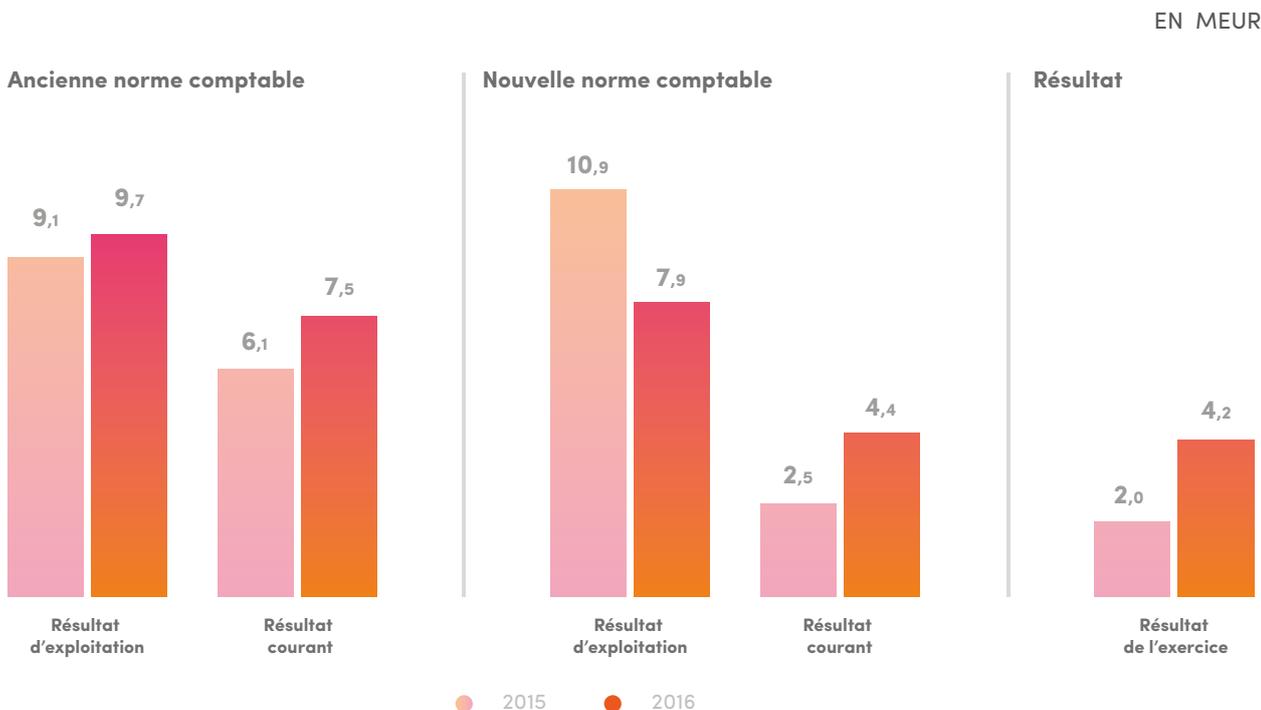
PERFORMANCES FINANCIÈRES

1.1 RÉSULTATS*

En 2016, le résultat d'exploitation est positif pour la dixième année consécutive et s'établit à 7,9 millions d'euros.

Le résultat courant s'établit à 4,4 millions d'euros contre 2,5 millions d'euros en 2015.

Le résultat de l'exercice s'établit à 4,2 millions d'euros, en amélioration de 2,2 millions d'euros par rapport à 2015.



Selon l'ancienne norme, le résultat d'exploitation est de 9,7 millions d'euros en 2016, contre 9,1 millions d'euros en 2015, soit une augmentation de 0,6 million d'euros. Le résultat courant s'élève à 7,5 millions d'euros en 2016, contre 6,1 millions d'euros en 2015, soit une augmentation de 1,4 million d'euros.

D'application sur les exercices débutants après le 31 décembre 2015, la nouvelle norme comptable (*) implique une modification de la présentation des résultats exceptionnels en regroupant ceux-ci dans une sous-rubrique soit des résultats d'exploitation, soit des résultats financiers et en les dénommant « résultats non-récurrents ».

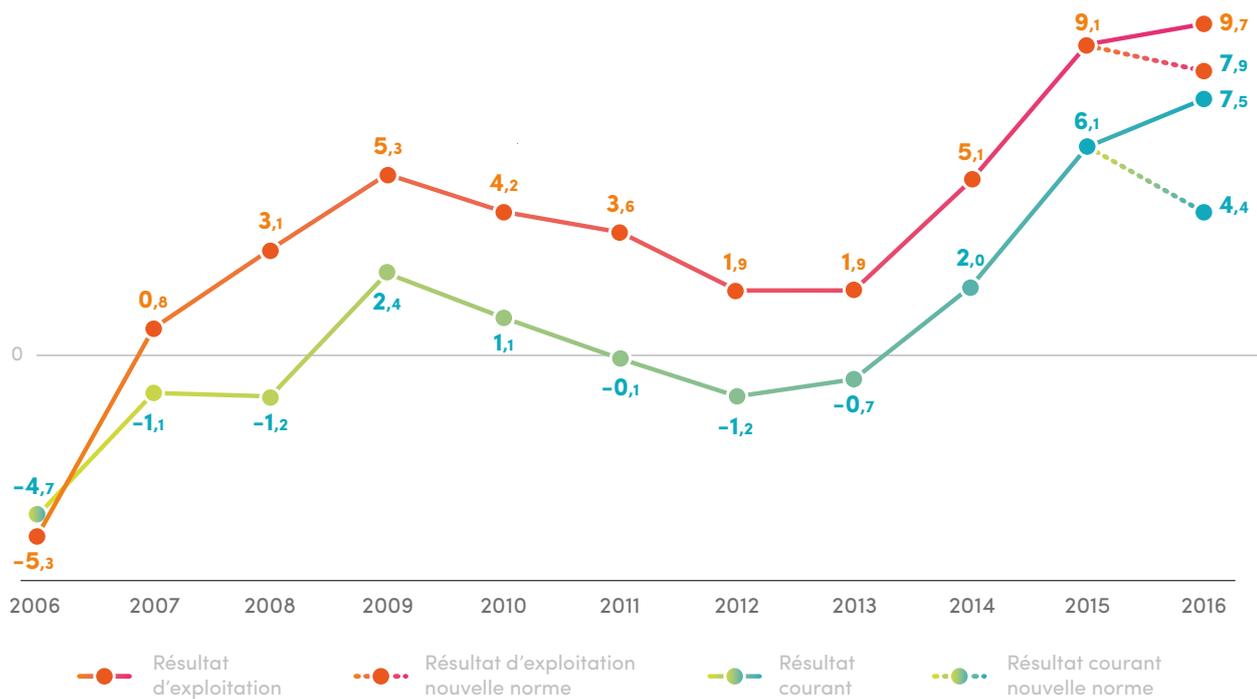
En 2016, le passage vers la nouvelle norme implique une diminution du résultat d'exploitation de 9,7 millions d'euros à 7,9 millions d'euros suite à la remontée de charges exceptionnelles pour un montant de 1,8 million d'euros en « charges d'exploitation non-récurrentes ». L'augmentation du résultat d'exploitation de 2015 de 9,1 millions d'euros à 10,9 millions d'euros selon la nouvelle norme s'explique par la prise en compte de 3,4 millions d'euros de « produits d'exploitation non-récurrents » et de 1,6 million d'euros de « charges d'exploitation non-récurrentes ».

En ce qui concerne le résultat courant de 2016, celui-ci passe de 7,5 millions d'euros d'après l'ancienne norme, à 4,4 millions d'euros suite à la prise en compte de 1,8 million d'euros en « charges d'exploitation non-récurrentes », de 1,9 million d'euros de « charges financières non-récurrentes » et de « produits financiers non-récurrents » pour 0,6 million d'euros. En 2015, le résultat courant diminue de 6,1 millions d'euros à 2,5 millions d'euros étant impacté par 3,4 millions d'euros de « produits d'exploitation non-récurrents », 1,6 million d'euros de « charges d'exploitation non-récurrentes », 6 millions d'euros de « charges financières non-récurrentes » et 0,7 million d'euros de « produits financiers non-récurrents ».

Selon la nouvelle norme comptable, le résultat d'exploitation de 2016 est de 7,9 millions d'euros, contre 10,9 millions d'euros en 2015, soit une diminution de 3 millions d'euros. Le résultat courant de 2016 s'élève à 4,4 millions d'euros, contre 2,5 millions d'euros en 2015, soit une augmentation de 1,9 million d'euros.

ÉVOLUTION FINANCIÈRE 2006-2016

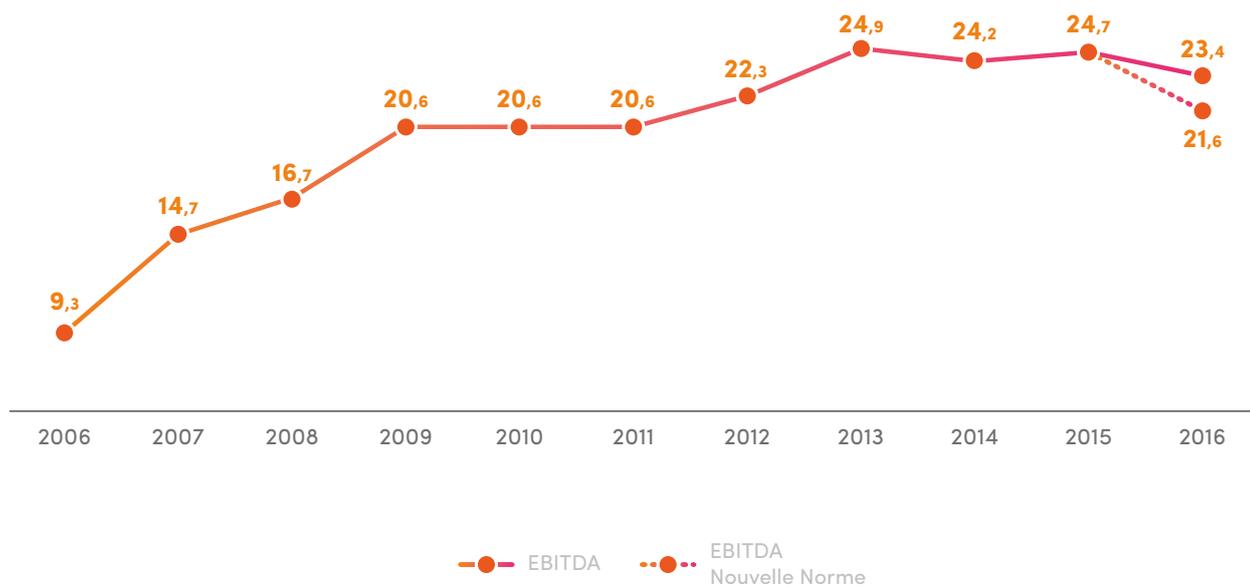
EN MEUR



ÉVOLUTION DE L'EBITDA

L'EBITDA (résultat opérationnel avant amortissements) s'établit à 21,6 millions d'euros (ou 23,4 millions d'euros selon l'ancienne norme).

EN MEUR



L'EBITDA (RÉSULTAT OPÉRATIONNEL AVANT AMORTISSEMENTS) S'ÉTABLIT À 21,6 MILLIONS D'EUROS (OU 23,4 MILLIONS D'EUROS SELON L'ANCIENNE NORME).

En 2016, les recettes d'exploitation de la RTBF, hors recettes d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à **348,3 millions d'euros**, soit une hausse de 3,1% par rapport à 2015.

La dotation ordinaire se monte à **232,6 millions d'euros**, en progrès de **8,3 millions d'euros** par rapport à 2015.

La subvention complémentaire, relative aux charges de pension, s'élève à **7,4 millions d'euros**, soit une baisse de **0,2 million d'euros** par rapport à 2015. La dotation TV5 s'établit à **9,1 millions d'euros**.

Les recettes publicitaires de la RTBF atteignent **74,2 millions d'euros**, en progrès de 4,2 % par rapport à 2015.

Les autres recettes atteignent **24,9 millions d'euros**, en baisse de 0,5 %. La part des recettes liée aux câblo-opérateurs se chiffre à **10,6 millions d'euros**.

En 2016, les charges d'exploitation s'établissent à **338,6 millions d'euros**, en augmentation de 3,0%.

Les coûts salariaux s'élèvent à **165,2 millions d'euros**, en diminution de 4% par rapport à 2015.

Les charges d'achats et de services augmentent de 11% et atteignent **147,5 millions d'euros**.

Les amortissements s'élèvent à **13,7 millions d'euros**.

Les provisions et les réductions de valeur atteignent **11,8 millions d'euros**.

Les charges d'exploitation non-récurrentes s'élèvent à **1,8 million d'euros**.

Par conséquent, le résultat d'exploitation 2016 s'établit à **7,9 millions d'euros**.

Le résultat financier s'élève à **- 3,5 millions d'euros**, incluant **-1,2 million d'euros** de résultat financier non-récurrent.

Le résultat courant s'établit à **4,4 millions d'euros**.

Le résultat de l'exercice s'établit à **4,2 millions d'euros**.

Le résultat après intervention des filiales s'élève à **6,1 millions d'euros**, soit une hausse de 2,2 millions d'euros par rapport à 2015.

1.2 STRUCTURE FINANCIÈRE

La position nette de trésorerie s'élève à **32,9 millions d'euros** au 31 décembre 2016, soit une augmentation de **9,7 millions d'euros** par rapport l'année précédente.

En 2016, les activités opérationnelles génèrent **32,8 millions d'euros**, influencées principalement par un résultat final de **6,1 millions d'euros**, des amortissements de **13,7 millions d'euros** et une variation de **12,0 millions d'euros** de provisions.

Le niveau d'investissement 2016 atteint **11,3 millions d'euros** dont **2,9 millions d'euros** pour l'achat de matériel informatique, de logiciels et d'équipements de réseau informatique, **5,1 millions d'euros** pour des investissements immobiliers dont **0,7 million d'euros** pour la construction des nouveaux bâtiments Immo-Digue à Charleroi et **1,5 million d'euros** pour la construction des nouveaux bâtiments Reyers à Bruxelles, **2,6 millions d'euros** pour l'achat de matériel de production et pour le renouvellement des studios et, enfin, **0,6 million d'euros** d'investissement pour les pylônes et les émetteurs.

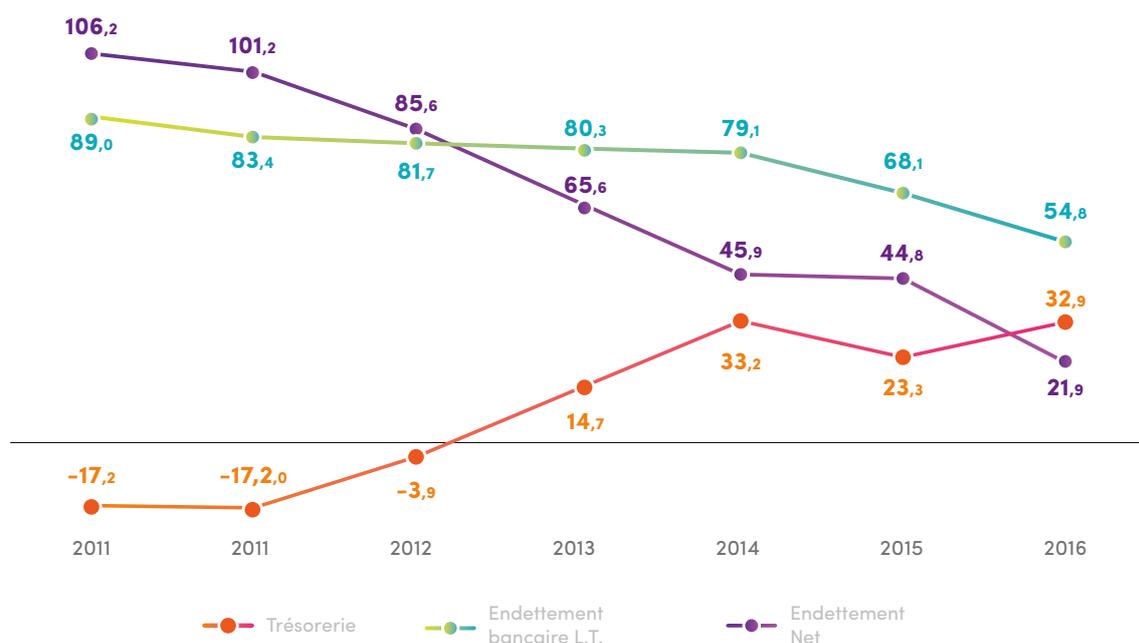
Par ailleurs, la RTBF a refacturé **1,6 million d'euros** à Immo-Digue pour la construction du nouveau bâtiment à Charleroi pour lequel la RTBF agit en tant que maître d'ouvrage. La RTBF a également versé **1,3 million d'euros** de capital à sa filiale FREY.

Le financement des investissements a été entièrement assuré par les activités opérationnelles. La RTBF n'a pas eu recours à de nouveaux emprunts à long terme en 2016. Des anciennes dettes sont remboursées à hauteur de **13,3 millions d'euros**. Par conséquent, l'endettement financier à long terme atteint **54,8 millions d'euros** et l'endettement net **21,9 millions d'euros**.

Au 31 décembre 2016, les capitaux propres atteignent **-4,5 millions d'euros** pour un total bilan de **276,9 millions d'euros**.

ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT BANCAIRE LONG TERME, DE LA TRÉSORERIE ET DE L'ENDETTEMENT NET

Le graphique ci-dessous résume l'évolution de l'endettement bancaire Long Terme, de la trésorerie et de l'endettement net depuis 2011 (en millions d'euros).



CHAPITRE 14

FOCUS SUR LES RÉSULTATS FINANCIERS

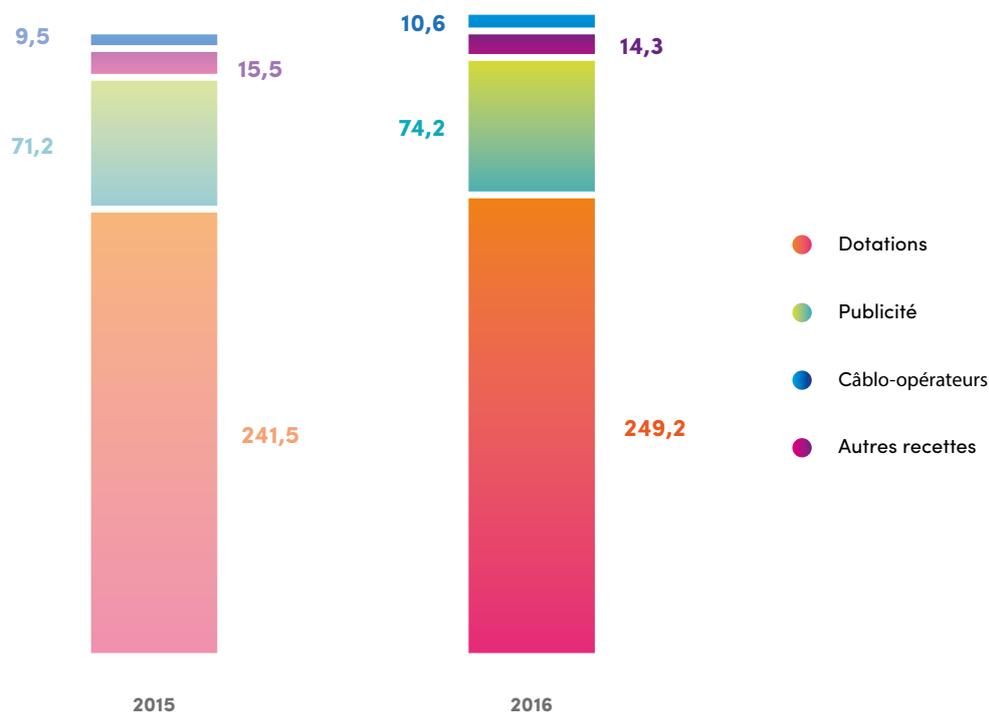
Les montants repris pour les produits d'exploitation et les services et biens divers n'incluent pas les échanges qui s'élèvent à 20,3 millions d'euros en 2016 et 19,5 millions d'euros en 2015. Les échanges sont inclus dans les rubriques des comptes annuels.

L'utilisation de la provision concernant les mesures en faveur des départs volontaires en retraite anticipée (0,9 million d'euros en 2016 et 0,8 million d'euros en 2015), reprise dans les comptes annuels sous la classe 63, a été transférée de manière analytique sous la classe 62.

2.1. RECETTES

2.1.1 RECETTES GLOBALES

En millions d'euros	Comptes 2016		Comptes 2015		Écart 16-15	Écart %
DOTATIONS	249,2	72%	241,5	72%	7,7	3%
PUBLICITÉ	74,2	21%	71,2	21%	3,0	4%
CÂBLO-OPÉRATEURS	10,6	3%	9,5	3%	1,1	11%
AUTRES RECETTES	14,3	4%	15,5	5%	-1,2	-8%
TOTAL	348,3	100%	337,7	100%	10,6	3%

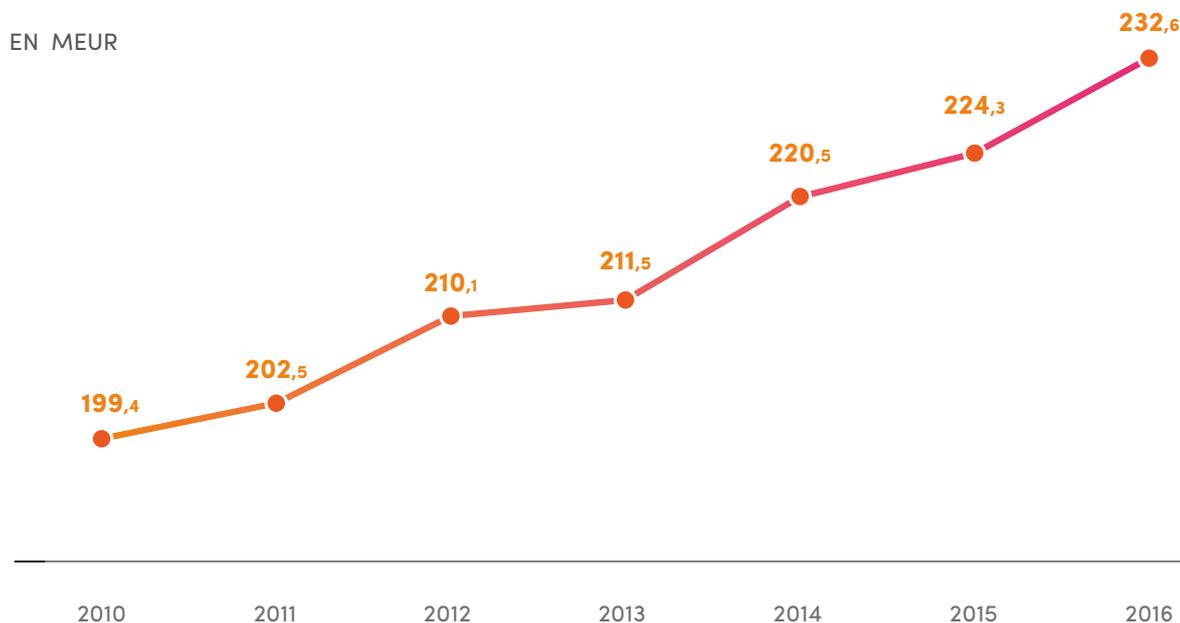


2.1.2 DOTATIONS

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
DOTATION ORDINAIRE & SUBVENTION RESPONSABILISATION SEC	232,6	224,3	8,3	4%
SUBVENTION PENSION	7,4	7,6	-0,2	-3%
DOTATION TV5	9,1	9,5	-0,3	-4%
SUBVENTION CAPTATION D'ÉVÉNEMENTS SPORTIFS EN WALLONIE	0,2	0,2	0,0	0%
TOTAL	249,2	241,5	7,8	3%

ÉVOLUTION DE LA DOTATION ORDINAIRE

Le graphique ci-dessous résume l'évolution de la dotation ordinaire depuis l'année 2010 (en millions d'euros).



La dotation ordinaire 2016 s'élève à **232,6 millions d'euros**, soit un montant de 8,3 millions d'euros supérieur à 2015 et ce, suite à une indexation de 1,7% et une majoration de 2%.

L'entreprise a bénéficié de la dotation complémentaire de responsabilisation qui s'élève à **8,1 millions d'euros** en 2016 et est stable par rapport à 2015. Cette compensation était conditionnée à des mesures complémentaires exécutées par l'entreprise en termes de « responsabilisation SEC 2010 », visant à garantir le solde de financement de la RTBF (5,1 millions d'euros pour 2016) dans les comptes consolidés de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En 2016, la dotation relative à la subvention complémentaire pension s'établit à **7,4 millions d'euros** en respect du principe défini à l'article 66 de notre contrat de gestion.

La dotation relative à TV5 s'élève à **9,1 millions d'euros** en 2016, soit une diminution de 0,3 million d'euros par rapport à 2015 relative à la baisse de la subvention exceptionnelle destinée à couvrir les coûts de restauration et de sécurisation du dispositif informatique et technique de TV5 Monde suite à la cyber-attaque dont elle a fait l'objet. Cette diminution est compensée par une indexation de la subvention de soutien de 2,5%.

2.1.3 PUBLICITÉ

En millions d'euros	Comptes 2016		Comptes 2015		Écart 15-16	Écart %
TÉLÉVISION	43,5	59%	40,7	57%	3,1	8%
RADIO	28,5	38%	28,4	40%	0,1	0%
INTERNET	2,1	3%	2,0	3%	0,1	5%
TOTAL	74,2	100%	71,2	100%	3,3	5%

La RTBF voit ses recettes publicitaires progresser de 5% et atteindre à 74,2 millions d'euros, principalement dû à la télévision et à internet.

Les recettes publicitaires de la RTBF en télévision augmentent de 8%.

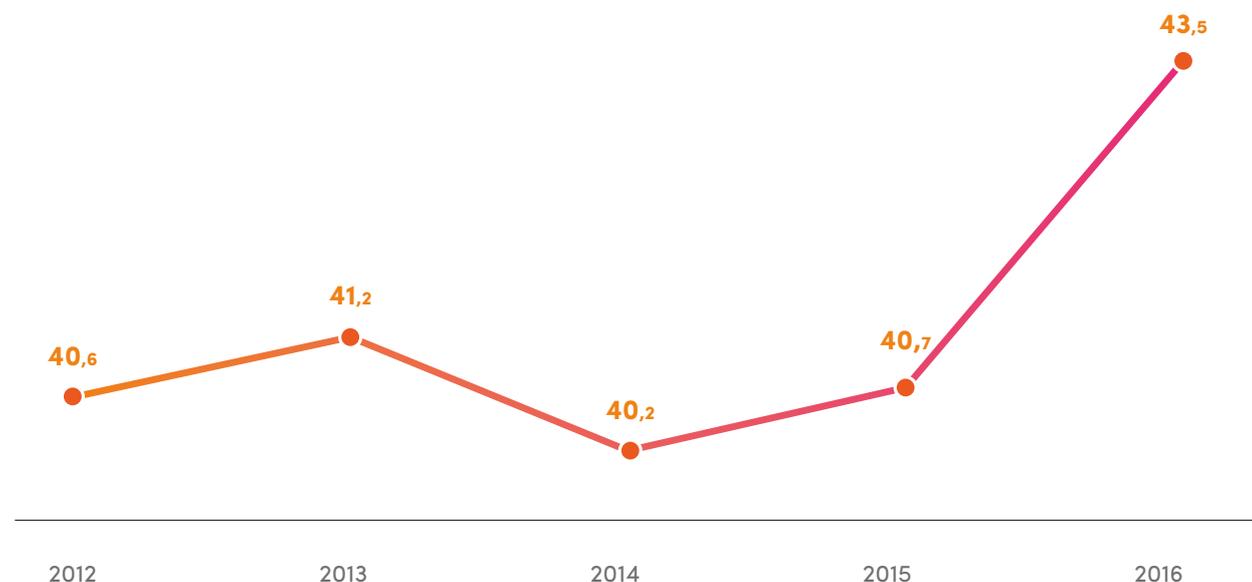
En radio, les recettes sont stables et s'élèvent à 28,5 millions d'euros.

Les recettes internet sont en croissance de 5%. Sur les cinq dernières années, les recettes publicitaires internet ont augmenté de 0,5 million d'euros.

ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES NETTES TÉLÉVISION

Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes en télévision depuis l'année 2012 (en millions d'euros).

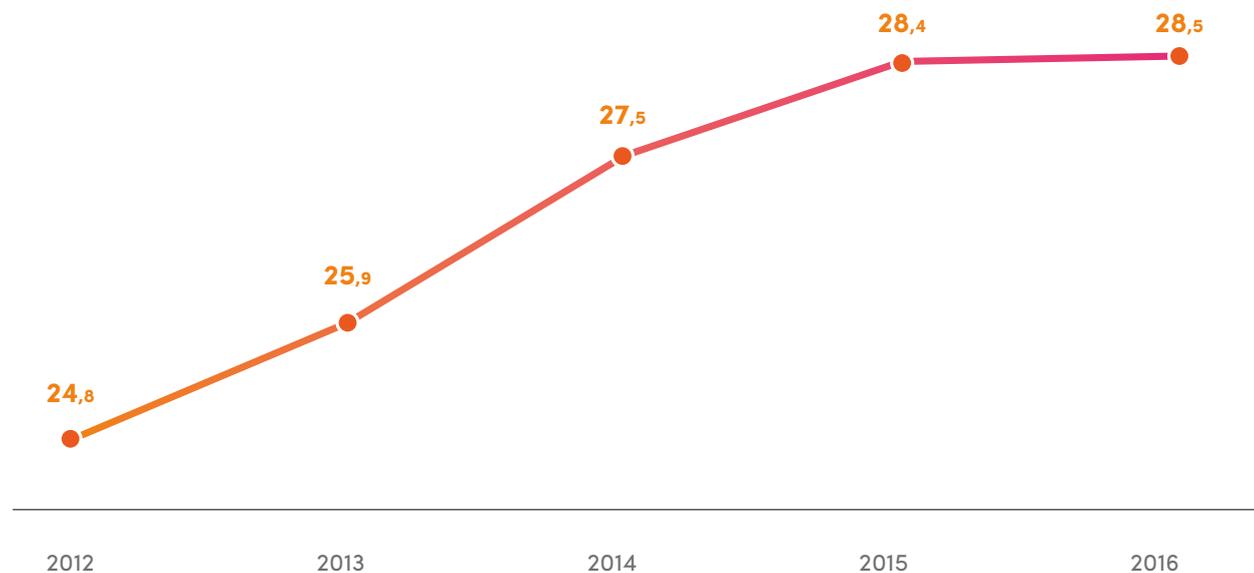
EN MEUR



ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES NETTES RADIO

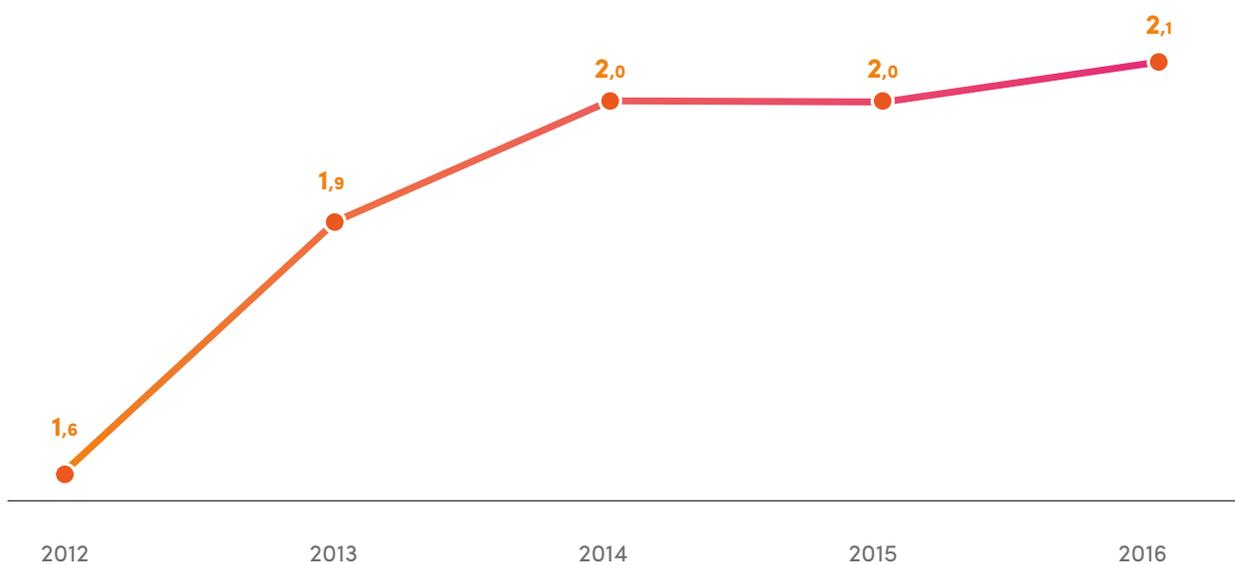
Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes en radio depuis l'année 2012 (en millions d'euros).

EN MEUR



ÉVOLUTION DES RECETTES PUBLICITAIRES NETTES INTERNET

Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes internet depuis l'année 2012 (en millions d'euros).



2.1.4 RECETTES CÂBLO-OPÉRATEURS

(En millions d'euros)	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
TOTAL	10,6	9,5	1,1	12 %

Les recettes des câblo-opérateurs s'élèvent à 10,6 millions d'euros en 2016, soit une augmentation de 11,6% par rapport à 2015.

2.1.5 AUTRES RECETTES

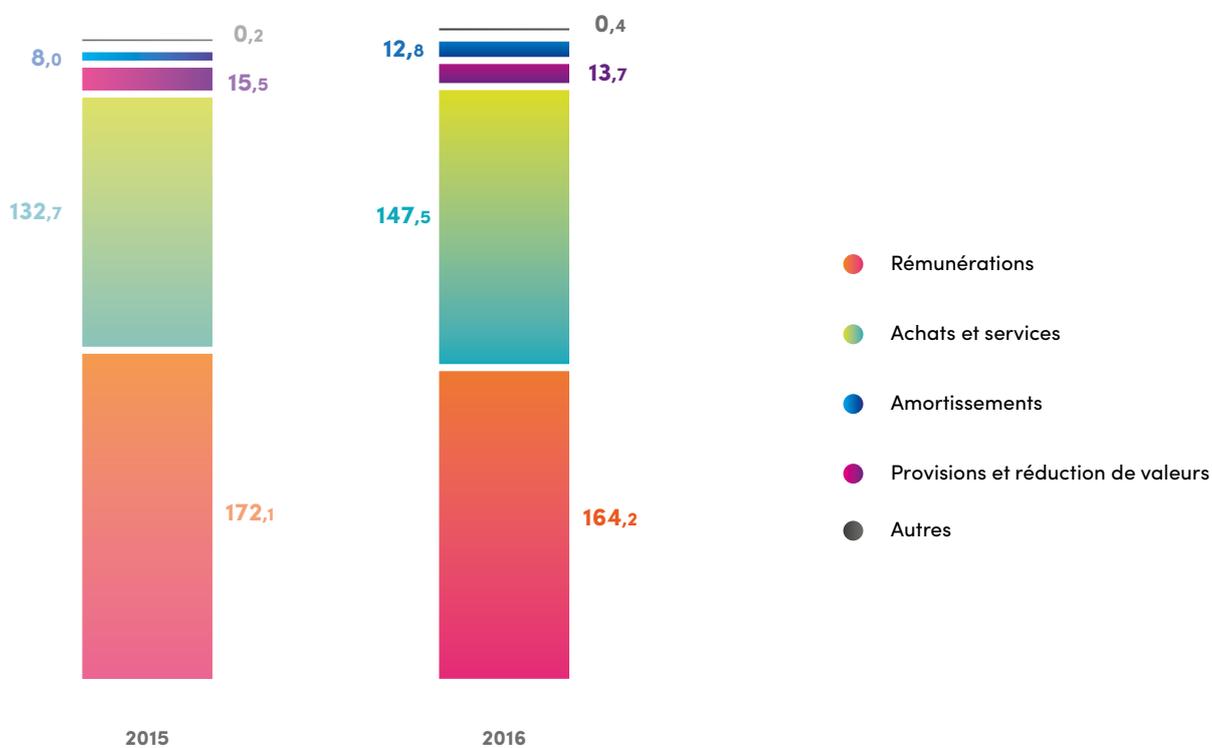
(En millions d'euros)	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
AIDES À LA PRODUCTION	4,3	4,4	-0,1	-3%
PRESTATIONS DE SERVICE	2,2	2,7	-0,5	-19%
RECETTES DIVERSES	5,3	6,0	-0,7	-11%
RECETTES DE LOCATION	1,6	1,8	-0,1	-6%
RÉCUPÉRATION DE FRAIS	0,8	0,7	0,2	24%
TOTAL	14,3	15,5	-1,2	-8%

Les aides à la production s'élèvent à 4,3 millions d'euros en 2016 et sont stables par rapport à 2015. Les recettes diverses s'établissent à 5,3 millions d'euros et sont en baisse de 11 %.

2.2. COÛTS

2.2.1 COÛTS GLOBAUX

(En millions d'euros)	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
ACHATS ET SERVICES	147,5	132,7	15,0	11%
RÉMUNÉRATIONS	164,2	172,1	-7,9	-5%
AMORTISSEMENTS	13,7	15,5	-1,8	-12%
PROVISIONS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR	12,8	8,0	4,8	60%
AUTRES	0,4	0,2	0,2	100%
Total	338,6	328,5	10,30	3%



Les charges d'exploitation augmentent de 3%. L'évolution 2015-2016 porte essentiellement sur:

▶ **Achats, services et biens divers**

Les charges d'achats et de services atteignent 147,5 millions d'euros et sont en augmentation de 11% par rapport à 2015. Les variations principales sont :

- La retransmission d'événements sportifs ayant eu lieu en 2016 induisant une augmentation de 5,4 millions d'euros ;
- La production de programmes représentant une augmentation de 3,1 millions d'euros ;
- L'augmentation des coûts liés à la remise en état de pylônes générant une augmentation de 1,5 million d'euros ;

▶ **Charges de personnel**

Les charges de personnel s'établissent à 164,2 millions d'euros et sont en baisse de de 5%, **soit 7,9 millions d'euros.**

Les rémunérations brutes ont subi en juillet 2016 une indexation avec une **augmentation** des charges de **1 million d'euros**. Celles-ci augmentent également de 2,3 millions d'euros suite aux progressions barémiques.

En 2016, les charges ne sont pas impactées par la première prise en compte de la provision du pécule de vacances ayant eu lieu en 2015. L'impact sur les charges est une **diminution** de celles-ci pour **5,4 millions d'euros** par rapport à l'année précédente.

Les charges de pension relatives au pool des parastataux présentent une **diminution de 0,7 million d'euros**, principalement expliquée par le plan de départs anticipés à la retraite. Le taux de cotisation reste inchangé, soit 39,24%.

Les plans de départs anticipés à la retraite et les diminutions d'effectifs payés contribuent à une **baisse de 5,1 millions d'euros.**

▶ **Amortissements**

La charge d'amortissements annuels s'élève à 13,7 millions d'euros en 2016. Elle diminue de 1,8 million d'euros entre 2015 et 2016 (soit -12 %).

▶ **Provisions et réductions de valeurs**

Les provisions présentent une diminution de **4,8 millions d'euros** entre 2015 et 2016. Les réductions de valeur s'élèvent à **1,4 million d'euros** en 2016.

2.2.2 TÉLÉVISION

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Ecart 16-15	Ecart %
ANTENNES	56,4	57,0	-0,6	-1%
PRODUCTION	39,9	39,6	0,3	1%
INFO-SPORTS	33,8	29,9	3,8	13%
UNITÉS DE PRODUCTION	24,2	21,7	2,5	11%
TOTAL	154,3	148,2	6,1	4%

Les coûts de la télévision augmentent globalement de 6,1 millions d'euros.

Le département Antennes regroupe les achats de droits de diffusion, les apports des coproductions, les frais relatifs à TV5, à la direction de la télévision et est stable par rapport à 2015.

Le département Info-sports télévision présente une augmentation de 3,8 millions d'euros, soit 13% de plus qu'en 2015 et concerne essentiellement la couverture télévisée de l'Euro 2016 et les JO d'été du Brésil.

Les départements des Unités de production présentent une augmentation des coûts de 2,5 millions d'euros.

2.2.3 RADIO

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
CHAINES	19,7	19,4	0,3	2%
INFO-SPORTS	18,9	18,6	0,3	2%
PRODUCTION	3,0	3,1	-0,1	-3%
DG RADIO	11,2	10,5	0,7	7%
TOTAL	52,8	51,7	1,1	2%

Les coûts de la radio augmentent de 1,1 million d'euros par rapport à 2015 et s'élèvent à 52,8 millions d'euros.

Les résultats des 5 chaînes et de l'Info-sports radio présentent une hausse de 0,6 million d'euros, dont 0,3 million d'euros lié à l'indexation des salaires et 0,3 million d'euros lié à de nouvelles émissions à l'antenne.

La Direction Générale de la radio comprend, outre toutes les charges de la direction, celles relatives aux droits d'auteurs et au sponsoring. L'augmentation du résultat d'exploitation provient de la mise en place de nouveaux projets de 2016 dont principalement le projet Media Z.

2.2.4 IRTBF

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 15-16	Écart %
TOTAL	6,2	4,9	1,3	26%

Le résultat final pour le département iRTBF pour 2016 s'élève à 6,2 millions d'euros soit 1,3 million d'euros de plus qu'en 2015.

Cette variation s'explique principalement par de nouveaux contrats d'hébergement incluant notamment une sécurisation des flux par un dédoublement des serveurs ainsi que par les frais d'installation et de développement encourus par la nouvelle plateforme Auvio.

2.2.5 INFO-SPORTS

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
Total	6,6	6,2	0,4	7%

Le département Info-sports inclut les coûts liés à l'info-web, à l'agence interne, à l'info-doc, à la direction et aux agences de presse. La variation de coûts s'élève à 0,4 million d'euros.

2.2.6 SUPPORTS

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16-15	Écart %
DGTE	32,0	32,6	-0,6	-2%
SUPPORTS	44,7	39,7	5,0	13%
Total	76,7	72,3	4,4	6%

La Direction des Technologies et Exploitation (DGTE) présente une hausse de 0,6 million d'euros et est stable par rapport à 2015.

Les supports comprennent l'Administration générale, les services généraux (Facilités, Finance et Juridique) et la Direction des Ressources Humaines.

Ils présentent une augmentation de 5 millions d'euros qui s'explique principalement par les frais de consultance encourus dans le cadre de l'implémentation du nouveau logiciel de gestion SAP et de la définition du nouveau plan stratégique de la RTBF ainsi que par les coûts liés à l'entretien de pylônes.

Conseil d'administration

En application de l'arrêté du 20 mars 2003 relatif à la Charte de l'administrateur public et aux indemnités octroyées aux administrateurs publics et aux administrateurs de droit d'un organisme public relevant de la Communauté française, tel que modifié par arrêté du 9 septembre 2015, le montant du jeton de présence versé aux administrateurs effectifs qui assistent aux réunions du conseil d'administration et du comité permanent est de 205 euros par réunion et l'indemnité annuelle du président du conseil d'administration est de 32.741 euros. Ces montants sont des montants bruts à précompter de 27,25 % à 37,35 % en fonction du montant total perçu par chaque administrateur. Le total des indemnités du conseil d'administration s'est élevé à 85.655 euros pour 24 réunions, soit 14 réunions du conseil d'administration et 10 réunions du comité permanent.

Administrateur général

Le montant brut de la rémunération de l'administrateur général se situe entre 310.000 et 345.000 euros. Cette rémunération a été déterminée par le comité des rémunérations de la RTBF le 17 janvier 2014, à l'unanimité de ses membres, sur la base des critères de la future circulaire du 3 avril 2014 fixant l'encadrement et le plafonnement de la rémunération des gestionnaires publics dans les organismes publics. Elle a été fixée à 245.000 euros, à laquelle l'on a appliqué, d'une part, l'index annuel à partir de décembre 2012 et, d'autre part, l'ancienneté calculée en application du protocole d'accord approuvé par le conseil d'administration de la RTBF en décembre 2009 et de l'article 14 du statut pécuniaire des agents des services du Gouvernement, dans l'échelle de référence de traitement du secrétaire général de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Le montant total obtenu a été ensuite scindé en deux parties, l'une fixe, l'autre variable, de l'ordre de 11 à 12 % de la rémunération totale, soit bien en-deçà du seuil de 20 % fixé par l'article 6.2 de la circulaire de 2014. Cette partie variable n'est attribuée qu'en cas de réalisation d'objectifs prédéfinis en comité des rémunérations.

Comité des rémunérations RTBF

La RTBF a établi en son sein, dès 2005, un « comité des rémunérations », composé du président du conseil d'administration, des vice-présidents, de l'administrateur général et des commissaires du gouvernement. Ce comité fixe les rémunérations individuelles, y compris les avantages pécuniaires directs ou indirects, des directeurs généraux, des directeurs et des éventuels autres membres du senior management désignés par le comité permanent.

2.3. TRÉSORERIE

En milliers d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015
POSITION NETTE TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	23.286	33.165
Résultat après intervention des filiales	6.148	3.992
Amortissements	13.683	15.550
Variation des provisions	11.964	5.235
Variation des subsides en capital	-6	-8
Variation du besoin en fonds de roulement	-843	-11.822
Variation de stocks	-25	-155
Variation de créances	-5.772	-4.921
Variation de dettes non financières	4.954	-6.746
Prêts aux filiales	0	-50
Autres	1.857	5.930
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	32.804	18.828
Investissements hors FERI et FREY	-10.060	-13.638
Investissements FERI	-1.196	-990
Libération de capital FREY	-1.265	-3.389
Augmentation de capital KEYWALL	0	-150
Cession d'actifs	1.642	270
Vente actions CKP	6	
FLUX DE TRÉSORERIE D'INVESTISSEMENT	-10.874	-17.898
Financement par FERI et FREY	990	180
Remboursement d'emprunts	-13.264	-10.989
FLUX DE TRÉSORERIE DE FINANCEMENT	-12.274	-10.809
VARIATION NETTE DE TRÉSORERIE	9.656	-9.879
POSITION NETTE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	32.942	23.286

FLUX DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

En 2016, les activités opérationnelles génèrent 32,8 millions d'euros. Les amortissements génèrent 13,7 millions d'euros alors que les provisions augmentent de 12,0 millions d'euros. Le besoin en fonds de roulement présente une augmentation de 0,8 million d'euros causée par :

- Une augmentation des dettes non financières pour 4,9 millions d'euros expliquée principalement par une augmentation des dettes commerciales ;
- Une augmentation des créances de 5,8 millions d'euros.

Par ailleurs, la réduction de valeur sur la Sonuma représente un montant non-cash de 1,2 million d'euros.

FLUX DE TRÉSORERIE D'INVESTISSEMENT

Le niveau d'investissement 2016 atteint 11,3 millions d'euros dont 2,9 millions d'euros pour l'achat de matériel informatique, de logiciels et d'équipements de réseau informatique, 5,1 millions d'euros pour des investissements immobiliers dont 2,2 millions d'euros pour la construction des nouveaux bâtiments Immo-Digue à Charleroi, 2,6 millions d'euros pour l'achat de matériel de production et pour le renouvellement des studios et, enfin, 0,6 million d'euros d'investissement pour les pylônes et les émetteurs.

Par ailleurs, la RTBF a refacturé 1,6 million d'euros à Immo-Digue pour la construction du nouveau bâtiment à Charleroi pour lequel la RTBF agit en tant que maître d'ouvrage. La RTBF a également versé 1,3 million d'euros de capital à sa filiale FREY.

FLUX DE TRÉSORERIE DE FINANCEMENT

Les emprunts sont remboursés à hauteur de 13,3 millions d'euros. L'intervention financière de la FERl dans les investissements de la RTBF s'établit à 1 million d'euro.

POSITON NETTE DE TRÉSORERIE AU 31 DÉCEMBRE 2016

La variation nette de trésorerie sur l'exercice 2016 s'élève à 9,7 millions d'euros. Au 31 décembre 2016, la position nette de trésorerie atteint 32,9 millions d'euros.

CHAPITRE 15

COÛT NET
DE LA MISSION
DE SERVICE PUBLIC

En date du 11 mars 2015 est paru au Moniteur belge le décret du 29 janvier 2015 modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF), le décret du 9 janvier 2003 sur la transparence, l'autonomie, et le contrôle des organismes publics, des sociétés de bâtiments scolaires et des sociétés de gestion patrimoniale qui dépendent de la Communauté française et le décret coordonné du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels. Ce décret du 29 janvier 2015 impose d'établir « une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus de l'exercice des activités de l'entreprise, ventilant ceux liés directement à l'exercice de la mission de service public, ceux des activités mixtes, ainsi que ceux relevant des activités commerciales et un aperçu exhaustif des coûts nets de l'exercice de la mission de service public ». Il entre en vigueur à la date du 1er janvier 2015.

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

1. L'ensemble des produits des activités non-commerciales;
2. L'ensemble des produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public;
3. Le coût des autres activités commerciales.

Ces trois catégories sont détaillées ci-dessous.

1.1. ACTIVITÉS NON-COMMERCIALES

Les produits des activités non-commerciales sont constitués de la production immobilisée, des aides à la production, des recettes diverses, des récupérations de frais, des produits d'exploitation non récurrents, ainsi que des produits financiers récurrents et non récurrents.

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16 - 15	Écart %
PRODUCTION IMMOBILISÉE	0,0	0,0	0,0	-100%
AIDES À LA PRODUCTION	4,0	4,3	-0,3	-8%
RECETTES DIVERSES	5,3	5,8	-0,5	-8%
RÉCUPÉRATION DE FRAIS	0,8	0,7	0,2	24%
PRODUITS D'EXPLOITATION NON RÉCURRENTS	0,0	3,4	-3,4	-100%
PRODUITS FINANCIERS RÉCURRENTS	0,1	0,1	0,0	48%
PRODUITS FINANCIERS NON RÉCURRENTS	0,6	0,7	0,0	-7%
TOTAL	10,9	14,9	-4,0	-27%

* Journal officiel de l'Union européenne, C 257, 2009

Le compte 2016 affiche des recettes des activités non-commerciales pour un total de 10,9 millions d'euros, soit 4,0 millions d'euros de moins qu'en 2015. Les aides à la production et les recettes diverses baissent respectivement de 0,3 million d'euros et de 0,5 million d'euros par rapport à 2015. La comptabilisation de produits d'exploitations non récurrents en 2015 pour 3,4 millions d'euros explique la diminution des produits des activités non commerciales.

Les aides à la production s'élèvent à 4,0 millions d'euros en 2016 contre 4,3 millions d'euros en 2015. Les aides en provenance des pouvoirs publics belges représentent 30,7% de celles-ci en 2016 (contre 30,8% en 2015) et se répartissent comme suit :

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16 - 15	Écart %
FÉDÉRAL	0,0	0,2	-0,2	-96%
FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES	0,3	0,3	0,0	-10%
WALLONIE	0,5	0,5	-0,1	-12%
PROVINCES	0,2	0,1	0,1	87%
COMMUNES	0,3	0,2	0,1	40%
TOTAL	1,2	1,4	-0,1	-9%

1.2. ACTIVITÉS COMMERCIALES TIRANT UN AVANTAGE DIRECT OU INDIRECT DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16 - 15	Écart %
PRODUITS	106,6	102,2	4,4	4%
Publicité nette	74,2	71,2	3,1	4%
Echanges - parrainage	20,5	19,5	1,1	5%
Autres produits	11,9	11,6	0,3	2%
CHARGES	-21,8	-21,4	-0,5	2%
Echanges - parrainage	-20,5	-19,5	-1,0	5%
Coût du Marketing Opérationnel - Département Diversification	-1,1	-1,5	0,4	-24%
Autres charges	-0,2	-0,4	0,2	-55%
TOTAL	84,8	80,9	3,9	5%

En 2016, les activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public se soldent par un résultat positif de 84,8 millions d'euros, soit 3,9 millions d'euros de plus qu'en 2015. 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 cette catégorie contribue au financement de la mission de service public.

1.3. AUTRES ACTIVITÉS COMMERCIALES

Cette catégorie concerne les activités de licences et de merchandising, d'organisation d'événements, de location de matériel de production et de fourniture de services techniques.

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16 - 15	Écart %
PRODUITS	2,8	3,1	-0,3	-10%
Prestations de service	1,1	1,2	-0,1	-5%
Recettes de location	1,7	1,9	-0,2	-11%
Organisation d'événements	0,0	0,0	0,0	-129%
CHARGES	-0,1	-0,1	0,1	-48%
TOTAL	2,7	2,9	-0,2	-8%

En 2016, le résultat net de cette catégorie s'élève à 2,7 millions d'euros, en diminution de 7,8 % par rapport à 2015.

Le résultat positif de cette catégorie contribue au financement de la mission de service public.

1.4. COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

En millions d'euros	Comptes 2016	Comptes 2015	Écart 16 - 15	Écart %
TOTAL DES CHARGES DE L'ENTREPRISE	365,4	358,9	6,5	2%
Produits des activités non-commerciales	10,9	14,9	-4,0	-27%
Produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public	106,6	102,2	4,4	4%
Coût des autres activités commerciales	0,1	0,1	-0,1	-48%
COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC	247,8	241,7	6,1	3%
DOTATIONS	249,2	241,5	7,8	3%
SOLDE	1,5	-0,3	1,7	-665%

En 2016, le coût net de la mission de service public est légèrement inférieur aux dotations. Cela signifie une compensation équilibrée de la mission de service public de radiodiffusion.

Sur la période 2013-2016 du présent contrat de gestion, le solde négatif s'élève à -7,8 millions d'euros et le coût net de la mission de service public est supérieur aux dotations.

CHAPITRE 16

COMPTES ANNUELS

C 3.1 | BILAN APRÈS RÉPARTITION – ACTIF

ACTIF	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
FRAIS D'ÉTABLISSEMENT	6.1	20	5.726	2.161
ACTIFS IMMOBILISÉS		20/28	123.680.555	129.615.428
Frais d'établissement	6.1	20	5.726	2.161
Immobilisations incorporelles	6.2	21		
Immobilisations corporelles	6.3	22/27	74.071.597	78.143.689
Terrains et constructions		22	36.753.698	37.308.878
Installations, machines et outillage		23	22.067.559	23.986.055
Mobilier et matériel roulant		24	5.289.943	5.395.882
Location-financement et droits similaires		25		
Autres immobilisations corporelles		26	29.498	34.712
Immobilisations en cours et acomptes versés	27	11.418.163	9.930.900	11.418.163
Immobilisations financières	6.4/6.5.1	28	49.608.958	51.471.740
Entreprises liées	6.15	280/1	28.727.110	28.929.600
Participations		280	28.727.110	28.929.600
Créances		281		
Autres entreprises avec lesquelles il existe un lien de participation	6.15	282/3	20.582.751	22.242.499
Participations		282	20.582.751	22.242.499
Créances		283		
Autres immobilisations financières		284/8	299.097	299.641
Actions et parts		284	294.060	294.404
Créances et cautionnements en numéraire		285/8	5.036	5.236
ACTIFS CIRCULANTS		29/58	153.198.856	131.084.572
Créances à plus d'un an		29	41.121.992	32.585.671
Créances commerciales		290	17.090.477	15.165.781
Autres créances		291	24.031.515	17.419.890
Stocks et commandes en cours d'exécution		3	12.629.592	12.604.579
Stocks		30/36	12.629.592	12.604.579
Approvisionnements		30/31		283.568
En-cours de fabrication		32		
Produits finis		33		
Marchandises		34	12.629.592	12.321.011
Immeubles destinés à la vente		35		
Acomptes versés		36		
Commandes en cours d'exécution		37		
Créances à un an au plus		40/41	54.668.584	48.518.386
Créances commerciales		40	41.432.063	40.210.383
Autres créances		41	13.236.521	8.308.003
Placements de trésorerie	6.5.1/6.6	50/53	367.477	368.890
Actions propres		50		
Autres placements		51/53	367.477	368.890
Valeurs disponibles		54/58	32.574.765	22.917.609
Comptes de régularisation	6.6	490/1	11.836.446	14.089.437
TOTAL DE L'ACTIF		20/58	276.885.137	260.702.161

C 3.2 | BILAN APRÈS RÉPARTITION – PASSIF

PASSIF	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
CAPITAUX PROPRES		10/15	-4.481.646	-10.624.267
Capital	6.7.1	10		
Capital souscrit		100		
Capital non appelé		101		
Primes d'émission		11		
Plus-values de réévaluation		12	8.709.191	8.709.191
Réserves		13		
Réserve légale		130		
Réserves indisponibles		131		
Pour actions propres		1310		
Autres		1311		
Réserves immunisées		132		
Réserves disponibles		133		
Bénéfice (Perte) reporté(e)(+)/(-)		14	-13.254.001	-19.402.428
Subsides en capital		15	63.165	68.971
Avance aux associés sur répartition de l'actif net		19		
PROVISIONS ET IMPÔTS DIFFÉRÉS		16	63.134.227	51.170.257
Provisions pour risques et charges		160/5	63.134.227	51.170.257
Pensions et obligations similaires		160		
Charges fiscales		161		
Grosses réparations et gros entretien		162	38.441.894	34.144.523
Obligations environnementales		163	22.124.436	10.959.231
Autres risques et charges	6.8	164/5	2.567.897	6.066.504
Impôts différés		168		
DETTES		17/49	218.232.555	220.156.171
Dettes à plus d'un an	6.9	17	85.154.922	94.494.049
Dettes financières		170/4	44.484.218	54.813.444
Emprunts subordonnés		170		
Emprunts obligataires non subordonnés		171		
Dettes de location-financement et assimilées		172		
Établissements de crédit		173	44.484.218	54.813.444
Autres emprunts		174		
Dettes commerciales		175		
Fournisseurs		1750		
Effets à payer		1751		
Acomptes reçus sur commandes		176		
Autres dettes		178/9	40.670.704	39.680.605
Dettes à un an au plus		42/48	110.266.773	101.849.731
Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	6.9	42	10.329.226	13.264.273
Dettes financières		43		
Établissements de crédit		430/8		
Autres emprunts		439		
Dettes commerciales		44	50.686.069	46.671.867
Fournisseurs		440/4	50.686.069	46.671.867
Effets à payer		441		
Acomptes reçus sur commandes		46		
Dettes fiscales, salariales et sociales	6.9	45	41.940.490	33.288.785
Impôts		450/3	3.889.768	3.927.108
Rémunérations et charges sociales		454/9	38.050.722	29.361.676
Autres dettes		47/48	7.310.988	8.264.807
Comptes de régularisation	6.9	492/3	22.810.860	23.812.392
TOTAL DU PASSIF		10/49	276.885.137	260.702.161

C 4 | COMPTE DE RÉSULTATS

Compte de résultats	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
Ventes et prestations		70/76A	368.870.515	360.562.003
Chiffre d'affaires	5.10	70	96.958.799	93.398.760
En-cours de fabrication, produits finis et commandes en cours d'exécution: augmentation (réduction)(+)/(-)		71		
Production immobilisée		72		7.309
Autres produits d'exploitation	5.10	74	271.911.716	263.787.047
Produits d'exploitation non récurrents	6.12	76A		3.368.887
Coût des ventes et des prestations		60/66A	360.952.336	349.666.624
Approvisionnements et marchandises		60	19.227.446	19.025.748
Achats		600/8	21.139.994	23.062.101
Stocks: réduction (augmentation) (+)/(-)		609	-1.912.548	-4.036.353
Services et biens divers		61	148.784.394	133.096.937
Rémunérations, charges sociales et pensions (+)/(-)	5.10	62	165.163.256	172.915.070
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles		630	13.683.372	15.550.418
Réductions de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)		631/4	1.386.567	3.625.204
Provisions pour risques et charges: dotations (utilisations et reprises) (+)/(-)	5.10	635/7	10.469.278	3.623.656
Autres charges d'exploitation	5.10	640/8	426.158	218.591
Charges d'exploitation portées à l'actif au titre de frais de restructuration (-)		649		
Charges d'exploitation non récurrentes			1.811.866	1.611.000
Bénéfice (Perte) d'exploitation (+)/(-)		9901	7.918.179	10.895.379
Produits financiers		75/76B	750.599	757.865
Produits financiers récurrents		75	130.096	87.936
Produits des immobilisations financières		750		
Produits des actifs circulants		751	83	809
Autres produits financiers	5.11	752/9	130.012	87.127
Produits financiers non récurrents	6.12	76B	620.503	669.929
Charges financières		65/66B	4.221.274	9.202.197
Charges financières récurrentes	6.11	65	2.364.842	3.164.789
Charges des dettes		650	2.293.581	2.839.494
Réductions de valeur sur actifs circulants autres que stocks, commandes en cours et créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)		651		
Autres charges financières		652/9	71.261	325.295
Charges financières non récurrentes	6.12	66B	1.856.432	6.037.408
Bénéfice (Perte) courant(e) avant impôts (+)/(-)		9903	4.447.504	2.451.047
Prélèvements sur les impôts différés		780		0
Transfert aux impôts différés		680		
Impôts sur le résultat		67/77	235.796	465.737
Impôts		670/3	235.796	465.737
Régularisations d'impôts et reprises de provisions fiscales		77		
Bénéfice (Perte) de l'exercice (+)/(-)		9904	4.211.708	1.985.311
Prélèvements sur les réserves immunisées		789		
Transfert aux réserves immunisées		689		
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)/(-)		9905	4.211.708	1.985.311

C 5 | AFFECTATIONS ET PRÉLÈVEMENTS

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Bénéfice (Perte) à affecter (+)/(-)	9906	-15.190.720	-21.409.051
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)/(-)	(9905)	4.211.708	1.985.311
Bénéfice (Perte) reporté(e) de l'exercice précédent (+)/(-)	14P	-19.402.428	-23.394.362
Prélèvements sur les capitaux propres	791/2		
sur le capital et les primes d'émission	791		
sur les réserves	792		
Affectations aux capitaux propres	691/2		
au capital et aux primes d'émission	691		
à la réserve légale	6920		
aux autres réserves	6921		
Bénéfice (Perte) à reporter (+)/(-)	(14)	13.254.001	19.402.428
Intervention d'associés dans la perte	794	1.936.720	2.006.622
Bénéfice à distribuer	694/7		
Rémunération du capital	694		
Administrateurs ou gérants	695		
Employés	696		
Autres allocataires	697		

C 6.1 | ÉTAT DES FRAIS D'ÉTABLISSEMENT

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	20P		2.161
Mutations de l'exercice			
Nouveaux frais engagés	8002	6.984	
Amortissements	8003	1.260	
Autres (+)/(-)	8004	-2.160	
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	(20)	5.726	
Dont			
Frais de constitution et d'augmentation de capital, frais d'émission d'emprunts et autres frais d'établissement	200/2	5.726	
Frais de restructuration	204		

C 6.2.3. | CONCESSION, BREVETS, LICENCES, SAVOIR-FAIRE, MARQUES ET DROITS SIMILAIRES

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8052P		8.940
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8022		
Cessions et désaffectations	8032	1.260	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8042		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8052	7.680	
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8122P		8.940
Mutations de l'exercice			
Actés	8072		
Repris	8082		
Acquis de tiers	8092		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8102	1.260	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8112		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8122	7.680	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	211	0	0

C 6.3.1. | ÉTAT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Codes	Exercice	Exercice précédent
TERRAINS ET CONSTRUCTIONS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8191P		120.377.007
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8161	2.229.798	
Cessions et désaffectations	8171	394.568	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8181	1.211.436	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8191	123.423.673	
Plus-values au terme de l'exercice			
Mutations de l'exercice			
Actées	8211		
Acquises de tiers	8221		
Annulées	8231		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8241		
Plus-values au terme de l'exercice	8251		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8321P		83.068.129
Mutations de l'exercice			
Actés	8271	3.996.413	
Repris	8281		
Acquis de tiers	8291		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8301	394.568	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8311		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8321	86.669.974	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(22)	36.753.698	

C 6.3.2. | INSTALLATIONS, MACHINES ET OUTILLAGE

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8192P		142.957.464
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8162	3.799.072	
Cessions et désaffectations	8172	8.721.706	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8182	1.972.373	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8192	140.007.204	
Plus-values au terme de l'exercice	8252P		
Mutations de l'exercice			
Actées	8212		
Acquises de tiers	8222		
Annulées	8232		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8242		
Plus-values au terme de l'exercice	8252		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8322P		118.971.409
Mutations de l'exercice			
Actés	8272	7.689.942	
Repris	8282		
Acquis de tiers	8292		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8302	8.721.706	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8312		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8322	117.939.646	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(23)	22.067.559	

C 6.3.3. | MOBILIER ET MATÉRIEL ROULANT

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8193P		38.617.088
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8163	1.706.304	
Cessions et désaffectations	8173	3.621.603	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8183	175.921	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8193	36.877.710	
Plus-values au terme de l'exercice			
8253P			
Mutations de l'exercice			
Actées	8213		
Acquises de tiers	8223		
Annulées	8233		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8243		
Plus-values au terme de l'exercice	8253		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice			
8323P			
Mutations de l'exercice			
Actés	8273	1.988.164	
Repris	8283		
Acquis de tiers	8293		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8303	3.621.603	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8313		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8323	31.587.767	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(24)	5.289.943	

C 6.3.5. | AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8195P		243.150
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8165	2.379	
Cessions et désaffectations	8175	80.418	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8185		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8195	165.111	
Plus-values au terme de l'exercice			
8255P			
Mutations de l'exercice			
Actées	8215		
Acquises de tiers	8225		
Annulées	8235		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8245		
Plus-values au terme de l'exercice	8255		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8325P		208.438
Mutations de l'exercice			
Actés	8275	7.593	
Repris	8285		
Acquis de tiers	8295		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8305	80.418	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8315		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8325	135.613	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(26)	29.498	

C 6.3.6. | IMMOBILISATIONS EN COURS ET ACOMPTES VERSÉS

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8196P		11.418.163
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8166	3.999.784	
Cessions et désaffectations	8176	2.127.317	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8186	-3.359.730	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8196	9.930.900	
Plus-values au terme de l'exercice			
8256P			
Mutations de l'exercice			
Actées	8216		
Acquises de tiers	8226		
Annulées	8236		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8246		
Plus-values au terme de l'exercice			
8256			
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice			
8326P			
Mutations de l'exercice			
Actés	8276		
Repris	8286		
Acquis de tiers	8296		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8306		
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8316		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice			
8326			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(27)	9.930.900	

C 6.4.1. | ÉTAT DES IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

ENTREPRISES LIEES – PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8391P		21.865.253
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8361		
Cessions et retraits	8371	6.150	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8381		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8391	21.859.103	
Plus-values au terme de l'exercice	8451P		8.713.283
Mutations de l'exercice			
Actées	8411		
Acquises de tiers	8421		
Annulées	8431		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8441		
Plus-values au terme de l'exercice	8451	8.713.283	
Réductions de valeur au terme de l'exercice	8521P		1.648.936
Mutations de l'exercice			
Actées	8471	196.340	
Reprises	8481		
Acquises de tiers	8491		
Annulées à la suite de cessions et retraits	8501		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8511		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	8521	1.845.276	
Montants non appelés au terme de l'exercice	8551P		
Mutations de l'exercice (+)/(-)	8541		
Montants non appelés au terme de l'exercice	8551		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(280)	28.727.110	
ENTREPRISES LIEES – CREANCES			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	281P		
Mutations de l'exercice			
Additions	8581		
Remboursements	8591		
Réductions de valeur actées	8601		
Réductions de valeur reprises	8611		
Différences de change (+)/(-)	8621		
Autres (+)/(-)	8631		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(281)		
REDUCTIONS DE VALEUR CUMULEES SUR CREANCES AU TERME DE L'EXERCICE	8651		

C 6.4.2. | ENTREPRISES AVEC LIEN DE PARTICIPATION - PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8392P		32.316.937
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8362	0	
Cessions et retraits	8372		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8382		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8392	32.316.937	
Plus-values au terme de l'exercice	8452P		
Mutations de l'exercice			
Actées	8412		
Acquises de tiers	8422		
Annulées	8432		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8442		
Plus-values au terme de l'exercice	8452		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	8522P		10.074.438
Mutations de l'exercice			
Actées	8472	1.659.748	
Reprises	8482		
Acquises de tiers	8492		
Annulées à la suite de cessions et retraits	8502		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8512		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	8522	11.734.186	
Montants non appelés au terme de l'exercice	8552P		
Mutations de l'exercice (+)/(-)	8542		
Montants non appelés au terme de l'exercice	8552		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(282)	20.582.751	
ENTREPRISES AVEC LIEN DE PARTICIPATION – CRÉANCES			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	283P		
Mutations de l'exercice			
Additions	8582		
Remboursements	8592		
Réductions de valeur actées	8602		
Réductions de valeur reprises	8612		
Différences de change (+)/(-)	8622		
Autres (+)/(-)	8632		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(283)		
RÉDUCTIONS DE VALEUR CUMULÉES SUR CRÉANCES AU TERME DE L'EXERCICE	8652		

C 6.4.3. | AUTRES ENTREPRISES - PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS

AUTRES ENTREPRISES – PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8393P		300.243
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8363		
Cessions et retraits	8373		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8383		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8393	300.243	
Plus-values au terme de l'exercice	8453P		
Mutations de l'exercice			
Actées	8413		
Acquises de tiers	8423		
Annulées	8433		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8443		
Plus-values au terme de l'exercice	8453		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	8523P		5.838
Mutations de l'exercice			
Actées	8473	344	
Reprises	8483		
Acquises de tiers	8493		
Annulées à la suite de cessions et retraits	8503		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8513		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	8523	6.182	
Montants non appelés au terme de l'exercice	8553P		
Mutations de l'exercice (+)/(-)	8543		
Montants non appelés au terme de l'exercice	8553		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(284)	294.060	
AUTRES ENTREPRISES – CREANCES			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	285/8P		5.236
Mutations de l'exercice			
Additions	8583		
Remboursements	8593	200	
Réductions de valeur actées	8603		
Réductions de valeur reprises	8613		
Différences de change (+)/(-)	8623		
Autres (+)/(-)	8633		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(285/8)	5.036	
REDUCTIONS DE VALEUR CUMULEES SUR CREANCES AU TERME DE L'EXERCICE	8653		

C 6.5.1. | ENTREPRISES AVEC LIEN DE PARTICIPATION - PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS

DÉNOMINATION, adresse complète du SIÈGE et pour les entreprises de droit belge, mention du NUMÉRO D'ENTREPRISE	Droits sociaux détenus			Données extraites des derniers comptes annuels disponibles			
	Directement		Par les filiales	Comptes Annuels arrêtés au	Code Devise	Capitaux Propres	Résultats nets
	Nombre d'actions	%				(+) ou (-) (en unités)	
0877535640 CASA KAFKA PICTURES SA (Société anonyme) Rue Colonel Bourg 133 - 1140 Evere Belgique	174	64,44	30	31/12/2016	EUR	885.906	-213.145
0887332541 DREAMWALL (Société anonyme) Rue Jules Destree 52 - 6001 Marcinelle Belgique	9.485	23,32		31/12/2015	EUR	735.446	160.705
0873769961 FERI (Société anonyme) Avenue Golenvaux 8 - 5000 Namur Belgique	15.600	31,45		31/12/2016	EUR	38.074.979	-1.348.689
0878403195 FREY (Société anonyme) Bd Auguste Reyers 52 - 1030 Schaerbeek Belgique	13.200	50,00		31/12/2016	EUR	22.229.695	-392.680
0427916686 RMB (Société anonyme) Bd Louis Schmidt 2 - 1040 Etterbeek Belgique	846	99,99	0,01	31/12/2016	EUR	6.825.204	1.699.239
0809081750 SONUMA (Société anonyme) Bd Raymond Pointcarré 15 - 4020 Liège Belgique	16.000	40,00		31/12/2015	EUR	30.852.160	-2.953.514
0831885757 KEYWALL (Société anonyme) Rue Jules Destree 52 - 6001 Marcinelle Belgique	250	22,22		31/12/2015	EUR	203.750	18.484
0847284310 IMMO-DIGUE (Société anonyme) Bd Tirou 37 - 6000 Charleroi Belgique	285	6,65		31/12/2016	EUR	4.192.038	-5.175
0542905832 MARADIO.BE (SCRL) Bd Auguste Reyers 52 - 1030 Schaerbeek Belgique	200	28,57		31/12/2016	EUR	33.325	963

C6.6 | PLACEMENTS DE TRÉSORERIE ET COMPTES DE RÉGULARISATION DE L'ACTIF

Placements de trésorerie / autres placements	Codes	Exercice	Exercice précédent
Actions et parts	51		
Valeur comptable augmentée du montant non appelé	8681		
Montant non appelé	8682		
Titres à revenu fixe	52		
Titres à revenu fixe émis par des établissements de crédit	8684		
Comptes à terme détenus auprès des établissements de crédit	53	367.477	368.890
Avec une durée résiduelle ou de préavis			
d'un mois au plus	8686	367.477	368.890
de plus d'un mois à un an au plus	8687		
de plus d'un an	8688		
Autres placements de trésorerie non repris ci-avant	8689		

Comptes de régularisation	Exercice
VENTILATION DE LA RUBRIQUE 490/1 DE L'ACTIF SI CELLE-CI REPRÉSENTE UN MONTANT IMPORTANT	
Charges à reporter (490)	7.107.058
Produits acquis (491)	4.729.387

C6.8 | PROVISIONS POUR AUTRES RISQUES ET CHARGES

Provisions pour autres risques et charges	Exercice
VENTILATION DE LA RUBRIQUE 164/5 DU PASSIF SI CELLE-CI REPRÉSENTE UN MONTANT IMPORTANT	
Provisions à caractère social	2.567.898

C6.9 | ÉTAT DES DETTES ET COMPTES DE RÉGULARISATION DU PASSIF

	Codes	Exercice
VENTILATION DES DETTES A L'ORIGINE A PLUS D'UN AN, EN FONCTION DE LEUR DUREE RESIDUELLE		
Dettes à plus d'un an échéant dans l'année		
Dettes financières	8801	10.329.226
Emprunts subordonnés	8811	
Emprunts obligataires non subordonnés	8821	
Dettes de location-financement et assimilées	8831	
Etablissements de crédit	8841	10.329.226
Autres emprunts	8851	
Dettes commerciales	8861	
Fournisseurs	8871	
Effets à payer	8881	
Acomptes reçus sur commandes	8891	
Autres dettes	8901	
Total des dettes à plus d'un an échéant dans l'année	(42)	10.329.226
Dettes ayant plus d'un an mais 5 ans au plus à courir		
Dettes financières	8802	44.484.218
Emprunts subordonnés	8812	
Emprunts obligataires non subordonnés	8822	
Dettes de location-financement et assimilées	8832	
Etablissements de crédit	8842	44.484.218
Autres emprunts	8852	
Dettes commerciales	8862	
Fournisseurs	8872	
Effets à payer	8882	
Acomptes reçus sur commandes	8892	
Autres dettes	8902	40.670.704
Total des dettes ayant plus d'un an mais 5 ans au plus à courir	8912	85.154.922
Dettes ayant plus de 5 ans à courir		
Dettes financières	8803	
Emprunts subordonnés	8813	
Emprunts obligataires non subordonnés	8823	
Dettes de location-financement et assimilées	8833	
Etablissements de crédit	8843	
Autres emprunts	8853	
Dettes commerciales	8863	
Fournisseurs	8873	
Effets à payer	8883	
Acomptes reçus sur commandes	8893	
Autres dettes	8903	
Total des dettes ayant plus de 5 ans à courir	8913	

	Codes	Exercice
DETTES GARANTIES (COMPRISES DANS LES RUBRIQUES 17 ET 42/48 DU PASSIF)		
Dettes garanties par les pouvoirs publics belges		
Dettes financières	8921	54.813.444
Emprunts subordonnés	8931	
Emprunts obligataires non subordonnés	8941	
Dettes de location-financement et assimilées	8951	
Etablissements de crédit	8961	54.813.444
Autres emprunts	8971	
Dettes commerciales	8981	
Fournisseurs	8991	
Effets à payer	9001	
Acomptes reçus sur commandes	9011	
Dettes salariales et sociales	9021	
Autres dettes	9051	
Total des dettes garanties par les pouvoirs publics belges	9061	54.813.444
Dettes garanties par des sûretés réelles constituées ou irrévocablement promises sur les actifs de l'entreprise		
Dettes financières	8922	
Emprunts subordonnés	8932	
Emprunts obligataires non subordonnés	8942	
Dettes de location-financement et assimilées	8952	
Etablissements de crédit	8962	
Autres emprunts	8972	
Dettes commerciales	8982	
Fournisseurs	8992	
Effets à payer	9002	
Acomptes reçus sur commandes	9012	
Dettes fiscales, salariales et sociales	9022	
Impôts	9032	
Rémunérations et charges sociales	9042	
Autres dettes	9052	
Total des dettes garanties par des sûretés réelles constituées ou irrévocablement promises sur les actifs de l'entreprise	9062	
DETTES FISCALES, SALARIALES ET SOCIALES		
Impôts (rubrique 450/3 du passif)		
Dettes fiscales échues	9072	
Dettes fiscales non échues	9073	3.889.768
Dettes fiscales estimées	450	
Rémunérations et charges sociales (rubrique 454/9 du passif)		
Dettes échues envers l'Office National de Sécurité Sociale	9076	4.701.270
Autres dettes salariales et sociales	9077	33.349.452
COMPTES DE REGULARISATION		
Ventilation de la rubrique 492/3 du passif si celle-ci représente un montant important		
Charges à imputer (492)		628.878
Produits à reporter (493)		22.181.982

C6.10 | RÉSULTATS D'EXPLOITATION

	Codes	Exercice	Exercice précédent
PRODUIT D'EXPLOITATION			
CHIFFRE D'AFFAIRES NET			
Ventilation par catégorie d'activité			
Publicité (y compris les échanges promotionnels)		94.750.065	90.673.648
Autres		2.208.734	2.725.112
Ventilation par marché géographique			
Autres produits d'exploitation			
Subsides d'exploitation et montants compensatoires obtenus des pouvoirs publics	740	249.249.784	241.483.642
CHARGES D'EXPLOITATION			
Travailleurs pour lesquels l'entreprise a introduit une déclaration DIMONA ou qui sont inscrits au registre général du personnel			
Nombre total à la date de clôture	9086	2.044	2.107
Effectif moyen du personnel calculé en équivalents temps plein	9087	2.032,3	2.079,1
Nombre d'heures effectivement prestées	9088	3.417.804	3.509.209
Frais de personnel			
Rémunérations et avantages sociaux directs	620	115.667.651	116.616.676
Cotisations patronales d'assurances sociales	621	24.004.994	24.176.491
Primes patronales pour assurances extralégales	622	1.036.164	1.089.504
Autres frais de personnel	623	3.792.891	9.337.052
Pensions de retraite et de survie	624	20.661.556	21.695.347
Provisions pour pensions et obligations similaires			
Dotations (utilisations et reprises) (+)/(-)	635		
Réductions de valeur			
Sur stocks et commandes en cours			
Actées	9110	1.303.826	3.606.540
Reprises	9111		
Sur créances commerciales			
Actées	9112	87.946	33.198
Reprises	9113	5.206	14.534
Provisions pour risques et charges			
Constitutions	9115	21.027.622	13.130.864
Utilisations et reprises	9116	10.558.344	9.507.208
Autres charges d'exploitation			
Impôts et taxes relatifs à l'exploitation	640	123.830	91.271
Autres	641/8	302.328	127.321
Personnel intérimaire et personnes mises à la disposition de l'entreprise			
Nombre total à la date de clôture	9096		
Nombre moyen calculé en équivalents temps plein	9097	187,4	176,4
Nombre d'heures effectivement prestées	9098	370.408	348.635
Frais pour l'entreprise	617	11.517.134	10.685.539

C6.11 | RÉSULTATS FINANCIERS ET EXCEPTIONNELS

	Codes	Exercice	Exercice précédent
RÉSULTATS FINANCIERS			
Autres produits financiers			
Subsides accordés par les pouvoirs publics et imputés au compte de résultats			
Subsides en capital	9125	5.806	7.849
Subsides en intérêts	9126		
Ventilation des autres produits financiers			
Différences de change positives		14.482	74.154
Produits financiers divers		11.057	5.123
Amortissement des frais d'émission d'emprunts et des primes de remboursement	6501		
Intérêts intercalaires portés à l'actif	6503		
Réductions de valeur sur actifs circulants			
Actées	6510		
Reprises	6511		
Autres charges financières			
Montant de l'escompte à charge de l'entreprise sur la négociation de créances	653		
Provisions à caractère financier			
Dotations	6560		
Utilisations et reprises	6561		
Ventilation des autres charges financières			
Différences de change et écarts de conversion		14.181	261.837
Charges financières diverses		44.327	46.112

C6.12 | PRODUITS ET CHARGES DE TAILLE OU D'INCIDENCE EXCEPTIONNELLE

	Codes	Exercice	Exercice précédent
PRODUITS NON RÉCURRENTS	76	620.503	4.038.816
Produits d'exploitation non récurrents	(76A)		3.368.887
Reprises d'amortissements et de réductions de valeur sur immobilisations incorporelles et corporelles	760		
Reprises de provisions pour risques et charges d'exploitation exceptionnels	7620		
Plus-values sur réalisation d'immobilisations incorporelles et corporelles	7630		
Autres produits d'exploitation non récurrents	764/8		3.368.887
Produits financiers non récurrents	(76B)	620.503	669.929
Reprises de réductions de valeur sur immobilisations financières	761	0	0
Reprises de provisions pour risques et charges financiers exceptionnels	7621		
Plus-values sur réalisation d'immobilisations financières	7631		
Autres produits financiers non récurrents	769	620.503	669.929
CHARGES NON RÉCURRENTES	66	3.668.298	7.648.408
Charges d'exploitation non récurrentes	(66A)	1.811.866	1.611.000
Amortissements et réductions de valeur non récurrents sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles	660		
Provisions pour risques et charges d'exploitation exceptionnels: dotations (utilisations)	6620	1.494.692	1.611.000
Moins-values sur réalisation d'immobilisations incorporelles et corporelles	6630		
Autres charges d'exploitation non récurrentes	664/7	317.174	
Charges d'exploitation non récurrentes portées à l'actif au titre de frais de restructuration	6690		
Charges financières non récurrentes	(66B)	1.856.432	6.037.408
Réductions de valeur sur immobilisations financières	661	1.856.432	6.037.408
Provisions pour risques et charges financiers exceptionnels: dotations (utilisations)	6621		
Moins-values sur réalisation d'immobilisations financières	6631		
Autres charges financières non récurrentes	668		
Charges financières non récurrentes portées à l'actif au titre de frais de restructuration	6691		

C6.13 | IMPÔTS ET TAXES

	Codes	Exercice
IMPOTS SUR LE RESULTAT		
Impôts sur le résultat de l'exercice	9134	235.796
Impôts et précomptes dus ou versés	9135	235.796
Excédent de versements d'impôts ou de précomptes porté à l'actif	9136	
Suppléments d'impôts estimés	9137	
Impôts sur le résultat d'exercices antérieurs	9138	
Suppléments d'impôts dus ou versés	9139	
Suppléments d'impôts estimés ou provisionnés	9140	
Principales sources de disparités entre le bénéfice avant impôts, exprimé dans les comptes, et le bénéfice taxable estimé		
Sources de latences fiscales		
Latences actives	9141	
Pertes fiscales cumulées, déductibles des bénéfices taxables ultérieurs	9142	
Autres latences actives		
Latences passives	9144	
Ventilation des latences passives		

	Codes	Exercice	Exercice précédent
TAXES SUR LA VALEUR AJOUTEE ET IMPÔTS A CHARGE DE TIERS			
Taxes sur la valeur ajoutée, portées en compte			
A l'entreprise (déductibles)	9145	23.432.093	21.128.014
Par l'entreprise	9146	23.284.310	22.517.107
Montants retenus à charge de tiers, au titre de			
Précompte professionnel	9147	35.332.618	36.085.823
Précompte mobilier	9148		

C6.14 | DROITS ET ENGAGEMENTS HORS BILAN

AUTRES ENTREPRISES – PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS	Codes	Exercice
GARANTIES PERSONNELLES CONSTITUEES OU IRREVOCABLEMENT PROMISES PAR L'ENTREPRISE POUR SURETE DE DETTES OU D'ENGAGEMENTS DE TIERS	9149	
Dont		
Effets de commerce en circulation endossés par l'entreprise	9150	
Effets de commerce en circulation tirés ou avalisés par l'entreprise	9151	
Montant maximum à concurrence duquel d'autres engagements de tiers sont garantis par l'entreprise	9153	
GARANTIES REELLES		
Garanties réelles constituées ou irrévocablement promises par l'entreprise sur ses actifs propres pour sûreté de dettes et engagements de l'entreprise		
Hypothèques		
Valeur comptable des immeubles grevés	9161	5.139.120
Montant de l'inscription	9171	23.549.885
Gages sur fonds de commerce – Montant de l'inscription	9181	
Gages sur d'autres actifs – Valeur comptable des actifs gagés	9191	
Sûretés constituées sur actifs futurs – Montant des actifs en cause		
Garanties réelles constituées ou irrévocablement promises par l'entreprise sur ses actifs propres pour sûreté de dettes et engagements de tiers		
Hypothèques		
Valeur comptable des immeubles grevés	9162	
Montant de l'inscription	9172	
Gages sur fonds de commerce – Montant de l'inscription	9182	
Gages sur d'autres actifs – Valeur comptable des actifs gagés	9192	
Sûretés constituées sur actifs futurs – Montant des actifs en cause	9202	
BIENS ET VALEURS DETENUS PAR DES TIERS EN LEUR NOM MAIS AUX RISQUES ET PROFITS DE L'ENTREPRISE, S'ILS NE SONT PAS PORTES AU BILAN		
ENGAGEMENTS IMPORTANTS D'ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS		
Engagements d'acquisition d'immobilisations		13.650.979
ENGAGEMENTS IMPORTANTS DE CESSION D'IMMOBILISATIONS		
MARCHE A TERME		
Marchandises achetées (à recevoir)	9213	13.604.440
Marchandises vendues (à livrer)	9214	
Devises achetées (à recevoir)	9215	
Devises vendues (à livrer)	9216	

C6.15 | RELATIONS AVEC LES ENTREPRISES LIÉES ET LES ENTREPRISES AVEC LESQUELLES IL EXISTE UN LIEN DE PARTICIPATION

	Codes	Exercice	Exercice précédent
ENTREPRISES LIÉES			
Immobilisations financières	(280/1)	28.727.110	28.929.600
Participations	(280)	28.727.110	28.929.600
Créances subordonnées	9271		
Autres créances	9281		
Créances sur les entreprises liées	9291	4.753.241	4.252.669
A plus d'un an	9301	4.753.241	4.252.669
A un an au plus	9311		
Placements de trésorerie	9321		
Actions	9331		
Créances	9341		
Dettes	9351	7.804.263	9.068.508
A plus d'un an	9361	6.539.018	6.538.019
A un an au plus	9371	1.265.245	2.530.489
Garanties personnelles et réelles			
Constituées ou irrévocablement promises par l'entreprise pour sûreté de dettes ou d'engagements d'entreprises liées	9381		
Constituées ou irrévocablement promises par des entreprises liées pour sûreté de dettes ou d'engagements de l'entreprise	9391		
Autres engagements financiers significatifs	9401		
Résultats financiers			
Produits des immobilisations financières	9421		
Produits des actifs circulants	9431		
Autres produits financiers	9441		
Charges des dettes	9461		
Autres charges financières	9471		
Cessions d'actifs immobilisés			
Plus-values réalisées	9481		
Moins-values réalisées	9491		
ENTREPRISES AVEC UN LIEN DE PARTICIPATION			
Immobilisations financières	(282/3)	20.582.751	22.242.499
Participations	(282)	20.582.751	22.242.499
Créances subordonnées	9272		
Autres créances	9282		
Créances	9292	12.129.389	10.963.112
A plus d'un an	9302	12.067.185	10.913.112
A un an au plus	9312	62.204	50.000
Dettes	9352	38.220.722	37.231.622
A plus d'un an	9362	34.131.685	33.142.585
A un an au plus	9372	4.089.037	4.089.037

C6.16 | RELATIONS FINANCIÈRES

	Codes	Exercice
LE OU LES COMMISSAIRE(S) ET LES PERSONNES AVEC LESQUELLES IL EST LIE (ILS SONT LIES)		
Émoluments du (des) commissaire(s)	9505	57.918
Émoluments pour prestations exceptionnelles ou missions particulières accomplies au sein de la société par le(s) commissaire(s)		
Autres missions d'attestation	95061	
Missions de conseils fiscaux	95062	
Autres missions extérieures à la mission révisorale	95063	
Émoluments pour prestations exceptionnelles ou missions particulières accomplies au sein de la société par des personnes avec lesquelles le ou les commissaire(s) est lié (sont liés)		
Autres missions d'attestation	95081	
Missions de conseils fiscaux	95082	
Autres missions extérieures à la mission révisorale	95083	

CHAPITRE 17

BILAN SOCIAL

TRAVAILLEURS POUR LESQUELS L'ENTREPRISE A INTRODUIT UNE DÉCLARATION DIMONA OU QUI SONT INSCRITS AU REGISTRE GÉNÉRAL DU PERSONNEL.

Au cours de l'exercice	Codes	Total	1. Hommes	2. Femmes
Nombre moyen de travailleurs				
Temps plein	1001	1.940,9	1.216,9	724,0
Temps partiel	1002	144,1	61,3	82,8
Total en équivalents temps plein (ETP)	1003	2.032,3	1.255,3	777,0
Nombre d'heures effectivement prestées				
Temps plein	1011	3.271.935	2.061.326	1.210.609
Temps partiel	1012	145.869	58.119	87.750
Total	1013	3.417.804	2.119.445	1.298.359
Frais de personnel				
Temps plein	1021	137.976.284	86.507.981	51.468.303
Temps partiel	1022	6.525.415	2.775.905	3.749.510
Total	1023	144.501.700	89.283.886	55.217.813
Montant des avantages accordés en sus du salaire	1033			

Au cours de l'exercice précédent	Codes	Total	1. Hommes	2. Femmes
Nombre moyen de travailleurs en ETP	1003	2.079,1	1.288,0	791,1
Nombre d'heures effectivement prestées	1013	3.509.209	2.181.263	1.327.946
Frais de personnel	1023	151.219.723	97.397.637	53.822.086
Montant des avantages accordés en sus du salaire	1033			

TRAVAILLEURS POUR LESQUELS L'ENTREPRISE A INTRODUIT UNE DÉCLARATION DIMONA OU QUI SONT INSCRITS AU REGISTRE GÉNÉRAL DU PERSONNEL (SUITE)

À la date de clôture de l'exercice	Codes	1. Temps Plein	2. Temps Partiel	3. Total en équivalents temps plein
Nombre de travailleurs	105	1.903	141	1.993,3
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	110	1.813	130	1.896,1
Contrat à durée déterminée	111	59	9	64,5
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	112			
Contrat de remplacement	113	31	2	32,7
Par sexe et niveau d'études				
Hommes	120	1.191	59	1.228,7
De niveau primaire	1200	1.191	59	1.228,7
De niveau secondaire	1201			
De niveau supérieur non universitaire	1202			
De niveau universitaire	1203			
Femmes	121	712	82	764,6
De niveau primaire	1210	712	82	764,6
De niveau secondaire	1211			
De niveau supérieur non universitaire	1212			
De niveau universitaire	1213			
PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE				
Personnel de direction	130	9		9
Employés	134	1.822	138	1.910,6
Ouvriers	132	72	3	73,7
Autres	133			

PERSONNEL INTÉRIMAIRE ET PERSONNES MISES A LA DISPOSITION DE L'ENTREPRISE

Au cours de l'exercice	Codes	1. Personnel intérimaire	2. Personnes mises à la disposition de l'entreprise
Nombre moyen de personnes occupées	150	187,45	
Nombre d'heures effectivement prestées	151	370.408,12	
Frais pour l'entreprise	152	11.517.134	

TABLEAU DES MOUVEMENTS DU PERSONNEL AU COURS DE L'EXERCICE

Entrées	Codes	1. Temps Plein	2. Temps Partiel	3. Total en équivalents temps plein
Nombre de travailleurs pour lesquels l'entreprise a introduit une déclaration DIMONA ou qui ont été inscrits au registre général du personnel au cours de l'exercice	205	89	14	97,1
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	210	22	3	23,9
Contrat à durée déterminée	211	35	10	40,4
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	212			
Contrat de remplacement	213	32	1	32,8

Sorties	Codes	1. Temps plein	2. Temps Partiel	3. Total en équivalents temps plein
Nombre de travailleurs dont la date de fin de contrat a été inscrite dans une déclaration DIMONA ou au registre général du personnel au cours de l'exercice	305	138	16	143,0
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	310	96	10	98,4
Contrat à durée déterminée	311	23	3	23,4
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	312			
Contrat de remplacement	313	19	3	21,2
Par motif de fin de contrat				
Pension	340	14	1	14,5
Chômage avec complément d'entreprise	341	56		56
Licenciement	342	11	1	11,5
Autre motif	343	57	14	61,0
Dont: le nombre de personnes qui continuent, au moins à mi-temps, à prester des services au profit de l'entreprise comme indépendants	350			

RENSEIGNEMENTS SUR LES FORMATIONS POUR LES TRAVAILLEURS AU COURS DE L'EXERCICE

	Codes	Hommes	Codes	Femmes
Initiatives en matière de formation professionnelle continue à caractère formel à charge de l'employeur				
Nombre de travailleurs concernés	5801	720	5811	503
Nombre d'heures de formation suivies	5802	13.319,98	5812	9.279,72
Coût net pour l'entreprise	5803	708.567	5813	495.012
dont coût brut directement lié aux formations	58031	708.567	58131	495.012
dont cotisations payées et versements à des fonds collectifs	58032		58132	
dont subventions et autres avantages financiers reçus (à déduire)	58033		58133	
Initiatives en matière de formation professionnelle continue à caractère moins formel ou informel à charge de l'employeur				
Nombre de travailleurs concernés	5821		5831	
Nombre d'heures de formation suivies	5822		5832	
Coût net pour l'entreprise	5823		5833	
Initiatives en matière de formation professionnelle initiale à charge de l'employeur				
Nombre de travailleurs concernés	5841		5851	
Nombre d'heures de formation suivies	5842		5852	
Coût net pour l'entreprise	5843		5853	

CHAPITRE 18

RÈGLES D'ÉVALUATION

1. PRINCIPES GÉNÉRAUX

Les comptes annuels de l'exercice 2016 sont établis conformément aux dispositions légales et réglementaires et aux pratiques comptables généralement admises en BELGIQUE (A.R. du 8 octobre 1976 relatif aux comptes annuels des entreprises).

2. RÈGLES D'ÉVALUATION ADOPTÉES PAR LA RTBF

A. LES RUBRIQUES SUIVANTES DU BILAN SONT ÉVALUÉES COMME DÉCRIT CI-APRÈS

- Immobilisations incorporelles
- Immobilisations corporelles

Tableau donnant, par type d'investissement, sa durée de vie et le type d'amortissement qui lui est appliqué.

	Durée de vie
A. TERRAINS ET CONSTRUCTIONS	
Bâtiments (y compris architecte, ingénieurs, géomètres)	33
Installations (ascenseur, chauffage, distribution d'électricité, téléphonie) et aménagements des bâtiments	15
Pylônes	33
Assurances et honoraires liés aux travaux immobiliers	3
B. ÉQUIPEMENTS DE PRODUCTION	
Équipements fixes Radio-TV	7
Cars de reportage	7
Équipements portables et accessoires de production Radio -TV (micros, caméras légères, enregistreurs, groupe électrogène mobile, éclairage)	7
Interphonie	7
C. ÉQUIPEMENTS DE LIAISON, DE DIFFUSION ET D'ÉMISSION	
Antennes, guides d'ondes	15
Infrastructure émetteurs	15
Emetteurs, réémetteurs et faisceaux hertziens	7
Codeurs et décodeurs	7
Réseau fibres optiques	7
Multiplexeurs	7
Moyens mobiles	7
Robotique d'archive	7
Routeurs	7
D. INFORMATIQUE DE PRODUCTION ET INFORMATIQUE GÉNÉRALE	
Baies	15
Câblage électronique et informatique	7
Logiciels structurants	7
Serveurs, P.C., écrans, imprimantes	3
Cartes et composants audio et vidéo	3
Station de montage audio/vidéo	3
Logiciels divers	3
E. DIVERS	
Mobilier	7
Outillage non portatif et appareils de mesure	7
Matériel mess et cafétéria	7
Véhicules	5
Matériel de plateau	3
Outillage portatif et équipements de type « grand public » (écran TV)	3

L'amortissement est pratiqué de manière linéaire dans le temps : le bien est amorti à partir de la date de mise en exploitation selon un pourcentage identique.

Certaines immobilisations (outillage et appareils de mesure) acquises jusqu'en 2006 font l'objet d'un amortissement dégressif. Le dernier amortissement de ce type est enregistré dans les comptes 2015.

Le bien est amorti lorsque sa valeur d'acquisition est supérieure ou égale à 1.000 euros.

B. IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Les titres figurent initialement au bilan pour leur prix d'acquisition et peuvent être réévalués ou dévalués distinctement en fonction de la valeur de l'entreprise sur lesquels ils portent.

C. STOCKS

La règle générale d'évaluation des stocks est le prix moyen pondéré pour les acquisitions auprès de tiers. Cependant, en ce qui concerne le stock « Elan », la méthode d'évaluation est :

- Stock moyen auprès de tiers (Droits de diffusion)

Les biens sont stockés au prix d'acquisition. Le coût de l'utilisation se répartit comme suit :

- première diffusion : 80%
- deuxième diffusion : 20%

La RTBF initie la procédure de réduction de valeur du stock des droits de diffusion lorsqu'un ou plusieurs critère(s) décrit(s) ci-dessous est (sont) rencontré(s) :

- Obsolescence des fictions, des dessins animés et des documentaires dont les débuts de droits sont antérieurs à deux années de la date de clôture de l'exercice en cours. La valeur du stock de ces fictions et documentaires est réduite à zéro.
- Fictions, dessins animés et documentaires ayant fait l'objet d'une première diffusion dont les droits se terminent avant la fin de l'exercice suivant et dont la seconde diffusion devrait être réalisée dans un intervalle de moins de douze mois. La valeur de la seconde diffusion est réduite à zéro.
- Fictions, dessins animés et documentaires n'ayant pas encore fait l'objet d'une diffusion dont les droits se terminent avant la fin de l'exercice suivant et dont la seconde diffusion devrait être réalisée dans un intervalle de moins de douze mois. La valeur de la seconde diffusion est réduite à zéro.
- Fictions interdites aux moins de 16 ans. La valeur du stock de ces fictions est réduite à zéro.
- Suite de séries que la RTBF a l'obligation d'acquérir et dont les droits de diffusion sont ouverts alors que les premiers épisodes ont récolté une part d'audience inférieure à 70% par rapport à la part d'audience moyenne de la case. La valeur de la suite de la série est réduite à zéro.
- Fictions dont la première diffusion a récolté une part d'audience inférieure à 70% par rapport à la part d'audience moyenne de la case. La valeur de la seconde diffusion est réduite à zéro.

A l'issue de cette sélection, une proposition détaillée titre par titre est transmise pour examen à la Direction des Antennes. Celle-ci étudie chaque programme au cas par cas.

La Direction des Antennes peut confirmer la sélection ou considérer que tel programme ne nécessite pas de réduction de valeur (exemple : elle peut envisager de diffuser le programme dans une case 20h-22h). Après validation auprès de la Direction Financière, l'information est traduite dans l'outil informatique de gestion des programmes et dans le système comptable. L'impact de la modification de la règle d'évaluation basée sur trois diffusions (80% ; 19% ; 1%) vers la règle basée sur deux diffusions (80% ; 20%) s'élève à 143.217,15 euros sur le résultat 2016.

D. CRÉANCES COMMERCIALES

Les créances commerciales sont comptabilisées à leur valeur nominale.

Des réductions de valeurs sont actées lorsque les factures ne répondent pas aux conditions d'intervention de l'assurance Ethias (si montant inférieur à 247,89 euros ou supérieur à 12.394,68 euros).

E. PLACEMENT DE TRÉSORERIE

La comptabilisation de ces placements s'effectue sur base de la valeur d'acquisition.

F. VALEURS DISPONIBLES

Ces valeurs sont comptabilisées à la valeur nominale.

G. INTERVENTION FINANCIÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DANS LE CADRE DES INVESTISSEMENTS DU PLAN MAGELLAN

Les montants versés par la Communauté française dans le cadre du financement de la prise de participation de la RTBF dans le capital des sociétés FERI et FREY sont d'abord comptabilisés en « Produits à reporter » de la rubrique Comptes de régularisation du bilan.

Ils sont ensuite imputés en produits à concurrence de la réduction de valeur actée sur les participations dans ces sociétés.

H. COMPTABILISATION DES RECETTES LIÉES À LA PUBLICITÉ

Jusqu'au 31/07/2008, les recettes publicitaires étaient imputées à concurrence du montant brut en produits d'exploitation alors que la commission de régie l'était en charge d'exploitation.

Depuis le mois d'août 2008, seul le montant net est comptabilisé en produits d'exploitation.

I. COMPTABILISATION DES DROITS SPORTIFS

Les droits de diffusion des événements sportifs sont comptabilisés en « charges à reporter » à l'actif du bilan au moment du paiement et en charge du compte « rétributions de tiers » impactant le résultat au moment de l'exercice des droits de diffusion. Dans le cas d'évènements sportifs répartis sur deux années calendrier, les droits de diffusion de ces événements sont comptabilisés en charge du compte de résultat en répartissant cette charge sur les deux exercices calendrier en fonction du nombre de journées de compétition.

J. RÉDUCTIONS DE VALEUR SUR CRÉANCES COMMERCIALES ET EN RAPPORT AVEC LE PERSONNEL

Des réductions de valeur sont actées selon les critères d'antériorité suivants :

- 25% de réduction du prix d'acquisition pour les créances de plus de 12 mois, date facture, non recouvrées ;
- 50% de réduction du prix d'acquisition pour les créances de plus de 24 mois, date facture, non recouvrées ;
- 100% de réduction du prix d'acquisition pour les créances de plus de 36 mois, date facture, non recouvrées.

K. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

Les montants sont estimés sur base des meilleures estimations qui sont considérées comme probables ou, dans le cas d'une obligation, de la meilleure estimation du montant nécessaire pour l'honorer à la date de la clôture du bilan. La suite de séries que la RTBF a l'obligation d'acquérir et dont les droits de diffusion ne sont pas encore ouverts alors que les premiers épisodes ont récolté une part d'audience inférieure à 70% par rapport à la part d'audience moyenne de la case. La valeur de la suite de la série est réduite à zéro.

L. RÈGLE PARTICULIÈRE POUR CERTAINES CATÉGORIES D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Suite à la décision du Conseil d'Administration de la RTBF du 20/06/2014 qui devra se concrétiser en 2019 par la reconstruction des bâtiments de la RTBF implantés sur le site de Reyers, les biens ou travaux portés à l'actif pour ce bâtiment et dont la durée de vie normale excéderait 2019 seront amortis à concurrence d'un quart de leur valeur résiduelle de 2016 à 2019.

L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2016 est de 1.405.495 euros.

CHAPITRE 19

MENTIONS

REPRISES EN CONFORMITÉ
AVEC L'ARTICLE 96
DU CODE DES SOCIÉTÉS

ÉVOLUTION DES AFFAIRES, RÉSULTATS ET SITUATION DE LA SOCIÉTÉ ; DESCRIPTION DES PRINCIPAUX RISQUES ET INCERTITUDES

Voir «Focus sur les résultats financiers» du présent rapport.

La RTBF souligne l'obtention d'une dotation complémentaire de la Fédération Wallonie-Bruxelles, conformément à l'article 66.2.c du contrat de gestion, afin de financer le versement en 2015 au Service des Pensions des compléments de pension en application de l'Arrêté Royal du 5 juin 2004 portant exécution de l'article 78 de la loi du 3 février 2003 apportant diverses modifications à la législation relative aux pensions du secteur public.

Le décret de la Fédération Wallonie-Bruxelles du 20 juin 2002 a autorisé la RTBF à participer au régime de pensions institué par la loi du 28 avril 1958 relative à la pension des membres du personnel de certains organismes d'intérêt public et leurs ayants droit.

En vertu de l'article 3 de ce décret, la RTBF est autorisée à accorder à charge de son budget un complément de pension aux personnes qui, à la veille de l'affiliation, bénéficient effectivement d'un supplément accordé au titre de montant minimum garanti de pension en vertu du décret du 29 novembre 1993 relatif aux pensions de retraite allouées aux agents définitifs de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF) ou en vertu du décret du 3 juillet 1986 relatif aux pensions de survie allouées aux ayants droit des agents définitifs de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF), dont le montant est supérieur à celui auquel elles peuvent prétendre à cette date en application des dispositions du Chapitre Ier du Titre V de la loi du 26 juin 1992 portant des dispositions sociales et diverses.

Le quatrième contrat de gestion de la RTBF pour les années 2013 à 2017, et plus particulièrement son article 12 relatif aux partenariats avec les producteurs audiovisuels indépendants pour la fiction et le documentaire, précise que la RTBF doit participer « à l'objectif d'accroître la production de séries télévisuelles belges, francophones, identitaires et populaires en partenariat avec la Fédération Wallonie- Bruxelles et toute institution publique ou privée qui souhaiterait s'inscrire dans cette démarche ». Dans cette optique, la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF ont décidé de nouer un partenariat visant à mutualiser leurs moyens afin de concrétiser cet objectif en instaurant conjointement un Fonds de soutien à la production des séries belges, ci-après dénommé « Fonds spécial pour les séries belges ». L'objectif est de produire une quarantaine d'épisodes de 52 minutes par an, par séries de 10 épisodes, soit 4 séries annuelles afin de fidéliser le public de la RTBF à la fiction belge francophone en général. Au 31 décembre 2016, la RTBF présente un engagement vis-à-vis du Fonds spécial pour les séries belges de 4.894.541 euros, enregistré en droits et engagements hors bilan.

La valorisation des participations financières est portée à l'actif de la RTBF sur base de l'actif net de ses filiales proportionnellement au pourcentage de la participation.

Cette année, par prudence, l'actif net de la Sonuma a été calculé, déduction faite de sa production immobilisée. Par conséquent, nous avons acté une réduction de valeur pour 1.233.699 euros.

ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE

Néant

INDICATIONS SUR LES CIRCONSTANCES SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INFLUENCE NOTABLE SUR LE DÉVELOPPEMENT DE LA SOCIÉTÉ

Néant

ACTIVITÉS EN MATIÈRE DE RECHERCHES ET DE DÉVELOPPEMENT

Néant

EXISTENCE DE SUCCURSALES DE LA SOCIÉTÉ

Néant

JUSTIFICATION DE L'APPLICATION DES RÈGLES DE CONTINUITÉ

La comptabilité a été tenue pendant toute la durée de l'exercice comptable et notamment en période de clôture selon les règles comptables établies par la législation comptable en vigueur et les recommandations de la Commission des Normes comptables.

AUTRES INFORMATIONS

Néant

INSTRUMENTS FINANCIERS

Néant

CHAPITRE 20

CRÉDITS

CRÉDITS

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

- © Aude Vanlathem : p. 33, 41, 48
- © Belga : p. 49, 56, 57
- © Bernard Juncker: p. 54
- © BUTTERFISH TV : p. 29
- © Catharsis : p. 27
- © Céline Dejoie : p. 30
- © Christine Plenus : p. 27
- © Derives: p. 27
- © Geoffrey Michot - RTBF: p. 38
- © Grizzly films : p. 19
- © Hadrien Hanse - Okidoki prod SPRL : p.46
- © Jean-Michel Byl : p. 4, 39, 77
- © Jean-Michel Clajot : p. 4, 29
- © Jérôme Lambot : p. 67
- © Marc Verpoorten - Ville de Liège : p. 64
- © Martin Godfroid : p. 35
- © Maxime Delvaux : p.8
- © Philippe Buissin : p. 34
- © Photonews : p. 46
- © RTBF : p. 18, 19, 21, 22, 23, 30, 34, 47, 52, 58, 59, 60, 61, 63, 65, 77
- © Stéphane Laruelle : p. 36, 37, 40, 55
- © Studio graphique RTBF - Jean-Michel Byl - Philippe Buissin - Cassandre Sturbois - Istockphoto : p.20
- © Studio Graphique RTBF • Istockphoto, Jean-Michel Byl, Renaud Chantrie et Philippe Buissin : p.17
- © Triangle 7 : p.28, 32
- © Wild Bunch : p.25
- © Zeno Graton : p.26

ÉQUIPE

EDITEUR RESPONSABLE

Chris Vandervinne

COORDINATION

Flore Vercaempst

REDACTION

Nathalie Pierard

Adriano Gambi

VIDEO

Marie Nauwelaerts

Keywall

FINANCES

Alexandra Cornet

Henri Schuind

Jérôme Salavert

GRAPHISME

Eocene

Imprimé en mai 2017
en 300 exemplaires

DÉPOT LÉGAL

D-2016-0974-1

ISBN 2-930044-27-6