

Rapport d'activités 2023

Médiation & Relations avec les publics - RTBF

En 2023, notre service de Médiation et de Relation avec les publics a reçu **10.199 messages** de votre part, auditeurs, téléspectateurs, internautes et utilisateurs.

Vous avez été **12.435 participants** à nos ateliers, visites guidées, rencontres et débats sur l'un de nos sites de production.

10.199



12.435



Dans ce rapport, vous trouverez...

A PROPOS du service de Médiation & de Relation avec les publics à la RTBF -----	page 4
La démarche INSIDE -----	page 5
Les ACTIVITES en 2023 -----	page 6
1. Encourager une culture du public en interne	page 7
a. Le projet Contact	page 7
b. Accompagner les publics dans leur consommation médias	page 9
Les questions techniques	page 10
c. Répondre de manière transparente aux plaintes et questions de fond	page 13
Vos réactions sur l'information en 2023	page 13
Réactions sur les contenus hors info	page 24
Plaintes, interpellations et réclamations	page 30
2. Accueillir les publics à la RTBF	page 35
a. Visites guidées thématiques : dans les coulisses de...	page 36
b. Visites virtuelles et jeux	page 40
c. Partenariats	page 42
3. Construire des dispositifs d'échanges approfondis	page 44
a. Les ateliers en immersion : dans la peau de...	page 45
b. Le réseau des Insiders	page 47
c. 70 ans d'écran	page 48
d. Balance ton son	page 49
4. Editorialiser l'échange avec les publics	page 50
La magazine TV Inside	page 50
Les chroniques radio Inside	page 50
Les articles Inside info	page 50
5. Rapporter et faire circuler	page 51
Les circuits internes	page 51
Conclusion et pistes d'améliorations	page 52
Annexes -----	page 54
Liste des sujets des chroniques radio INSIDE	page 54
Liste des sujets des articles Inside info	page 57
Liste des sujets du magazine TV INSIDE	page 60

À PROPOS

DU SERVICE MÉDIATION & RELATION AVEC LES PUBLICS

Le service médiation de la RTBF est composé de 4 personnes, il dépend directement de l'administration générale. Il agit de manière autonome et développe, au sein de l'entreprise mais également en dehors, diverses collaborations pour remplir ses missions.

Les missions du service de médiation et de relation avec les publics se résument en **5 GRANDS AXES** :



ENCOURAGER UNE **CULTURE DU PUBLIC** EN INTERNE



ACCUEILLIR LES PUBLICS A LA RTBF



CONSTRUIRE DES DISPOSITIFS D'**ECHANGES APPROFONDIS**



EDITORIALISER L'ECCHANGE AVEC LES PUBLICS



RAPPORTER ET FAIRE CIRCULER

LA DEMARCHE **INSIDE**

Une grande partie du travail de la médiation est rendu visible auprès du public via le label **INSIDE**. **INSIDE** est une démarche transversale qui implique, outre la médiation, la rédaction info, celle de VivaCité et la thématique de contenus Service aux publics.

INSIDE regroupe deux grands volets :

- la production de **contenus** de médiation et d'éducation aux médias, en réponse ou en lien avec les réactions des publics, mais pas seulement : les contenus **INSIDE** répondent, décryptent et analysent l'offre RTBF, ses contenus, son information.
- les **activités** de médiation et d'éducation aux médias, développées pour échanger avec les publics, les accueillir et leur faire découvrir le monde des médias : ce sont principalement les visites guidées sur différents sites de la RTBF et les ateliers en immersion.

INSIDE lève ainsi le voile sur les coulisses de la production audiovisuelle et digitale, sur les choix éditoriaux et les pratiques médiatiques.



De nombreux contenus **Inside** sont repris dans les pages qui suivent, en lien et à côté de chaque thème significatif qui ressort des réactions des publics dans les contacts qu'ils ont pris avec la RTBF en 2023. La liste complète des contenus Inside produits et diffusés en 2023 se trouve dans les annexes.

LES ACTIVITES EN 2023

1 ENCOURAGER UNE CULTURE DU PUBLIC EN INTERNE

- 1.1. Le projet Contact
- 1.2. Accompagner les publics dans leur consommation médias
 - Les questions techniques
- 1.3. Répondre en transparence aux plaintes et questions de fond
 - Vos réactions sur l'information en 2023
 - Réactions sur les contenus hors info
 - Plaintes, interpellations et réclamations

1.1. Encourager une culture du public en interne

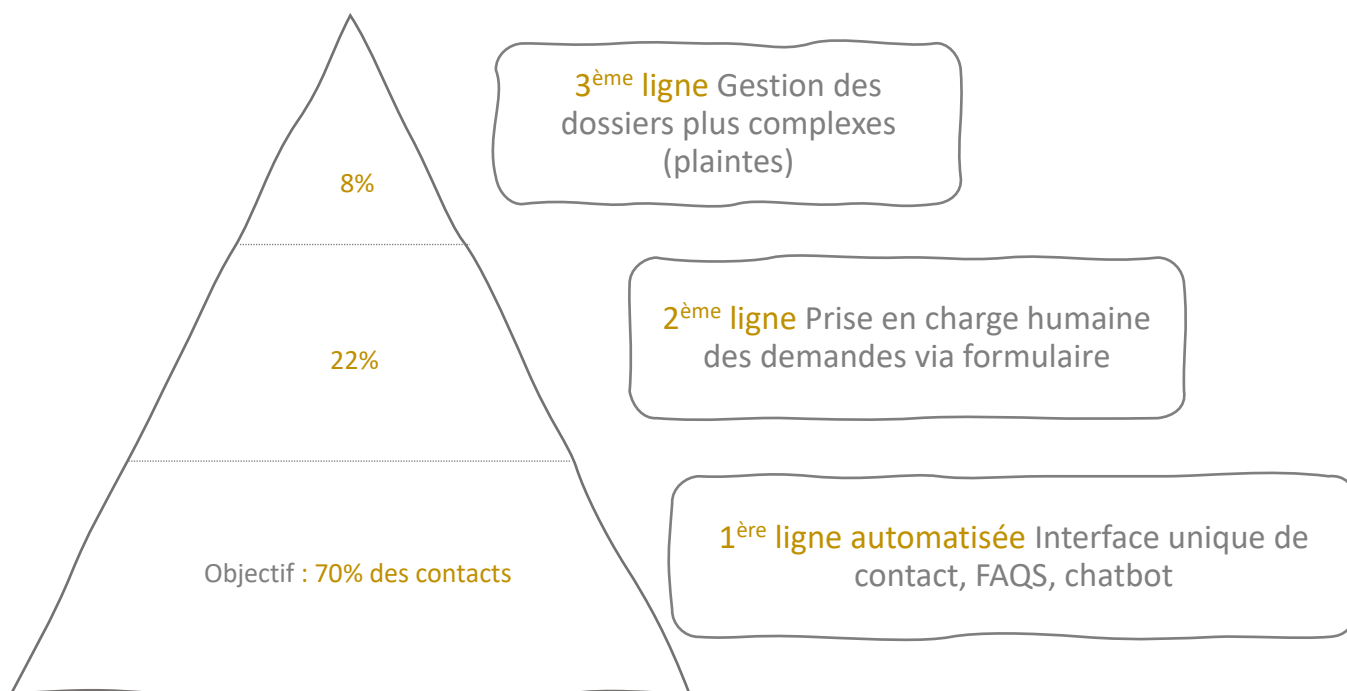
Chaque jour, via ses différents canaux de contact, la RTBF reçoit des questions, des demandes, des avis et des réclamations du public.

Sur l'année 2023, notre service de médiation en a comptabilisé **10.199**. Ces 10.199 réactions enregistrées ne représentent pas, en réalité, la totalité des contacts pris par le public avec la RTBF. Les appels téléphoniques, certains contacts mails, les messages privés ou commentaires envoyés sur les pages RTBF des réseaux sociaux n'en font pas partie. Aucun outil ne permet encore de rassembler l'ensemble des contacts et d'offrir une vue d'ensemble, tous canaux confondus.

C'est pour obtenir cette vue d'ensemble que le **Projet CONTACT** a été mis en place. Il vise à structurer et clarifier la prise de contact, à améliorer et coordonner la prise en charge et le suivi des contacts des publics.

Le projet contact repose ainsi sur une structure en trois lignes :

- La **première ligne** vise à répondre à un maximum de demandes des publics via une interface de contact claire, des FAQs et un Chatbot pour guider l'utilisateur dans sa recherche.
- La **seconde ligne** concerne la prise en charge humaine et repose sur un outil de gestion transversal à toute l'entreprise. Le nouvel outil permettra également une meilleure répartition et circulation des demandes du public par émission et par thématique.
- La **troisième ligne** se rapporte à la gestion des plaintes.



Sur l'ensemble des trois lignes, le projet Contact vise à une **meilleure communication**, à une **meilleure gestion des données** (notamment via des rapports et tableaux de bords) et à une **meilleure circulation des feedbacks** des publics. Il a pour objectifs de :

- Faciliter la **prise de contact** des publics
- Faciliter et **encourager leur prise en charge humaine** par les différents départements concernés
- Faciliter la circulation au sein des équipes concernées par les remarques, avis et incompréhensions du public, dans une démarche **d'amélioration continue**
- **Identifier** les réactions et réflexions pertinentes
- **Nourrir** les émissions

Le Projet CONTACT participe donc d'un changement culturel au sein de l'entreprise. Il vise à encourager une **culture du public**. Et à transformer :

- **Ce qui est perçu comme une incompréhension** et parfois comme une attaque **en une occasion d'expliquer** les choix éditoriaux, les pratiques et les métiers.
- **Ce qui est perçu comme une réaction désagréable en feedback utile** et en opportunité d'amélioration
- **Ce qui est parfois perçu comme une menace en éléments de réflexion**, notamment sur le cadre du lien que la RTBF ambitionne de construire avec les publics de la FWB (quels types de lien, quels types d'échange, quelles limites...).

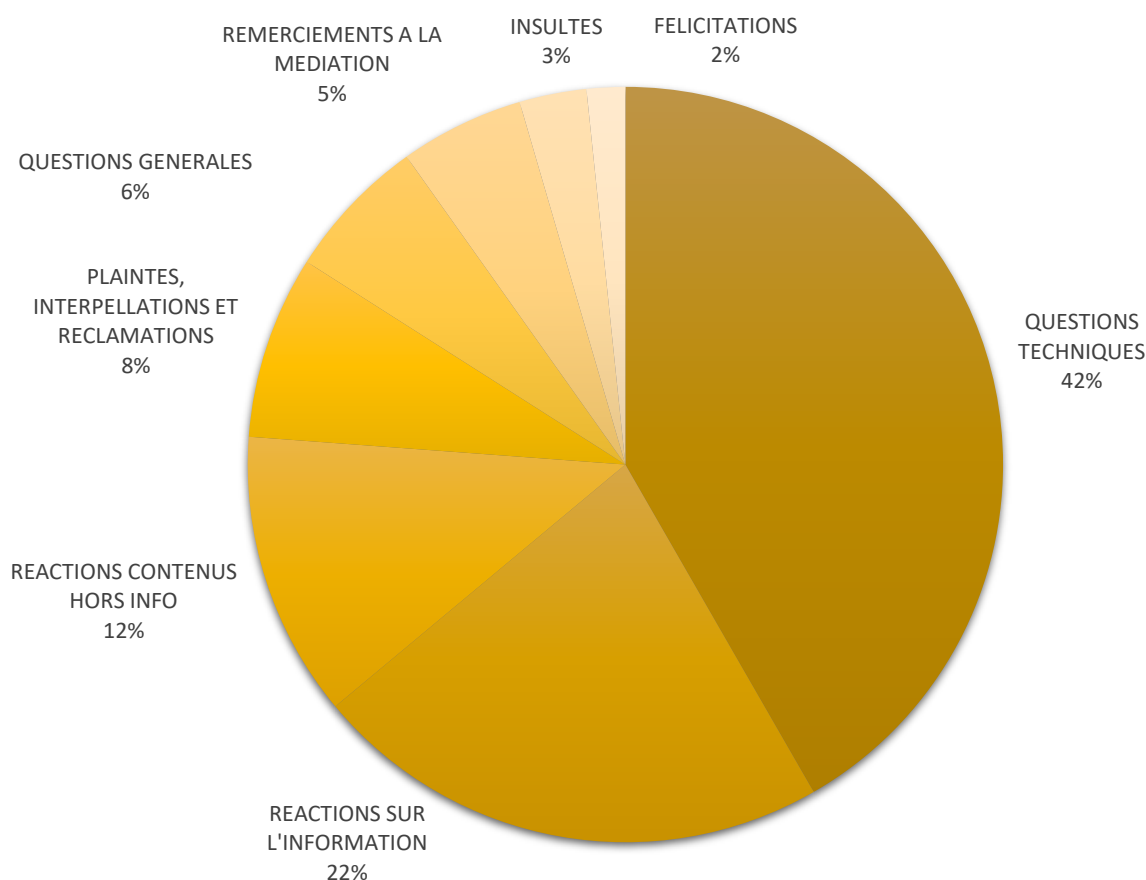
En 2022, un marché public a permis de désigner l'outil **Zendesk** pour assurer la mise en œuvre technique de la première et la deuxième lignes du projet. L'année 2023 a été consacrée au paramétrage de l'interface unique de contact, à la structuration des FAQS et des formulaires et aux premiers embarquements des équipes et départements (coordination et débuts de formations).

Le lancement de l'interface est prévu au printemps 2024.

1.2. Accompagner les publics dans leur consommation médias

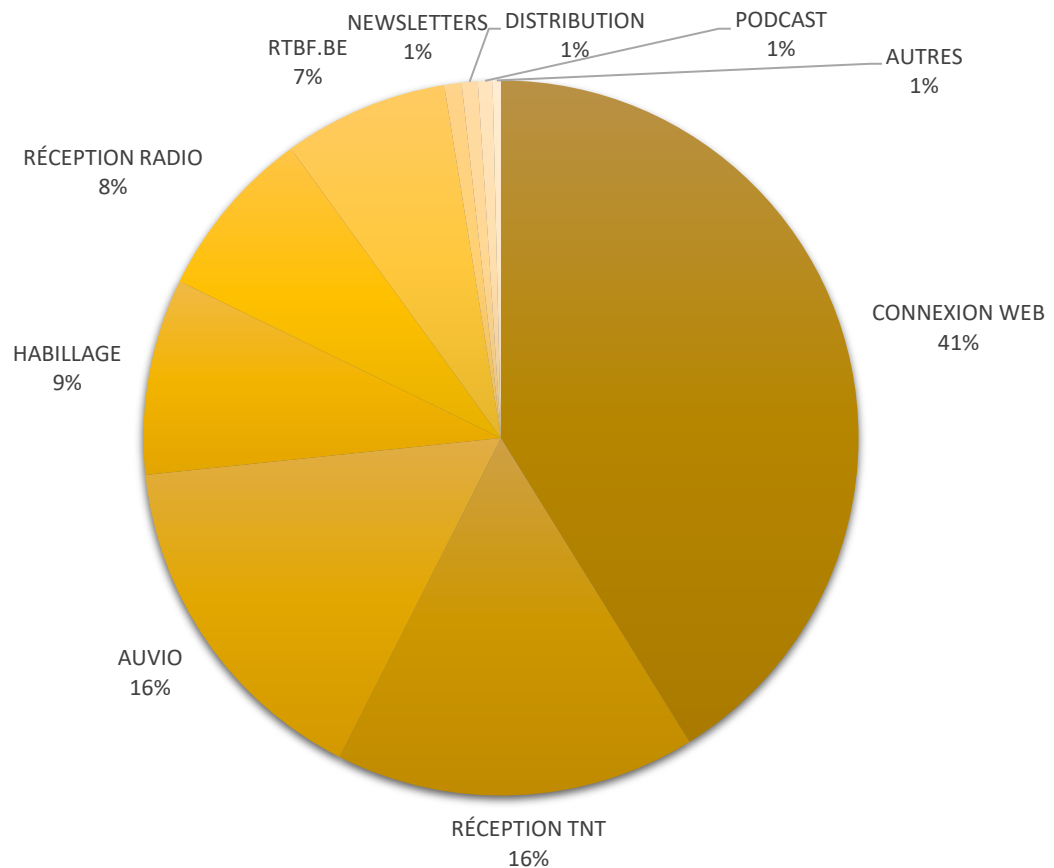
Les **10.199 réactions** enregistrées par notre service en 2023 se répartissent comme suit :

- **42 %** des messages se rapportent à des **questions techniques** (connexion sur les plateformes, réception radio et TV...),
- **23 %** sont des interrogations, avis et suggestions face aux contenus d'**information**.
- **12 %** concernent les **contenus** hors informations (fictions, divertissement, documentaire...)
- **8 %** sont des **plaintes, réclamations** ou **interpellations formelles**
- **6 %** des questions générales sur la **RTBF** (demande d'étudiants, réaction sur l'offre et les missions de service public, demande de copies ou de goodies...)
- **5 %** de l'ensemble des messages **remercient** la médiation
- **3 %** sont des insultes et des grossièretés
- **2 %** des **félicitations**



Les **questions techniques** représentent la part la plus importante, soit 42 %, de l'ensemble des contacts établis par le public, comme le montre le graphique précédent. Sur celui qui suit, on constate que 41 % d'entre eux concerne des **problèmes de connexion** sur les sites RTBF.

Viennent ensuite la **réception TNT** et **auvio**, avec chacun 16 % des demandes. Les réactions sur **l'habillage** sont particulièrement importantes (9%) en 2023, en raison du changement de la charte graphique des journaux télévisés.



- Problèmes de connexion

La FAQ « [Problème de connexion : Comment faire pour accéder à votre compte RTBF/Auvio ?](#) » est la plus consultée en 2023, avec **62.180 vues**, contre 24.562 vues en 2022.

Face à ces problèmes récurrents, la RTBF a mis en place, en 2023, un [formulaire spécifique](#) qui permet aux utilisateurs d'avertir directement la RTBF, sans avoir à se connecter.

Le public se plaint de « compte bloqué », « compte en attente d'enregistrement » ou de mot de passe signalé comme « invalide ». Les utilisateurs contactent la RTBF lorsqu'ils font face à l'incapacité de se connecter. Les demandes portent sur l'origine du problème et sur sa durée.

Les mécontentements atteignent leur apogée lors de retransmission en direct sur auvio, notamment sportives. En moyenne, on compte 200.000 internautes sur chaque Grand Prix en direct. Les bugs font donc largement réagir, comme cela a été le cas lors du direct du Grand Prix de Formule 1 à Monaco.

La [chronique Inside](#) du 2 juin 2023 est revenue sur les problèmes de connexion sur auvio, dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#).

- Auvio

En dehors des problèmes de connexion, auvio reste le motif de demande le plus fréquent : contenus introuvables, problème de son ou d'image, questions sur la géocalisation ou le téléchargement de contenus. En 2023, les FAQS relatives à auvio sont les plus consultées, avec :

- 20.653 vues (6.224 en 2022) pour [Je rencontre des problèmes de lecture avec le replay ou le direct.](#)
- 14.062 vues (7.184 en 2022) pour [Je souhaite consulter Auvio sur un autre support \(Smart TV ou console\).](#)
- 8383 vues pour [Puis-je télécharger les contenus auvio ?](#)

La [chronique Inside](#) du 02 juin 2023 est revenue sur les problèmes de connexion sur auvio, dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#).

- TNT

Le 1^{er} septembre 2023, après 12 ans d'existence, la RTBF a amélioré la qualité du service TNT en passant à la HD, la haute définition. Les avantages apportés par la TNT2 (ou DVBT2) sont une plus grande qualité d'image et une meilleure couverture du territoire francophone. Ces améliorations ont un impact sur 60 à 70.000 téléspectateurs qui choisissent de consommer les programmes TV de la RTBF via la TNT : les trop vieux appareils ne sont pas compatibles avec la technologie TNT2 et un nouveau téléviseur ou décodeur est nécessaire.

La TNT a définitivement été mise à l'arrêt le 31 août pour être remplacé par une diffusion DVB-T2 effectuée sur le canal 42 (642 MHz). La RTBF a largement communiqué sur ses antennes pour informer les téléspectateurs de ce changement.

La [chronique Inside](#) du 1^{er} septembre explique et apporte des informations pratiques sur le passage à la TNT2 dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

La [FAQ Modernisation de la TNT](#) a par ailleurs rassemblé 14.918 vues.

- Habillage JT

Dans le milieu de l'audiovisuel les codes graphiques sont en constantes évolutions. Pour éviter d'être « dépassé », l'habillage graphique des programmes fait régulièrement faire peau neuve. Cela a été le cas en 2023 pour le journal télévisé. Les derniers changements graphiques des journaux télévisés dataient de 2016.

Sans grand effet d'annonce, les téléspectateurs ont découvert, le 9 octobre, les nouveaux habits du JT. **Plus de 350 plaintes** ont été reçues à ce sujet, principalement concernant la lisibilité du texte. L'équipe graphique du JT s'est effectivement débarrassée du « tout majuscule » et a opté pour une nouvelle taille de police, réduite alors de 20%.

Les critiques des téléspectateurs portent sur la taille du texte (trop petit), le sous-titrage (illisible) et les fonds de couleur (pas assez contrastés). Ils se plaignent particulièrement d'une lecture difficile pour les personnes âgées ou les personnes malvoyantes :

Il est difficile de lire les messages compte tenu du manque de contraste entre les couleurs de la bande et du texte. En outre, la petitesse des caractères. Serait-il possible de remédier à cette situation ?

Je viens vous faire part de ce qui me heurte, notamment quand je vous rejoins pour le JT : Je ne suis pas suffisamment polyglotte et certains sous-titres sont à peu près illisibles. Imaginez la frustration quand il s'agit d'essayer de comprendre une interview ! Vous avez dû vous apercevoir du problème (question de contrastes et de taille des caractères ?) et vous êtes certainement à même d'y remédier.

Le nouveau sous titrage du JT est illisible. L'écriture noire sur fond gris avec dégradé affaiblit la lisibilité. Pourriez-vous envisager de changer car dans un salon, la réalité des spectateurs, l'écran se trouve à plusieurs mètres et ils n'ont pas les yeux de vos jeunes techniciens.

Par ce message je dénonce la discrimination dont sont victimes les personnes plus ou moins malvoyantes (...). Depuis quelques semaines les sous-titres sont devenus particulièrement petits et au défilement tellement rapide au point d'être illisibles même pour une personne opérée, comme moi, de la cataracte ce que bien des personnes ne peuvent pas se payer (comme des lunettes d'ailleurs). La mission d'information d'une partie importante de la population n'est donc plus remplie par la chaîne de service public. Les malentendants bénéficient eux, je m'en réjouis, d'un JT avec traduction gestuelle. Est-il normal que chaque francophone n'ait pas droit à une même information complète et que la RTBF ne réponde même pas à une interpellation d'un téléspectateur à ce sujet.

Des tests de lecture et de lisibilité avaient été réalisés en amont du lancement. Ils n'ont eu lieu qu'en interne et pas auprès du public externe. Les plaintes ont amené les équipes du JT à procéder à des **modifications**. Pour améliorer le confort de nos téléspectateurs, le contraste de certains lettrages a été renforcé et la taille des éléments de l'habillage augmentée de 20%.

La [chronique Inside](#) du 17 octobre fait part des nombreuses plaintes et des modifications apportées dans [On n’a pas fini d’en parler sur VivaCité](#)

1.3. Répondre de manière [transparente](#) aux plaintes et questions de fond

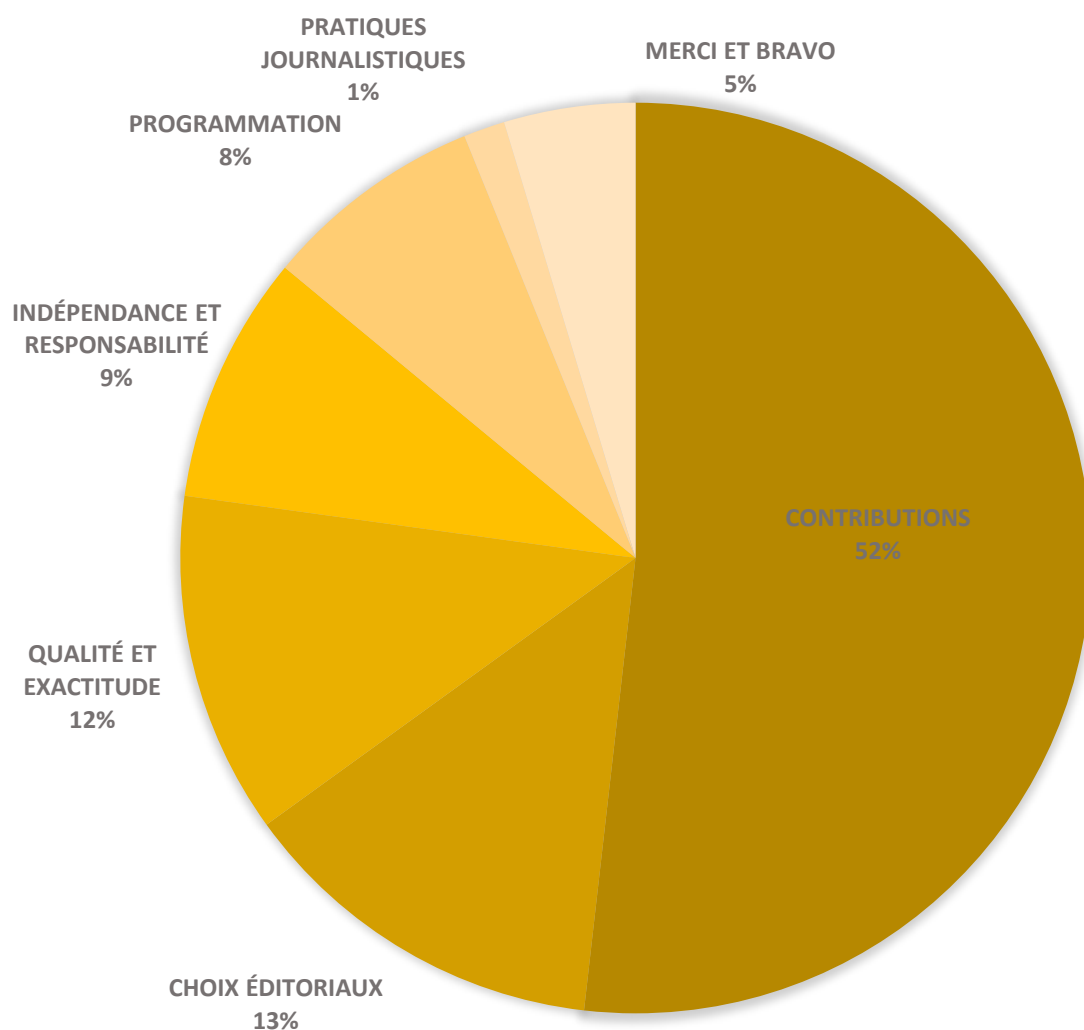
En dehors des demandes d’utilisation et de consommation médias, le public interagit avec la RTBF sur les contenus d’informations, les choix éditoriaux, la qualité des interventions et le pluralisme des invités et experts.

L’information est le secteur qui rassemble le plus de questions de fond. Même si la rédaction est plus souvent contactée pour des questions sur l’actualité en elle-même ou pour des suggestions de contenus (ces deux catégories de messages sont reprises sous l’appellation contributions dans le graphique ci-après).

En 2023, le service de médiation et de relation avec les publics enregistre **2.380 messages relatifs à l’information** :

- 1233 [contributions](#), suggestions ou témoignages sur le contenu et questions sur l’actu
- 849 [interrogations](#) sur le traitement de l’information et le travail journalistique,
- Les questions de [programmation](#) rassemblent 187 messages et,
- on dénombre 111 [merci](#) et bravo.

Les 849 réactions sur le traitement de l’information se rapportent aux choix éditoriaux (319 messages), à l’indépendance et la responsabilité des journalistes (210), à la qualité et l’exactitude des contenus (285) et aux pratiques journalistiques (35). On soulignera que les « mercis et bravos » sont plus nombreux qu’en 2022.



En 2023, les sujets info qui font le plus réagir sont :

- Le conflit Israël-Hamas
- La guerre en Ukraine
- Le séisme au Maroc : 8 septembre
- PFAS : novembre
- Les attentats de Bruxelles du 16 octobre

- Le conflit Israël-Hamas

Dès le 7 octobre et la prise d'otage pendant l'attaque du Hamas contre Israël, les téléspectateurs réagissent sur la couverture de l'information, sur l'équilibre de traitement, y compris dans le choix des invités. Au fur et à mesure des jours et des semaines, le public demande des explications sur les sources, sur le vocabulaire utilisé et partage son opinion sur les raisons et les torts des deux camps.

Le 7 Octobre, dans le JT de 19h30, Laurent Mathieu a invité le professeur Dubuisson pour "mettre en perspective" les événements du jour à savoir l'attaque du Hamas sur le territoire d'Israël. J'ai trouvé particulièrement scandaleux et choquant la façon dont ce professeur d'université "met en perspective" ces événements ; pour lui, il n'y a qu'un coupable, c'est l'état d'Israël et donc, en bref, ils ont bien mérité ces attaques meurtrières et ils ne doivent s'en prendre qu'à eux-mêmes. Malheureusement, ce conflit est bien plus complexe que ce que Monsieur Dubuisson veut bien en dire et je suis inquiet de savoir que ce professeur doit probablement informer ces étudiants de la même manière dans ses cours de droit international. La RTBF n'a jamais été pro-israélien mais on ne le lui demande pas non plus ; mais un minimum d'honnêteté intellectuelle et un meilleur choix des invités pour traiter un sujet aussi brûlant seraient bienvenus et permettraient aux auditeurs de ne pas tomber dans l'antisionisme primaire.

En regardant le journal, je constate que vous citez "le ministère de la santé du Hamas", et passez des extraits de conférences de presse du Hamas. Pourtant le Hamas est classé comme organisation terroriste par l'union européenne et donc par la Belgique. Est-ce normal de donner la parole à une organisation terroriste, et donc de cautionner leurs propos ? De légitimer leur existence ? Je tiens à préciser que je ne suis pas du tout un partisan d'Israël, qui ne sont pas des enfants de cœur et se rendent coupable d'exactions ; Ce n'est pas une raison de donner plus de crédit qu'ils ne méritent au Hamas, je me pose la question de savoir si une orientation politique de la rédaction n'est pas la raison de cette tendance ?

Je voudrais vous faire part du déséquilibre d'information concernant l'actualité en Israël. Les journalistes ne sont pas impartiaux et stigmatisent Israël sans partager des informations sur le Hamas, faisant ainsi le jeu des antisémites. Un peu d'Histoire ne ferait pas de tort pour être plus juste dans leur propos et recontextualiser les informations.

Je suis particulièrement outré de la manière dont vous traitez le combat d'Israël contre les terroristes, je viens de lire l'article où Israël donne un chiffre de ses victimes, vous ne pouvez manifestement pas vous empêcher de citer à chaque fin d'article le nombre de morts

Palestiniens....et le tout donné par, et je cite " le ministère de la santé du Hamas" comment un mouvement terroriste peut-il avoir un ministère de la santé et comment pouvez-vous lui donner une crédibilité en le citant ? Je rappelle aussi que jamais vous ne mettez en perspective le fait que tuer des civils volontairement et des victimes collatérales n'est pas la même chose. Parlez-vous des bombardements alliés sur les villes allemandes comme des crimes de guerre ? Il ne fait aucun doute que votre vision est non seulement biaisée mais orientée ce qui, je vous l'accorde, correspond bien à l'idéologie de la RTBF qui penche en permanence fortement à gauche aux dépens d'une information objective et complète.

Deuxièmement, le bombardement d'un hôpital à Gaza. Vous dites que Biden " a choisi son camp". Vous aussi me semble-t-il, celui des terroristes. En omettant volontairement les preuves données par des personnes indépendantes démontrant que ce bombardement ne provient pas d'Israël. Il suffit de regarder dans d'autres médias pour les avoir. Et puis soyons sérieux, vous pensez vraiment qu'à la veille de la visite du président des Etats-Unis et alors qu'Israël essaye de limiter les pertes civiles, ce pays irait bombarder un hôpital ? Nous savons parfaitement que le Hamas utilise les Palestiniens civils comme boucliers humains. Je ne suis ni pour un camp ni pour l'autre. Je demande la vérité. Vous me faites honte. Nous aimerions que vous corrigiez vos informations et présentiez vos excuses, c'est la moindre des choses.

Dans un article publié ce jour, vous relayez à nouveau un communiqué du Hamas qui parle de 55 morts dans des bombardements israéliens. Le couac inacceptable sur la prétendue frappe israélienne sur l'hôpital de Gaza ne vous a pas servi de leçon ? Le Hamas fait de la propagande pas du journalisme. Relayeriez-vous des communiqués de Daesh ? Si votre journaliste n'a pas d'informations fiables d'une source digne de confiance, aucune honte à l'admettre.

Pour apporter des éléments d'explication sur la couverture du conflit Israël-Hamas, [Inside info](#) a publié, le 10 octobre 2023 l'article [Guerre Israël-Gaza : quels termes et quelles images la RTBF choisit-elle d'utiliser ?](#) Il a été vu 12.136 fois.

[Jean-Pierre Jacqmin](#), directeur de l'information et des sports, a partagé avec les auditeurs la ligne éditoriale de la rédaction dans la couverture de la guerre entre Israël et le Hamas. C'était le 13 octobre dans la séquence Inside d'[On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

Le 20 octobre 2023, un second article [Inside Info](#) répond à la question [La RTBF a-t-elle "désinformé" en présentant l'explosion dans l'hôpital de Gaza comme l'œuvre d'Israël ?](#). Il comptabilise 18.337 vues.

Et le 7 novembre, [Inside info](#) revient sur des explications plus larges : [Comment la RTBF traite-t-elle de la guerre au Proche-Orient ?](#). Cet article est vu 9911 fois.

- La guerre en Ukraine

En 2023, les réactions concernant la guerre en Ukraine relèvent principalement une baisse de couverture, au profit du conflit Israël-Hamas.

Je regrette vivement que les infos concernant la guerre en Ukraine disparaissent des JT et des informations radio

Bonjour, pourquoi depuis le 7 octobre la guerre d'Ukraine est oubliée. Plus aucune info à ce sujet. C'est bien triste de ne plus parler de cette guerre. Vous faite plaisir à Poutine en agissant ainsi.

Depuis le début de l'offensive israélienne sur Gaza, la guerre en Ukraine, qui est pourtant un sujet d'importance internationale, n'est même plus abordée... Je m'adresse à vous en quête de clarifications sur les critères qui déterminent la sélection des sujets, leur ordre de présentation, ainsi que sur la périodicité de couverture de certains événements internationaux. J'aimerais comprendre votre démarche éditoriale, car elle influence notre compréhension du monde qui nous entoure. Pourriez-vous m'expliquer les raisons derrière ces choix éditoriaux ? Comment décidez-vous de l'ordre de diffusion des reportages et de la fréquence des mises à jour sur des conflits internationaux tels que la guerre en Ukraine ?

Ces changements de priorités éditoriales ont été partagés dans différents RDV de l'information, notamment dans *Matin Première* et *Déclic*.

Inside Info a par ailleurs partagé les coulisses de la couverture de la guerre en Ukraine : [Dans les coulisses de la guerre en Ukraine : une initiative pour faire comprendre nos métiers \(4474 vues\)](#).

- Le séisme au Maroc

Le séisme au Maroc, survenu le 8 septembre 2023, provoque un élan de solidarité qui s'exprime dans de nombreux messages reçus. **Inside info** publie, le 14 septembre, un article intitulé [La RTBF se mobilise pour le Maroc avec un JT en direct de Marrakech](#). Il est vu 1379 fois.

En tant que citoyen belge d'origine marocaine, je tiens à exprimer ma profonde gratitude et mes sincères remerciements pour votre remarquable couverture du séisme qui a frappé le Maroc. En ces moments difficiles, votre dévouement a profondément touché notre communauté marocaine. Nous avons traversé une semaine de douleur, de tristesse et de chagrin, ressentant parfois même une certaine culpabilité pour nos privilèges, alors que d'autres ont dû dormir dans la rue, sans abri, nourriture, hygiène ou protection. Vos reportages ont su capturer cette détresse humaine avec une sensibilité remarquable,

témoignant de votre engagement sincère envers votre métier. Vous avez offert une plateforme précieuse à la communauté marocaine en diffusant des informations essentielles, notamment en relayant les points de collecte de dons. Votre contribution à la réussite de ces collectes a été immense. Grâce à vous, nous avons pu rester informés des événements au fil des minutes, gardant ainsi un lien avec nos proches et vivant ces moments douloureux à travers eux.

- L'enquête sur les PFAS

L'enquête du magazine *#Investigation* consacrée au PFAS génère un lot important de questions complémentaires et de nombreux remerciements.

Ce message pour vous remercier pour le sérieux, la clarté et l'approche scientifique des articles de la cellule Décrypte, dont notamment celui de Guillaume Woelfle sur le glyphosate et sa triste prolongation ou celui collectif présentant 10 questions courantes sur les PFAS. J'aimerais que la RTBF ait la capacité dans chaque article de mettre le sujet en perspective et d'analyser les enjeux liés... (sans pour autant chasser la partie de son public qui préfère les articles très courts et non fouillés.

Votre enquête sur les PFAS a, une fois de plus, démontré les qualités journalistiques que l'on retrouve à la RTBF. Si la question des PFAS est polémique et est grave en termes d'impacts sanitaires

Je souhaitais simplement faire remarquer que cet article (sur les rejets de PFAS par Total Energies à Feluy) était vraiment d'une excellente qualité ! Étant ingénieur et chercheur universitaire, j'ai beaucoup apprécié la démarche scientifique et la présentation des conclusions, ainsi que l'approche très pédagogique de la rédaction.

Quelques réactions concernent le travail journalistique et *Inside* s'y est appuyé pour expliquer les coulisses de la rédaction, avec deux contenus spécifiques :

- Un article publié le 26 novembre [#Investigation sur les PFAS : la RTBF aurait-elle dû avertir le grand public plus tôt ?](#) – 6.731 vues
- Et une séquence *Inside* consacrée à l'enquête, dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

- Attentat de Bruxelles

Le 16 octobre, une fusillade a lieu dans le centre-ville de Bruxelles, à proximité de la place Saintelette. L'attaque terroriste tue deux Suédois et blesse grièvement une troisième. La rédaction propose une édition spéciale pour suivre l'événement au plus près.

Je ne comprends pas pourquoi vous devez faire une édition spéciale durant de long moments ? Je vous propose de revoir toutes vos éditions spéciales et d'analyser le contenu et ce que vous nous apportez. Pourquoi ne pas informer votre public avec tout le contenu que vous avez et ensuite vous diffuser un programme de remplacement. Durant ce temps cela permet aux journalistes de recevoir des nouvelles informations. Je me souviens des attentats du 11 septembre où vos journalistes ont tenu l'antenne durant plus de 7h et où ils n'avaient pas beaucoup d'information. Je trouve que c'est plus qualitatif de faire des petites périodes d'informations et vous pouvez faire défiler une bande d'information durant les diffusions de programmes

Bonjour, Je suis très surprise et choquée par la manière dont vous traitez certains faits d'actualité. Vous ne donnez pas l'image d'un journalisme de qualité, objectif. Premièrement, votre séquence sur le terroriste qui a frappé lundi la Belgique. Vous parlez de présumé terroriste. Présumé donc. Les faits parlent d'eux-mêmes. N'avez-vous pas vu les images, et les preuves. Il s'agit d'un terroriste ! Cet homme est mort, vous pensez peut-être qu'il y aura un procès ?

Le 20 octobre, [Inside](#) profite de ces réactions pour partager les coulisses de la spéciale attentat dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

*

* *

En dehors des sujets marquants de l'année 2023, la rédaction info reçoit des interpellations sur :

- La hiérarchie des sujets

A la une de RTBF info, trois mentions différentes de Harry & son livre de "révélations". Est-ce plus important que le procès des attentats, la guerre en Ukraine ou la crise brésilienne ? ou bien l'audimat doit-il contribuer à remplir les caisses du pauvre petit prince et de sa Cendrillon ?

Jeudi 19 janvier. Le JT de 19h30 s'ouvre sur la manifestation contre la réforme des retraites à Paris (avec intervention de la correspondante). Près de 5 minutes y sont consacrées. Pourquoi un tel choix prioritaire ? En quoi cet événement impacte-t-il le citoyen de Belgique francophone ? Avec le risque d'importer les termes du débat français dans le contexte belge. Il eut fallu au moins indiquer les points communs et les différences entre les 2 contextes ? Croit-on que les JT français ouvriraient sur une manifestation en Belgique ? J'y vois une trace de la sempiternelle fascination des

médias de Belgique francophone pour le voisin français.au détriment parfois d'un regard sur la Flandre...

Hier soir, 21 février 2023 à 19h30, vous alliez me faire croire que toutes vos équipes de journalistes et de techniciens ne pouvaient pas vous ficeler un sujet, même bref, sur le discours de Joe Biden, qui s'est terminé à 18h15 ?!? (...) Nous faire 13 minutes sur le carnaval de Binche et " 'oublier" ce discours et ce qu'il représente pour notre voisin d'Europe et pour la démocratie dont vous profitez, il y a de la marge ! J'attends de vous une réponse qui me présente LA bonne raison de cet "oubli".

Ces trois exemples de réactions illustrent les contacts réguliers reçus sur les choix éditoriaux de la rédaction. C'est principalement la hiérarchie des titres et sujets du JT qui fait réagir. Mais également l'actualité internationale quand le public estime qu'elle est mise de côté pour traiter de sujets plus locaux ou plus sociaux.

Le 24 février, la chronique **Inside** de VivaCité ([On n'a pas fini d'en parler](#)) répond aux nombreuses questions des téléspectateurs sur le direct spécial du JT, depuis le carnaval de Binche.

Comme chaque année, **Inside info** consacre des articles à l'explication de choix éditoriaux. C'est le cas le 9 septembre 2023, avec [Pourquoi la RTBF n'est-elle pas présente pour couvrir les inondations catastrophiques en Libye ?](#) – 6276 vues

Le 12 septembre, **Inside info** répond à la question [Pourquoi le JT de la RTBF n'a-t-il pas évoqué l'anniversaire des attentats de New-York de 2001 ?](#) - 9399 vues

Et le 13 octobre, avec [Ouvrir un journal télévisé avec le départ d'Eden Hazard, en pleine guerre au Proche-Orient, une aberration ?](#) - 25.340 vues

Le 3 novembre, la chronique **Inside** de VivaCité prend le temps de partager les coulisses de l'édition du JT, dans [On n'a pas fini d'en parler](#).

- Erreurs

Erreurs de dates, de traduction, erreurs sur une carte ou dans une infographie : les confusions et amalgames dans les calculs de pourcentage, les unités de mesure ou encore les titres et fonctions font réagir...

Vous indiquez que les jeunes sortant des études au-delà de 24 ans devront attendre 1 an avant de pouvoir bénéficier d'indemnités d'insertion. Mais cette information est erronée. Depuis fin 2014 les jeunes ne peuvent plus bénéficier d'indemnités d'insertion (sur base des études) s'ils ont plus de 25 ans.

Ce matin, au journal de La Première, à 8h00, j'ai entendu votre journaliste annoncer que le séisme de cette nuit au Maroc était le plus meurtrier de l'histoire du pays. Pourriez-vous rectifier et signaler ce qui suit !? " Le 29 février 1960, la ville d'Agadir, dans le sud-ouest du

Maroc, était rayée de la carte en quelques dizaines de secondes par un tremblement de terre dévastateur. Bilan : au moins 12 000 morts, quelque 25 000 blessés et une cité en ruines. " Il serait bien de vérifier vos infos, de ne pas réagir au plus vite et de ne pas suivre le courant d'infos sensationnelles.

Votre journaliste indique erronément que l'indice Endex de décembre 2022 pour un contrat Engie Easy4 s'élève à 332,48€MWh. En effet, cet indice correspond à celui de janvier/février/mars 2023. L'indice de décembre 2022 s'élève à 501,23 €MWh. Les indices sont exacts en début d'article mais l'erreur se situe plus bas dans l'article

Que fait la rédaction et la médiation avec ces erreurs ?

Celles qui peuvent être corrigées directement dans le contenu le sont. C'est le cas pour un article, pour une carte ou une infographie susceptibles d'être réutilisés. Pour un contenu en direct, dans un journal notamment, la correction ne peut plus être faite directement dans le contenu mais les articles **Inside** peuvent revenir sur une erreur commise. C'est le cas le 15 juin suite à une erreur dans un sous-titre de fonction étonnant, avec l'article "[Responsable de la navigation des cours d'eau non navigables](#)", la RTBF s'est-elle trompée dans un sous-titre au JT et pourquoi ? Il a été lu **58.708 fois** !

- Indépendance et responsabilité

Cette catégorie concerne les réactions relatives à l'objectivité et à l'indépendance de la rédaction. Il s'agit majoritairement d'interpellations, de réflexions et d'analyses, d'opinions. Les réactions portent sur la manière d'interviewer un.e responsable politique, sur le choix d'un.e invité.e ou d'un expert.e. Sur l'angle d'un reportage également. Si les réactions ou critiques sont pertinentes, elles sont souvent, en partant d'une séquence, généralisantes.

Les notions d'objectivité et de neutralité sont des questions qui font beaucoup réagir. Dans chaque cas, l'échange médiation-informé paraît indispensable, que ce soit sur les réalités du travail de terrain, sur l'explication des choix et de la démarche journalistique, sur les questionnements qui existent eux aussi en interne... Plusieurs contenus **Inside** ont partagé ces réflexions avec le grand public. On souligne que ce sont ceux qui rassemblent **le plus de vues** :

13 janvier 2023 - [Interview de Célia Rombaut, victime de crimes sexuels à 8 ans : la RTBF devait-elle parler de pédophilie ou de pédocriminalité ?](#) – 8379 vues

20 janvier 2023 - [Comment la RTBF réagit-elle lorsqu'elle fait l'objet de pressions ?](#) - 6551 vues

26 janvier 2023 - [Que se passe-t-il exactement en Iran ? Quand les sources manquent, la prudence s'impose](#) – 16.834 vues

Le 27 janvier, dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#), on décortique l'enquête Noir, jaune, blues et l'utilisation des études et sondages dans l'info. Suit un article, le 16 février : [Sondages et](#)

[enquêtes : peut-on parler de l'opinion « des Belges » en interrogeant seulement 1000 personnes ?](#)
- 4682 vues.

Le 12 avril 2023, Inside info publie [Le Palais Royal invite-t-il les journalistes tous frais payés pour couvrir ses déplacements officiels ?](#) (20.430 vues) et, trois jours plus tard, "[Ça va bien la RTBF de promouvoir des pratiques illégales ?](#)", en réponse aux nombreuses réactions qui ont suivi un reportage-témoignage de Vews sur les mediums. Cet article comptabilise 26.482 vues.

La nudité et le floutage des mineurs font l'objet de deux chroniques de la médiation, dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#) : le 23 juin (la nudité dans les reportages) et le 6 octobre (le floutage des mineurs d'âge).

Le 25 octobre 2023, l'article Inside [Couper ou laisser parler : comment mener une interview ou un débat de manière honnête, claire et efficace ?](#) revient sur un sujet qui fait régulièrement réagir : l'agressivité parfois perçue lors des interviews menées par les journalistes.

Enfin, le 26 novembre, suite à l'enquête sur les PFAS, qui fait grand bruit, Inside publie : [#Investigation sur les PFAS : la RTBF aurait-elle dû avertir le grand public plus tôt ?](#) et l'article rassemble 6.731 vues.

- Info Anxiogène et fatigue informationnelle

En 2023, les réactions portant sur une fatigue informationnelle et un stress lié à l'actualité anxiogène font toujours partie des sujets de préoccupation des auditeurs, téléspectateurs et internautes. Pour rappel (voir les bilans précédents), elles ont significativement augmenté depuis la crise du covid-19.

La médiation y consacre une chronique le 10 février dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#).

Le 18 novembre, la rédaction info partage les réponses apportées à cette manifestation de trop plein de stress lié à l'actualité dans l'article intitulé [Le journalisme constructif, une manière de mieux répondre aux besoins du grand public ?](#) Il rassemble 1336 vues.

- Pratiques journalistiques

En réponse aux questions du public ou parce que la couverture d'un événement permet de raconter les coulisses de l'information, **Inside** diffuse et publie plusieurs contenus de partage sur l'envers de la rédaction. Voici quelques contenus Inside produits dans cette catégorie en 2023 :

Le 13 janvier dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#), avec une présentation de la nouvelle cellule *Décrypt* de la rédaction.

Le 17 mars, la chronique médiation partage, dans cette même émission, les coulisses de la mission royale en Egypte. Le 31 mars, c'est au tour du magazine *#investigation* qui fête ses trois ans

d'enquêtes. Dans la même émission toujours, les horaires décalés des journalistes font l'objet d'explication. C'était le 14 avril.

Le 25 avril, Inside évoque le défi d'informer en 1 minute : [Le challenge des journalistes de Mise à Jour sur TikTok](#) - 4007 vues. Trois jours plus tard, sur VivaCité, il partage les coulisses des scoops politiques. Et le 5 mai, celles des envoyés spéciaux de la RTBF.

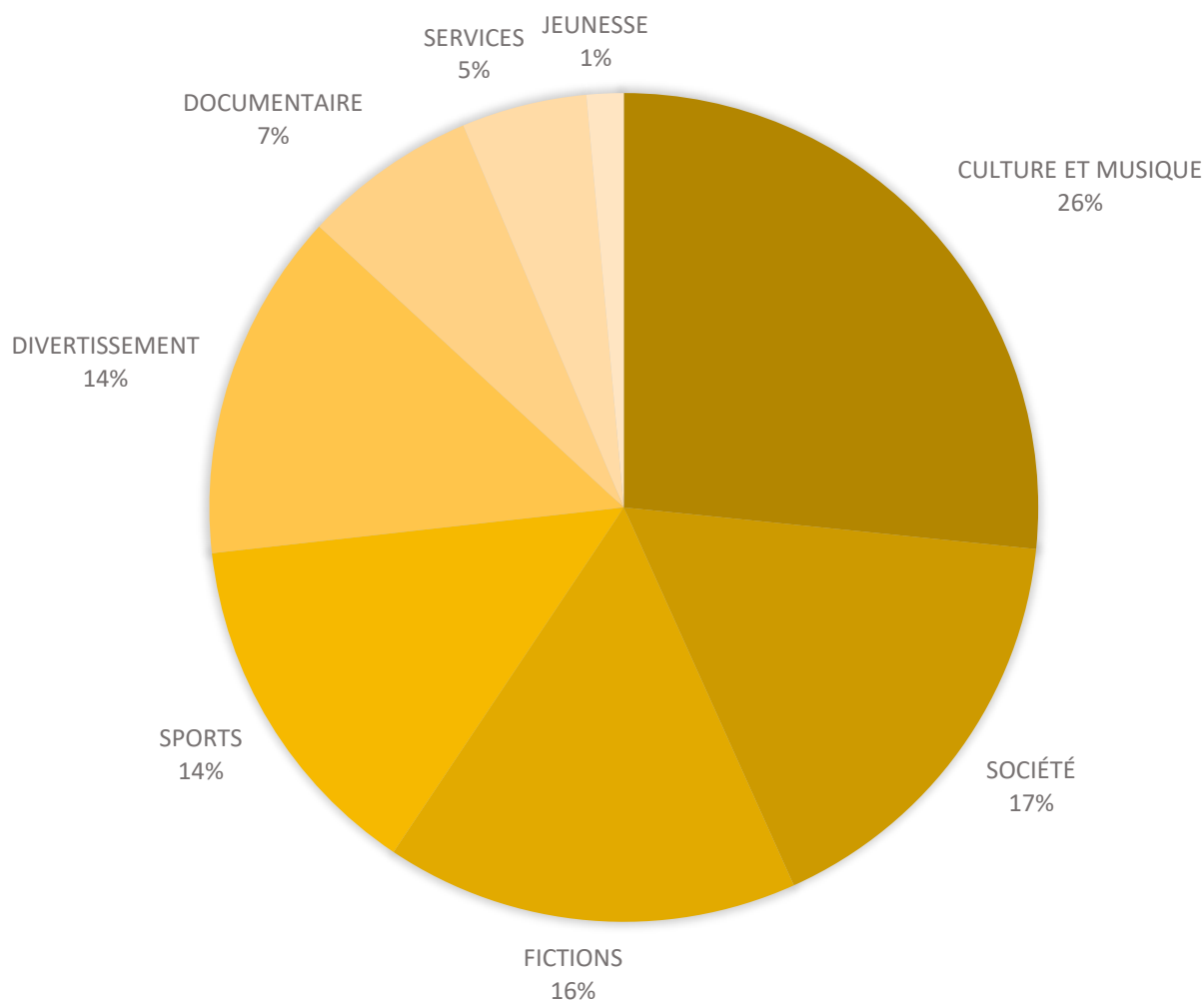
L'article publié le 1er juin s'attarde sur l'[Intelligence artificielle : quel avenir pour le métier de journaliste ? La RTBF se penche activement sur la question](#) - 5591 vues

Le 16 juin, **Inside** s'arrête à nouveau sur les choix et obligations de doublage et de sous-titrage au JT. Le 15 septembre, la séquence partage la vie d'envoyé spécial au Maroc. Nous sommes dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

Le 19 octobre, Inside info publie l'article [Homme armé dans un tram ? Alerte à la bombe ? Les fausses alertes se multiplient et occupent les zones de police](#). Il est vu 21.778 fois.

Enfin, le 23 novembre, l'article [Pourquoi la RTBF ne donne-t-elle pas le nom complet de tous les intervenants dans un reportage télévisé ?](#) est publié et comptabilise 1084 vues.

En dehors de l'information, le public réagit pour les catégories suivantes :



- Culture et Musique

Les réactions sont très variées dans cette catégorie. Elles touchent la programmation musicale, soit pour partage d'avis ou de suggestion soit pour obtenir des informations complémentaires (nom de l'artiste par exemple). Le **concours Eurovision de la chanson** fait, chaque année, réagir avec un pic au moment de l'événement. La médiation revient sur le sujet avec deux chroniques successives, dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#) :

- Le 12 mai, en compagnie de la présentatrice Maureen Louys
- Le 19 mai, pour détailler le nouveau système de votes. En 2023, les téléspectateurs n'avaient plus la possibilité de voter par téléphone. Cette fonctionnalité reviendra en 2024, mais pour l'Eurovision seulement. Depuis 2021, en effet, la RTBF a abandonné, pour ses concours antennes, la possibilité de voter par téléphone.

En dehors des grands rendez-vous comme l'Eurovision, le public réagit sur la programmation musicale des radios de la RTBF. Lors de passage de textes violents par exemple, comme certaines paroles des chansons d'Orelsan. La médiation s'est penchée sur la question dans sa [chronique](#) du 06 janvier. Et a détaillé les coulisses de la programmation musicale de VivaCité, dans la séquence [Inside](#) du 26 mai.

- **Société**

L'émission *On n'est pas des pigeons* est sollicitée quotidiennement : partages et témoignages, questions pratiques et autres réactions au contenu.

Il arrive que le public interpelle la RTBF sur les procédés utilisés par l'équipe des Pigeons, notamment les appels en direct. Suite à plusieurs réactions qui décrivent une expérience inconfortable et ressentie comme malhonnête, la chronique [Inside](#) a apporté quelques explications, le 7 avril, dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

En 2023, la suppression du magazine *Jardins & Loisirs* attire, par ailleurs, plusieurs mécontentements :

Extrêmement déçu de l'arrêt de l'émission jardins Loisirs qui était culte pour nous le dimanche après-midi. Très mauvais choix que ce bête feuilleton "capitaine Marleau", programmé dans l'après-midi du dimanche pour la substituer. Est-ce que la RTBF, service public, n'est pas capable de produire des émissions qui relèvent le niveau des programmations ?

L'émission Jardins loisirs est énormément regardée par des personnes plus âgées qui n'auront pas le réflexe de regarder cette émission sur un ordinateur...

Quel est donc le génie (raté) de la RTBF qui a décidé de supprimer cette émission de la Une... ???!!! Après, ce sera le Jardin extraordinaire ??? Pourquoi pas les "Belges du bout du monde" ?? qui n'intéresse que ces belges et leurs familles... !!! Un scandale anti-démocratique de plus de la part d'un "soi-disant" service public... !!!

Enfin, on reçoit encore, comme en 2021 et 2022, des réactions marquées concernant les articles dits « tendances » du site de la RTBF :

Ce dimanche 10 septembre 2023, je tombe via l'application RTBF sur un article et une vidéo intitulés « Le sexe anal, c'est pour tout le monde ». Ma question est : pensez-vous vraiment que ce genre d'article est pour tout le monde ? Sur un site accessible à tout le monde ? Et surtout, quel est le message que la RTBF veut faire passer ?

Concernant l'article "comment diminuer sa cellulite ?" : je trouve inadmissible de trouver un tel article dans un journal public. Cela participe aux inégalités de genre, au culte du corps

parfait et inatteignable qui touche majoritairement les femmes et les jeunes filles, qui pousse potentiellement à adopter des comportements alimentaires et sportifs dangereux. La cellulite est présente et ne fait rien de mal, c'est juste une réalité. Les femmes (majoritairement) ont passé des années de leur vie à complexer et à essayer de vaincre ce « faux mal ». Imaginez quel temps perdu pour elles. Ça me rend furieuse que cet article soit publié à la RTBF. Merci d'arrêter de véhiculer des normes corporelles de ce type. Vous avez une responsabilité en tant que chaîne publique et vous faites de nombreux dégâts.

Nous avons consacré une chronique [Inside](#) à ce sujet, le 29 septembre dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#) : Les titres des articles de la RTBF cherchent-ils le clic ?

- Fictions

Dans la catégorie *Fictions*, les réactions des publics portent sur la programmation majoritairement : suite d'une série, demande de rediffusion. D'une manière générale, il s'agit de demande d'informations complémentaires. On compte quelques réactions sur les choix de programmation en après-midi (estimée peu attrayante) et plusieurs, insatisfaites, sur le micro-programme *La salle des profs*...

D'abord, il est impossible de contacter l'émission Salle des Profs. Cette émission est totalement lamentable. On se plaint du manque de reconnaissance vis à vis des enseignants. Ce n'est certainement pas cette émission qui les présente comme des imbéciles, qui va redorer leur blason. Comment une chaîne publique peut-elle présenter un tel navet (tous les jours !). Ce spectacle est vraiment nuisible à toute une profession qui n'a vraiment pas besoin de ça.!!!

Salle des profs ne nous fait vraiment pas rire. Vous vous moquez de nous. Plus bête, il n'y a pas Franchement, je serais prof, je serais offusqué. Ce n'est pas une salle de prof. Pourtant, j'ai beaucoup d'humour mais votre émission est vraiment NULLE. Vivement autre chose.

Depuis quelques temps j'en ai vraiment marre de devoir subir " la salle des profs " en attendant le JT. Ça crie, ça hurle, oserais-je dire que ça éructe ? Ça casse les oreilles, et ce n'est même pas drôle. Je préférerais regarder des publicités !

- Sports

En sports, en dehors de partage d'opinion ou de demande de reportage, c'est le sport féminin qui fait toujours et plus en plus réagir :

Pourrait-on m'expliquer en quoi le JT mérite plus de temps d'antenne qu'une émission spéciale visant à féliciter l'équipe des Belgian Cats ? Pourrait-on m'expliquer depuis quand une émission spéciale ne mérite pas un décalage du programme habituel (ou, à minima, un enregistrement séparé sur audio) ? Pourrait-on m'expliquer pourquoi un tel manque de

respect de l'équipe féminine de basket et de leurs fans ? Je ne peux que remarquer la différence de traitement par rapport aux diables rouges qui ne sont pourtant arrivés que 3e. Je ne vous félicite pas.

Depuis quelques années, la RTBF a enfin pris la décision de diffuser les matches des Red Flames, ce qui est très bien. Cependant, il n'y a (quasi) jamais aucune information sur le championnat belge (ou la coupe). Alors que le foot masculin est lui largement suivi/commenté avec de nombreuses émissions télé et radio qui lui sont exclusivement consacré. De plus, dans la quasi-totalité des journaux (généralistes ou sportifs), les informations relatives au foot sont exclusivement pour le foot masculin. Il est d'ailleurs assez étonnant de constater que dans les flashes infos (en tout cas radio), quand le/la journaliste aborde la page foot il n'y a pas besoin d'ajouter le qualificatif de masculin, comme si c'était normal. Toujours pour les journaux à la radio, le lundi matin il y a toujours de la place pour une interview d'un acteur (p. ex.: l'entraîneur) du dernier match du dimanche soir mais jamais les résultats du foot féminin. De manière presque paradoxale, la "2e division" du foot masculin fait parfois l'objet d'un suivi.

Même la page des résultats sportifs ne reprend pas les divisions nationales ou la coupe de Belgique, alors qu'il est possible de suivre les résultats des 5 niveaux "nationaux" pour la Belgique et de nombreux championnats étrangers voire des coupes.

Les commentateurs sportifs ainsi que la programmation des directs, répartie sur audio et en télé, suscitent régulièrement des questions.

Je suis un spectateur régulier des retransmissions des compétitions cyclistes assurées par la RTBF, pour lesquelles je vous adresse, au passage, mes plus vives félicitations. J'ai cependant une question à vous soumettre. Très souvent, la retransmission est répartie sur deux chaînes successivement, le début de la course sur la Une et la suite sur Tipik. On retrouve ce schéma aussi bien pour les étapes du Tour de France que pour les classiques, comme le Tour des Flandres, ce dimanche. Pourquoi ne pas commencer directement sur Tipik ?

Attendu que les grands prix moto 3, 2 et gp ont lieu en même temps que la diffusion du grand prix de F1, il est peu délicat que le présentateur donne le résultat de la F1 car si on regarde moto 3 et 2 on ne sait pas suivre la F1 en direct. Pourriez-vous lui faire la remarque de s'abstenir à l'avenir.

Mais ce n'est pas possible. Faut arrêter de couper les programmes en cours. Oui vous êtes en retard ça peut se comprendre mais comprenez nous aussi s'il vous plaît. Finale du tour de France changement de chaînes pour la fin et ce jour vous couper les 3 dernières minutes de la f1 pour passer sur Tipik. Si on n'est pas là, on voit pas la fin de notre programme enregistré car malheureusement nous ne pouvons le voir en direct. Ça arrive souvent et ça en devient pénible à la longue.

Généralement, je suis assez bon public en ce sens où je n'adresse pas de plaintes et m'accommode facilement des éventuelles situations décevantes. Cependant, aujourd'hui, alors que je m'apprêtais à regarder l'enregistrement de la course moto GP sur audio, j'ai remarqué que la vignette de la vidéo montrait un pilote manifestement en dehors de la piste

avec ce qui semblait être une moto couchée sur le flanc dans le fond de l'image à gauche. Je ne peux malheureusement pas ajouter d'images, mais il vous est possible de vérifier dans l'onglet "Sport" la véracité de mon propos. C'est relativement frustrant d'être spoiler en général et cela n'invite pas à visionner la vidéo. Je suis reconnaissant à la RTBF de permettre à ces spectateurs de pouvoir regarder en direct ou rediffusion certains programmes et de plus gratuitement. C'est donc dans l'esprit d'un retour utilisateur plus qu'une plainte que je m'adresse à vous.

Le 21 avril, la chronique **Inside** de l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#) s'arrête sur la particularité du rôle de commentateurs sportif.

- Divertissement

C'est *The Voice* qui rassemble le plus de réactions : renseignements et demandes de participation. *Le Grand cactus* récolte son lot de demandes lui aussi.

La première de *Drag Race Belgique* a suscité pas mal de réactions, positives comme négatives. Lorsqu'elles sont négatives, certaines sont carrément homophobes.

Je me permets de vous contacter car la qualité des émissions s'écroule de plus en plus sur la RTBF. J'allume la TV 5 min ce soir et je tombe sur Drag Race avec des gens qui font des photos de charme en se faisant souffler le visage par un souffleur à feuille. Comment est-on tombé si bas ? La descente avait déjà bien été embarquée avec The Voice, The Dancer... Mais avec le dernier en date, ça s'écroule encore. Je vous rappelle quand même que la RTBF est financée à 75% par de l'argent de nos impôts. Que va être la suite ? Le champion du monde sculpture en allumette ? Où est l'intérêt pour le plus grand nombre ?

Je ne comprends pas les émissions THE VOICE, The DANCER, DRAG RACE, sur un service public, que nous payons avec nos impôts ! En France, ces émissions sont sur des chaînes privées. Si la RTBF est prête à faire de l'audience avec ce genre de navet, il est temps de changer de direction. Voyez les programmes de FRANCE 2 !! Où est la place de la culture ??

C'est la 1ere fois que je me plains d'une émission mais là c'est en dessous de tout. Honteux de faire une émission comme ça. Ce n'est sûrement pas une image pour les futures générations. Beaucoup de monde critique le petit écran mais là vous ne relevez pas la barre.

Le 3 mars, la chronique **Inside** de la médiation s'arrête sur ces réactions et le choix de la RTBF de produire *Drag Race Belgique*, dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#).

- Documentaire

Dans la catégorie *Documentaires*, les réactions des publics concernent essentiellement des demandes d'informations complémentaires et des réactions sur les choix éditoriaux. Deux articles Inside apportent des éclairages à ce sujet :

- Le 07 mars, avec [Films coproduits par la RTBF primés aux César et aux Magritte : une coproduction, c'est quoi ?](#) - 2727 vues
- Le 05 octobre avec [Comment la RTBF choisit-elle sa programmation de documentaires ?](#) - 1085 vues

- Services

La météo principalement récolte des questions et avis : signalement de petites erreurs, réaction sur le vocabulaire utilisé ou sur la tenue des présentateurs et présentatrices.

Pouvez-vous commencer à utiliser un langage plus neutre quand vous annoncez un temps pluvieux, nuageux ou des températures en baisse, notamment quand ce temps est totalement en ligne avec la saison en cours ? Ce matin vers 7h le présentateur de la météo a dit, "... le seul BÉMOL est que les températures vont chuter". Pour mi-novembre il n'y a aucun problème que les températures descendent de quelques degrés dès 11/12 degrés des dernières semaines. Les mots comptent, notamment ceux entendus à longeurs des années, comme par exemple que le froid est mauvais et la chaleur bien. Avec le changement climatique galopant et la réticence d'un grand nombre de gens de voir que c'est un problème, il est d'autant plus important que les météorologues et ceux qui présentent la météo n'utilisent pas des mots péjoratifs pour décrire certaines conditions de météo, notamment quand ceux-ci sont tout à fait de saison.

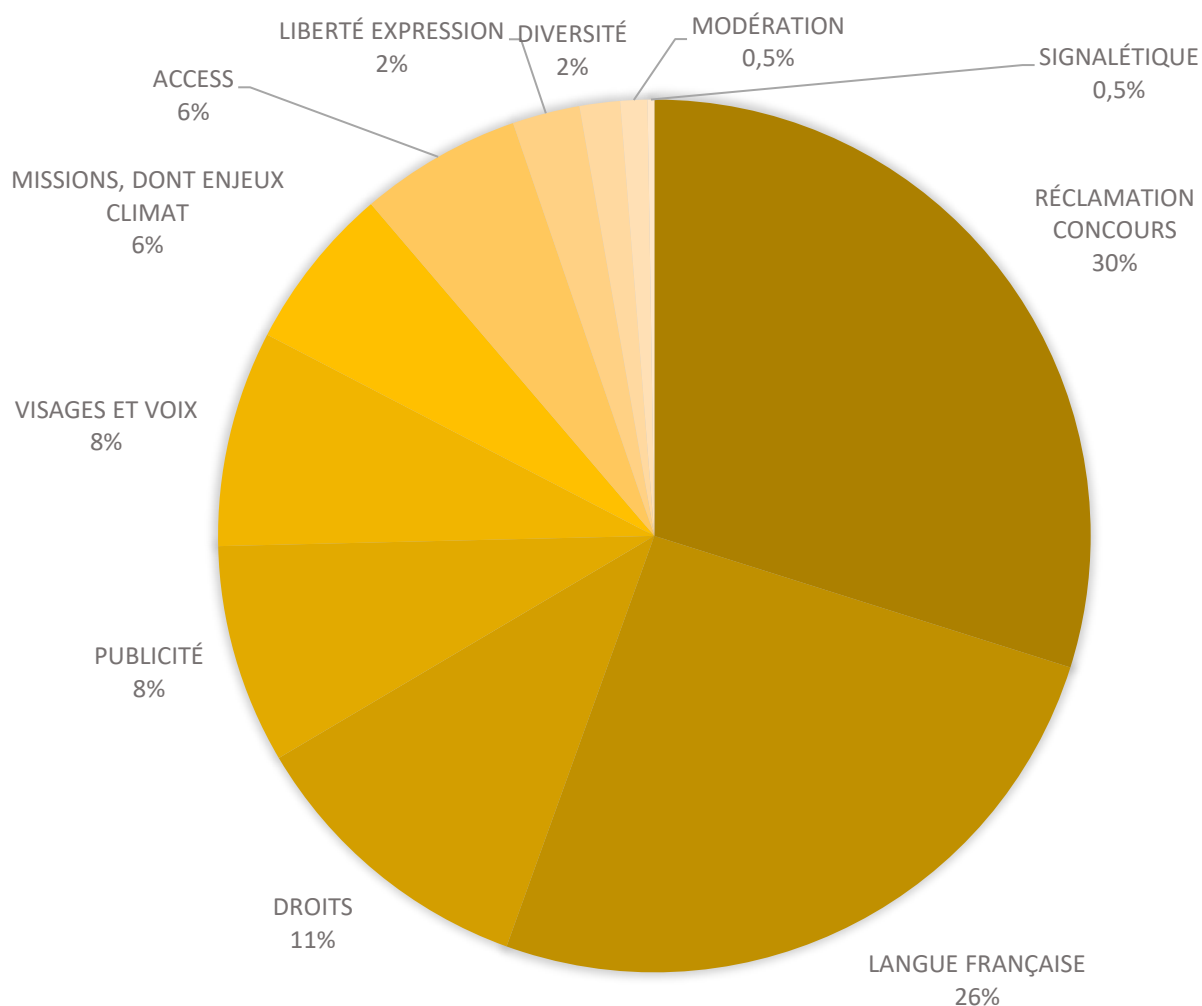
L'ozone est un gaz, et n'est donc pas composé de particules comme il le dit en parlant de la qualité de l'air. Je suppose qu'il confond ozone et particules fines, ce qui est un comble pour quelqu'un qui présente la météo.

Je vois que depuis quelques jours vous mettez le costume cravate. Si on vous oblige à vous habiller de la sorte, eh bien, c'est dommage. Une chose à vous dire, continuez à nous présenter la météo comme vous le faites d'habitude. Ce n'est pas la cravate qui fait le présentateur. Soyez hors normes, c'est mieux.

- Jeunesse

Les programmes jeunesse sont contactés pour des suggestions de contenus, des demandes de participation en classe et de renseignements complémentaires.

Les **plaintes et interpellations marquées** sont classées dans des catégories en lien avec les **missions et valeurs de service public**. Elles sont au nombre de **800** en 2023 (c'est 300 de plus qu'en 2022) et se répartissent comme suit :



- Réclamations Concours

La médiation reçoit régulièrement des plaintes concernant les **concours** de la RTBF. En 2023, cette catégorie explose avec **239 réclamations** : les internautes se plaignent de formulaires absents pour participer et les gagnants regrettent de ne pas recevoir leur gain.

J'ai reçu aujourd'hui (6 décembre) des places pour le Salon du vin à Court Saint Etienne qui se déroulait le weekend dernier. Le cachet de la poste est le 30/11 un peu tard pour que les places arrivent à temps.

Voici le message que j'ai reçu par mail le 30 octobre de la part de "rtbfixpe@rtbf.be" : "Félicitations ! Tu as remporté un Samsung Galaxy Book 2 grâce à Proximus lors de la Tombola CAP48Heures ! Un grand merci pour ton soutien et ta générosité lors de cet évènement, grâce à vous, nous avons pu récolter 80.803,88€ en faveur de l'aide à la jeunesse en difficulté. Cette somme aidera à financer des projets et des associations qui œuvrent au quotidien pour ceux qui en ont le plus besoin. Pour que nous puissions t'envoyer ton cadeau, peux-tu nous confirmer ton adresse de livraison ? Encore Merci et à l'année prochaine ! RTBF iXPé TON MEDIA ESPORT, GAMING ET CULTURE 2.0" J'ai donc répondu au mail le 30 octobre mais depuis je n'ai rien reçu à mon adresse. J'ai donc envoyé un nouveau mail le 20 novembre pour demander s'il savait si le colis avait déjà été envoyé ou non, mais je n'ai pas eu de réponse à mon mail pour le moment.

J'ai gagné une boîte de Lego le lundi 30 octobre. Nous sommes le 13 novembre et je ne l'ai toujours pas reçu. Est-ce normal ?

J'ai participé à un concours sur la radio Tipik avant les congés scolaires, il y a 3-4 semaines environ. Je devais reconnaître des musiques jouées au synthétiseur/piano. J'ai gagné des entrées pour un centre de réalité virtuelle à Liège. Celles-ci ne me sont jamais parvenues ni par mail ni par voie postale. J'avais pourtant laissé toutes mes coordonnées.

Le service Médiation joue les intermédiaires pour que chaque gagnant puisse recevoir son lot ou soit dédommagé. Ces réactions nombreuses de nos publics ont poussé les équipes concernées à interroger le processus d'envoi de certains lots.

- Langue française

Les réactions sur l'usage de la **langue française** sont au nombre de 205 en 2023 (201 en 2022). La médiation relaye ou corrige elle-même les fautes d'orthographe et de grammaires, les erreurs et autres coquilles dans les articles du site RTBF. Sur la prononciation, les tics de langage et le vocabulaire, les réactions sont partagées aux personnes concernées, lorsqu'elles sont jugées pertinentes.

- Droits audiovisuels et privés

Le nombre de plaintes et interpellations dans cette catégorie augmente en 2023 avec **88** réactions contre 57 en 2022.

Droit à l'image, droit à l'oubli, à la vie privée, droits d'auteurs, les différents dossiers sont traités par le **service juridique** parce qu'ils concernent des potentiels préjudices à l'encontre d'une personne.

- Publicité

La publicité reste un sujet de plainte relativement constant d'année en année (76 en 2022, 81 en 2021 et 79 en 2020). L'année 2023 marque une légère baisse avec **65** insatisfactions. Ce sont essentiellement les coupures publicitaires à répétition qui font réagir :

Ras la casquette, Vous gâchez ce bel outil RTBF avec une pub excessive !!! Cela suffit. Jusqu'ici j'avais compris les contraintes budgétaires, mais trop est trop. Une avalanche de pub quasi chaque 1/4 d'heure... pfff. La colère me monte et autour de moi aussi. Vous gâchez la soirée des fidèles. On ira voir les plates-formes !

J'écoute régulièrement de la musique en continu sur Radio Player Baroque ou Romantique. C'est bien agréable. Sauf que les publicités dont je ne refuse pas la présence financièrement nécessaire au maintien de ce service, ces publicités sont tellement plus fortes en décibels que les musiques qu'elles entrecoupent qu'elles agressent l'oreille. Ce n'est pas le but, je suppose.

Question : est-ce que c'est parce que je regarde sur Auvio que j'ai droit à au moins 3 coupures publicitaires par épisode ? Êtes-vous obligés de passer la même publicité 5,6,7 fois par coupure ? C'est du grand n'importe quoi ! Service Public ?

Alors que globalement il me semble que la RTBF informe et sensibilise aux aspects environnementaux/climatiques, elle place pourtant la promotion de la voiture dans les moindres recoins de ses différents médias. C'est totalement incohérent, immoral et non éthique. Cessez donc svp de faire la publicité d'une des causes de pollutions les plus importantes de notre planète.

Le 20 janvier dans [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#), la chronique **Inside** de la médiation décortique le nouveau contrat de gestion de la RTBF en matière de publicité : elle détaille les changements qu'il apporte au niveau des publicités sur auvio, qui doivent diminuer et passer de deux publicités à une seule, au lancement des vidéos.

Le 27 mars, la même chronique partage le projet-test des écrans durables de la RMB. Un article est publié par la suite : [Le "Blue screen" ou "l'écran durable" pour changer le modèle publicitaire de la RTBF](#) - 2835 vues

- Visages et Voix

Les plaintes concernant le comportement des animateur.rice.s et présentateur.rice.s (dans la manière de poser des questions, d'animer un débat ou plus simplement de s'habiller) diminuent fortement en 2023 avec un total de 64 (contre 118 en 2022 et 160 en 2021).

- Missions et valeurs de service public

Les interpellations portant sur les valeurs et missions de la RTBF, en tant que service public par contre ne diminuent pas, particulièrement sur les enjeux climatiques. Elles sont au nombre de **49** en 2023 (45 en 2022). Le public est toujours en demande d'une position forte de la part de la RTBF. Les échanges mails autour de ces questions sont nombreux et étayés.

L'importance que la RTBF accorde à ses questions continuent d'être partagées dans les contenus [Inside](#), avec, les 20 et 21 octobre 2023, la publication des articles [Pourquoi l'info de la RTBF ne s'est-elle pas dotée d'une charte climat, contrairement à d'autres médias?](#) (2.903 vues) et [La RTBF est-elle aujourd'hui une entreprise écoresponsable ?](#) (252 vues).

On rappelle également l'article du 27 mars sur l'initiative publicitaire du ["Blue screen" ou "l'écran durable" pour changer le modèle publicitaire de la RTBF](#) et on note l'article du 31 mars consacré à [Une régie mobile durable à la Foire du livre](#) - 1628 vues

- Accessibilité pour personnes à déficiences sensorielles

De nombreuses plaintes concernent la lisibilité des [sous-titres du JT suite au changement d'habillage](#) (voir explications plus haut). Elles n'ont pas été classées dans cette catégorie pour éviter un effet doublon mais peuvent bien être considérées comme des plaintes formelles tant par leur nombre (plus de 350) que par leur ton. Et parce qu'elles émanent surtout de personnes âgées ou malvoyantes.

48 messages ont été classés dans cette catégorie en 2023 (41 en 2022). Ils concernent des demandes et insatisfactions liées à l'utilisation de l'audiodescription, l'accès PMR aux événements ou la traduction gestuelle.

Bien souvent, la réponse de la médiation avec des explications complémentaires résout le problème.

- Liberté d'expression

20 messages occupent cette catégorie en 2023 (contre 57 en 2022). Il s'agit essentiellement de plaintes en réaction à **l'humour** sur des séquences jugées extrêmes dans *Le grand Cactus* ou dans certaines chroniques de *Matin Première*.

- La diversité

Les questions de **diversité** restent partagées par les publics dans leurs interpellations, questions et avis (12 en 2023). Plusieurs articles **Inside** font le point sur les réflexions et développements de la RTBF :

- Le 27 février - [Diversité à la RTBF : comment refléter la société dans son ensemble ?](#) – 2411 vues
- Le 22 avril 2023 - [Lutte contre le sexisme : quel rôle pour les journalistes ?](#) - 4.952 vues
- Le 24 avril 2023 - [Faut-il être blanc et bourgeois pour être journaliste ?](#) - 11.026 vues

Deux **chroniques médiation** (dans [On n’a pas fini d’en parler sur VivaCité](#)) ont également abordé des thèmes liés aux enjeux de la diversité. Le 3 mars, en apportant un éclairage sur le programme *Drag Race Belgique*, suite à plusieurs réactions injurieuses voire homophobes. Le 10 mars, en détaillant les avancées apportées dans les médias de la RTBF sur la place des femmes sur les antennes.

Enfin, le **magazine TV Inside** consacre son édition de février à la diversité.

- La modération

Cette catégorie rassemble 8 plaintes en 2023. C’est plus qu’en 2022 et cela justifiait une nouvelle explication des processus de modération pratiqués à la RTBF. C’était l’objet de la chronique **Inside** du 8 décembre dans [On n’a pas fini d’en parler sur VivaCité](#)

2 ACCUEILLIR LES PUBLICS A LA RTBF

2.1. Visites guidées thématiques

2.3. Visites virtuelles et jeux

2.4. Partenariats

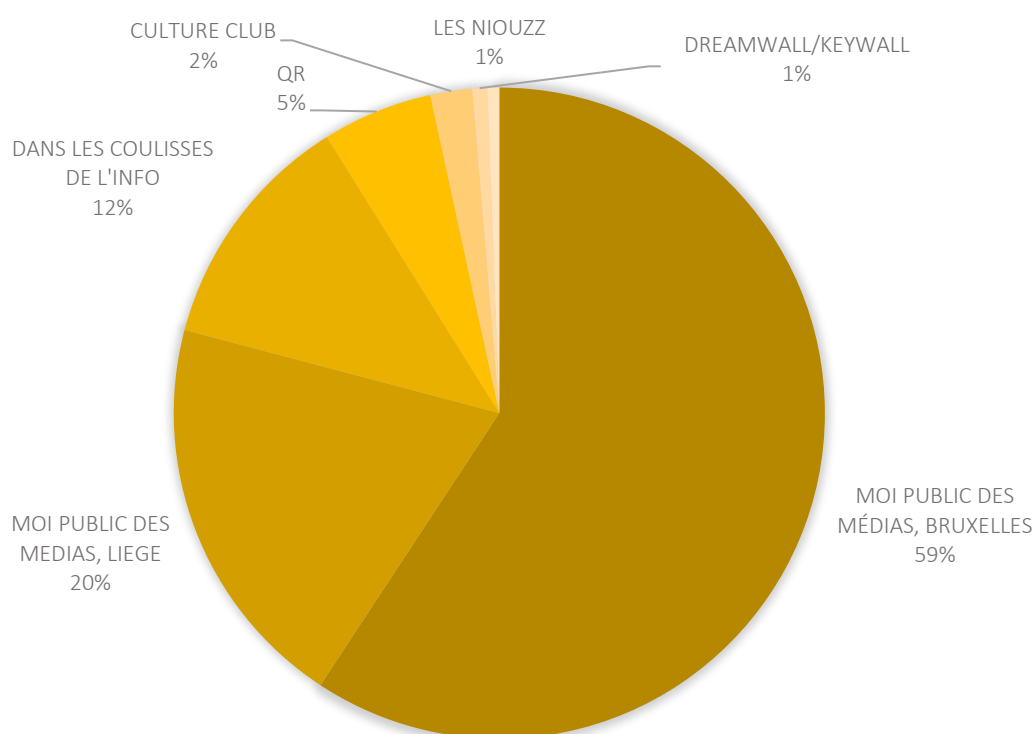
En 2023, **12.435 personnes** ont participé aux activités **Inside** et aux **débats** organisés dans le cadre des opérations *70 ans d'écrans* et *Balance ton son*.



2.1. Visites guidées **thématiques** : dans les coulisses de...

Toutes les activités **INSIDE** sont des dispositifs de médiation et d'éducation visant à la compréhension du fonctionnement des médias. Ces activités s'adressent à tous mais touchent majoritairement un public jeune et scolaire. Elles laissent une large place à la pratique, à la rencontre et l'échange, pour que cet échange nourrisse également la RTBF. C'est dans cette optique qu'ont été mis en place le **Studio Lab** et le réseau des **INSIDERS**. Les studios TV et radio dédiés aux exercices et la rencontre avec les collaborateurs RTBF favorisent la compréhension des pratiques audiovisuelles.

En 2023, les visites guidées thématiques Inside ont accueilli **10.125** (7617 en 2022), à Liège, à Marcinelle et à Bruxelles, répartis comme suit, entre les différents thèmes proposés :



Tous les parcours de visites guidées comptent **4 moments d'interaction différents** :

- La **découverte de studios**, selon différentes configurations : radio, TV, web, multimédias
- Des **exercices pratiques** dans le Studio Lab : le flash info, le green key, le prompteur...
- Une **expérience VR** avec casque (voir visites virtuelles)
- Une **rencontre** de 15 minutes avec un **Insider**. L'**Insider** est un collaborateur RTBF. Il partage son expérience avec le public en visite (voir Insider).

En 2023, 6 **parcours** de visites sont proposés aux publics :



Les coulisses de l'info

Du mardi au samedi, à
Bruxelles



Les coulisses des Niouzz

Du lundi au vendredi, à
Liège



Moi, public des médias

Du lundi au samedi, à
Bruxelles et à Liège



Les coulisses du virtuel

2/mois, à Marcinelle



Visite + public QR

Le mercredi soir, à Bruxelles



Visite + public Culture

Deux jeudis soir par mois, à
Bruxelles

- Les coulisses de l'Info

Ce parcours se déroule dans l'ordre d'une journée type à la rédaction. L'objectif est de faire découvrir la **chaîne de décision et de fabrication de l'information** et d'échanger avec les participants autour des notions phares de l'information : la ligne éditoriale, les règles déontologiques, le choix éditorial, les formats et les publics...

- Les coulisses des Niouzz

Ce parcours emmène les enfants dans les **coulisses et les secrets du journal *Les Niouzz*** qui leur est dédié. Il aborde, forcément aussi, la fabrication de l'information.

- Moi, public des médias :

Construit sous l'**angle du public**, en tant que consommateur et acteur des médias, le parcours *Moi, public des médias* veut faire comprendre aux participants la place centrale du public dans la conception de services et de contenus médiatiques : la segmentation des publics, la construction des formats, les impacts marketing...

- Les coulisses du virtuel

Ce parcours initie le public aux **technologies virtuelles** (comment ça marche ?), en ce compris la météo et à la fabrication des contenus 2D et 3D.

- Visite + public QR

Il s'agit d'une visite proche du parcours *Moi, public des médias*. Elle sert de prélude à une rencontre avec Sacha Daout avant la participation en tant que public à l'émission *QR, Le débat*.

- Visite + public Culture Club :

Il s'agit d'une visite des studios dédiés aux contenus des éditions d'offre Nouvelles générations et Jeunes adultes, puis d'une rencontre avec l'équipe de *Culture Club*, avant la participation en tant que public à l'émission.

2.3. Visites virtuelles et jeux

Les visites virtuelles sont nées pendant le confinement. Pour garantir leur durabilité, elles ont été pensées de façon **complémentaire aux visites guidées**. Les salles disponibles dans l'environnement virtuel ne sont pas accessibles aux publics lors des visites physiques (le public ne peut physiquement pas entrer dans la régie par exemple, dans un studio self op en direct ou assister aux changements de décors etc...).

Chaque salle comporte un **jeu** qui donne au joueur une tâche précise à réaliser et le plonge dans une réalité de la production médias (ex : mixer les images du JT, construire un bout de conduite radio, habiller une capsule RS...). Les visites virtuelles sont disponibles en [version web](#) et en **casque VR**. Elles constituent l'un d'un moment d'interactivité des parcours guidés. Après s'être immergés dans l'univers virtuel, les participants échangent leurs expériences.

Les visites virtuelles Inside proposent la découverte de **4 salles** :



L'univers Tarmac

Jeu sur l'habillage des capsules RS



Le Studio Tipik

Jeu de construction d'une conduite d'une émission radio



La Régie 24

Jeu de mixage des images pendant le JT



Le Studio TV

Jeu de découverte des plusieurs décors et ambiances dans un même studio

- Salle 1 : l'univers Tarmac

L'univers de Tarmac se découvre en 360 degrés. Plusieurs « points d'intérêts » donnent accès à une vidéo immersive d'un DJ set, à la time line de la construction décor, à différentes infographies sur la configuration du studio.

A l'étage, un jeu propose au visiteur de se mettre dans la peau d'un concepteur de contenus multimédias et de déterminer les habillages d'une capsule web : quels choix de sous-titrage, de filtre, de format adoptera-t-il selon le média de destination de la capsule : Facebook, YouTube ou Instagram ?

- Salle 2 : le Studio Tipik

Dans le studio Tipik, le visiteur découvre tous les éléments nécessaires à la réalisation d'une émission radio en self op. Les points d'intérêts lui apportent des informations sur les murs acoustiques et les caméras automatiques.

Après la découverte de ces éléments, il est invité à construire la playlist de l'émission en cours, en respectant le timing horaire, la ligne musicale, l'équilibre des séquences et les contraintes publicitaires.

- Salle 3 : la Régie 24

Dans cette salle, le visiteur est plongé dans la régie en plein direct du JT. Il peut remonter le fil de la journée en consultant, en images, la chronologie d'un des sujets du JT. Les points d'intérêts lui apportent des informations complémentaires sur le travail de l'infographie et sur les fonctionnalités du mur d'écrans.

En entrant dans le jeu, il est projeté à la place de l'assistant réalisateur pour réaliser le mixage des différentes images du plateau, selon les indications énoncées par le réalisateur. C'est le direct, il n'a pas droit à l'erreur !

- Salle 4 : les Studios TV

Le visiteur découvre un grand studio TV et apprend à travers divers points d'intérêts la configuration technique d'un plateau et l'usage de l'infini noir. Le jeu l'initie au travail du décorateur, du directeur photo et du réalisateur dans la construction d'un décor d'émission.

2.3. Partenariats

Tout au long de l'année, nous organisons des **formations** et des **activités spécifiques** en **partenariats** avec le secteur de l'enseignement, du tourisme, avec les centres de ressources en éducation aux médias et le secteur associatif. L'ensemble de ces activités sont réalisées sur mesure mais puisent leurs contenus dans les thèmes des différentes activités. En 2023, des partenariats ont été menés avec :

- L'ASBL Tada (pour ToekomstATELIERdelAvenir)

Le réseau d'apprentissage TADA implique le monde de l'entreprise dans l'émancipation et l'inclusion des jeunes issus de milieux socialement vulnérables, ainsi que de leur entourage. L'ASBL participe à nos ateliers à raison de 4 samedis par an.

En 2023, nous avons accueilli avec TADA près de **60 enfants** dans des mini-ateliers info.

- L'opération Place aux enfants

La journée *Place aux enfants* se déroule chaque troisième samedi d'octobre et est destinée aux enfants de 8 à 12 ans. Elle vise à sensibiliser les plus jeunes à la citoyenneté. **Quatre groupes de 15 enfants** ont poussé les portes de la RTBF le 21 octobre, pour une visite guidée spéciale.

- Le Centre d'Autoformation et de Formation continuée - CAF

Chaque année la CAF, centre d'autoformation et de formation continuée pour les enseignants, propose dans son programme une formation à la fabrication de l'information. Une fois par an, **15 enseignants** participent ainsi à l'atelier édition Info (*Dans la peau d'un éditeur*) le matin et échange avec le CAF sur les manières d'exploiter cet atelier en classe.

- Media-animation asbl

Une fois par an, l'ASBL Media-animation organise une journée de formation à la RTBF, dans le cadre de son programme certifiant *MediaCoach*. Les conférences du matin portent sur la liberté d'expression et la déontologie journalistique. La journée se termine par la visite des différents studios et rédactions de la RTBF.

- Hautes écoles

La RTBF, son service de médiation, des journalistes ou responsables de projets médias participent chaque année à des conférences liées à l'éducation aux médias dans différentes Hautes écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Le 12 mai 2023, la Haute Ecole Provincial du Hainaut – Condorcet a accueilli la RTBF pour une journée spéciale à destination des étudiants en communication et information.

- Charlewood

Situé dans le bâtiment MédiaSambre, le projet Charlewood est un programme de formation audiovisuelle et digitale. Chaque année, la promotion Charlewood profite des parcours de visites guidées de la RTBF pour faire découvrir au groupe les coulisses des médias radio, TV et web et échanger avec des professionnels médias sur les projets en cours.

- La cité des métiers

Via *La Cité des métiers*, la RTBF ouvre ses portes chaque année aux jeunes en âge de réfléchir à leur formation professionnelle. Deux groupes de 30 élèves ont pu découvrir les métiers de l’audiovisuel sur le site MediaRives de la RTBF, les 7 et 14 mars 2023.

- Les offices du tourisme de Charleroi et de Liège

Grâce à la collaboration avec les offices du tourisme des villes de Liège et Charleroi, la RTBF a pu accueillir 5 groupes de 20 personnes dans ses studios pour une visite guidée spéciale. Les Carolorégiens font connaissance avec les studios virtuels de DreamWall et KeyWall tandis que les Liégeois découvrent les coulisses des studios de *The Voice*, du *Grand cactus* et de VivaLiège à Média Rives.

- Conseil Supérieur de l’Education aux Médias (CSEM)

La RTBF est membre du CSEM. Le 19 octobre 2023, le CSEM a participé à une visite guidée du site de Bruxelles. Et le 13 décembre, le CSEM a présenté ses activités aux 40 enseignants-coordonateurs du décret PECA à la RTBF. Ils ont profité également d’une immersion dans les ateliers INSIDE, en prenant la place des élèves.

- RTBF Academy

Plusieurs fois par an, le département de communication interne de la RTBF organise des journées « onboarding » pour les nouveaux collaborateurs, en y incluant une visite guidée des studios et rédactions de la RTBF. 120 collaborateurs RTBF ont pu profiter de celle-ci en 2023.

3 CONSTRUIRE DES DISPOSITIFS D'ECHANGES APPROFONDIS

3.1. Les ateliers en immersion

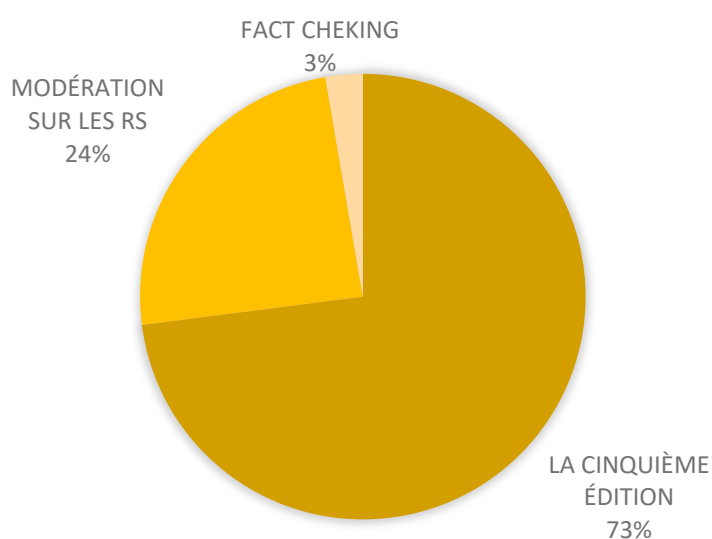
3.2. Le réseau des Insiders

3.3. *70 ans d'écran*

3.4. *Balance ton son*

3.1. Ateliers en immersion : dans la peau de...

Dans les ateliers, les participants sont plongés dans un environnement le plus proche possible de la réalité du terrain médiatique. L'objectif des ateliers est qu'ils fassent l'expérience, apprennent par eux-mêmes en se mettant dans la peau d'un professionnel des médias. Les ateliers les incitent à réfléchir (esprit critique) et à interagir (partage). Tous incluent un moment d'échange plus approfondi et un débriefing avec un professionnel RTBF. En 2023, **740 personnes** ont participé à un des ateliers immersifs suivants :

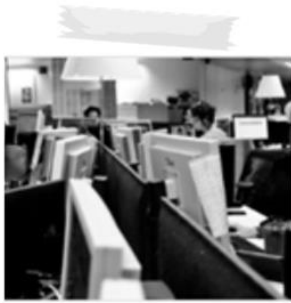


Les ateliers développent les **5 axes pédagogiques** suivants :

- **AXE PÉDAGOGIQUE 1 : LA RÉFLEXION** - L'activité amène les participants à réfléchir d'abord eux-mêmes, à analyser leurs réactions face au contenu. L'animateur laisse l'immersion faire son travail et la réflexion s'installer. Il intervient pour donner des clés ou coacher le groupe.
- **AXE PÉDAGOGIQUE 2 : L'INTÉRACTION** - L'animateur crée de l'interaction entre les participants afin qu'ils partagent ou confrontent leurs réactions, réflexions, leurs idées ou opinions. Il relance le groupe, le sollicite, reformule des questions, dynamise et facilite l'échange avec les professionnels.
- **AXE PÉDAGOGIQUE 3 : LA PRATIQUE** - Les activités sont conçues pour permettre aux participants d'endosser un rôle, une responsabilité. De se mettre dans la peau d'un professionnel pendant plusieurs heures. Ces activités pratiques sont conçues pour conscientiser, comprendre la réalité du terrain et développer l'esprit critique.
- **AXE PÉDAGOGIQUE 4 : L'ÉCHANGE** - La rencontre avec un professionnel permet la découverte d'un métier, le debriefing d'un exercice, la confrontation d'idées et l'échange de réflexions.

- **AXE PÉDAGOGIQUE 5 : LA PRODUCTION** - Certains ateliers poussent l'exercice pratique plus en avant et proposent aux participants de fabriquer du contenu, de le mettre en forme et de l'enregistrer en studio. L'objectif est double : d'une part, que les participants puissent repartir avec le résultat d'un travail réalisé de A à Z, d'autre part, et moyennant les accords nécessaires, que la RTBF puisse diffuser ce contenu sur ses médias.

En 2023, nous proposons aux publics **les trois ateliers** suivants :



**Dans la peau
d'un éditeur**

Les jeudis et vendredis, à
Bruxelles



**Dans la peau
d'un modérateur**

Les jeudis et vendredis, à
Bruxelles



**Dans la peau d'un
journaliste Faky**

Les jeudis et vendredis, à
Bruxelles

- Dans la peau d'un éditeur

Les participants travaillent en parallèle de la rédaction pour construire leur propre version du journal parlé de 13h de *La Première*. Ils ont accès aux dépêches en temps réel, s'organisent par cellule (inter, politique, société...) pour les dépouiller, choisissent les titres de leur journal en réunion de rédaction, rédigent des brèves, passent en Studio Lab et enregistrent. Ils écoutent ensuite en direct depuis le studio de *La Première* le journal de la RTBF. Puis, le groupe et l'éditeur du jour de *La Première* se rencontrent, ils échangent sur les choix établis (forcément différents) par l'un et l'autre.

- Dans la peau d'un modérateur

Les participants modèrent les commentaires laissés sur les comptes RS de la RTBF. Avec les outils dont dispose la RTBF (masquer, supprimer, bannir...). Ils prennent position, évaluent les risques, les limites. Dans le débat sur la liberté d'expression qui s'installe au fur et à mesure de l'exercice, ils échangent avec un social editor de la RTBF. Puis rassemblent leurs réflexions et réalisent une petite capsule avec le message qu'ils souhaitent partager sur les RS, message qui encourage le vivre ensemble et les commentaires constructifs.

- Dans la peau d'un journaliste de fact checking

Les participants réalisent un exercice de fact checking sur une fake news qui circule sur le web. Quelle méthode, quels outils utilisent-ils, quelles questions se posent-ils ? Une fois leur travail terminé, ils rassemblent les conclusions de leur recherche dans une capsule vidéo « Faky ». Elle présente en 3 points essentiels leurs arguments. La capsule est partagée avec un journaliste Faky et vient ainsi introduire l'échange, avec lui, sur les meilleures pratiques de fact checking.

3.2. Le réseau **Insiders**

Pour ses différentes activités, la médiation peut compter sur un large réseau d'Insiders. Un **Insider** est un collaborateur RTBF qui prend 15 à 20 minutes de son temps pour échanger avec les groupes en visite guidée ou en atelier. Le réseau **Insider** s'élargit de mois en mois et compte en 2023 près de **300 professionnels** de la RTBF, tous métiers et secteurs confondus. En moyenne, ce sont 3 Insiders différents par jour qui échangent avec les groupes. Les échanges sont enrichissants tant pour le public que pour la RTBF. Il permet à chaque collaborateur de retrouver concrètement, physiquement le public pour lequel il travaille et à qui il s'adresse chaque jour via les différents contenus et services.



3.3. 70 ans d'écrans

En 2023, la RTBF fête 70 ans de télévision. L'opération, baptisée *70 ans d'écrans*, se déroule en plusieurs actions : des contenus mais aussi des rencontres et des **débats**, sur le terrain, avec les publics



Le 31 octobre 1953, l'INR, l'Institut National de Radiodiffusion, ancêtre de la RTBF, relayait un tout premier journal télévisé, celui de la RTF, la télévision française. Ce n'est que 3 ans plus tard que l'INR créera son propre journal télévisé. Depuis, le média public a fait du chemin et pour célébrer ses 70 ans d'écrans, a organisé en 2023 une série d'activités ouvertes au public dans 5 grandes villes: Mons, Liège, Namur, Charleroi et Bruxelles. Cinq grandes villes pour 5 activités proposées durant 5 semaines, parmi elles :

- Les journées « **Derrière les écrans** ». Organisée les samedis, elles invitent le public à découvrir les coulisses de la RTBF en compagnie de nombreux collaborateurs mobilisés pour faire découvrir leur métier et leur lieu de travail. Au total, près de **1.500 personnes** ont ainsi visité la RTBF.
- Dans chaque ville, **deux débats** ont également été organisés : deux heures pour discuter avec les publics de l'avenir du média public, notamment sur les liens que la RTBF tisse avec chaque habitant.e.s et avec les collectivités de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ces débats ont rassemblé une **centaine de personnes**, pour des échanges riches et approfondis.

3.4. Balance ton son

Une collaboration entre la rédaction info, les équipes de Tarmac et l'ASBL Les Ambassadeurs d'expression citoyenne et la Médiation a permis à la RTBF de mettre sur pieds l'opération « **Balance ton son** ».

Destinée aux futurs primo-votants, à l'approche des prochains scrutins de 2024, elle vise à permettre à des collaborateurs de la RTBF (de toutes directions et tous les métiers) de rencontrer les jeunes dans leur environnement scolaire et à échanger avec eux sur leurs passions, leurs difficultés, leurs regards sur l'avenir et la politique.

Au premier semestre 2023, un atelier a été conçu pour faire ressortir les sujets de préoccupation des jeunes. Lors de la première phase, à Liège, en passant par Wavre, Mouscron ou encore Bruxelles, 8 écoles ont testé ces ateliers et dans chacune d'elle, Tarmac a produit une émission de débat avec les jeunes "Tarmac@School" diffusée en radio sur Tarmac-DAB+ et en vidéo sur RTBF-Auvio.

Dans une deuxième phase, les élèves de 5ème et 6ème secondaire de 38 écoles ont participé à l'opération en 2023 ainsi qu'une soixantaine de collaborateurs de la RTBF qui se sont connectés à la nouvelle génération.

Parmi ces 38 classes, 6 participeront à des émissions "Tarmac@School" pendant la période électorale.

4 EDITORIALISER L'ÉCHANGE AVEC LES PUBLICS

En dehors des activités, **Inside**, ce sont aussi des contenus multimédias. En 2023, ils regroupent :

- **Une émission TV** de 40 minutes diffusées sur Tipik principalement. Présentée par Jessica Riga et Olivier Fraipont, l'émission télé est une agrégation de séquences également développées pour le digital. Les plateaux qui encadrent les différentes séquences sont l'occasion de découvrir d'autres coulisses ou facettes cachées de la RTBF. Les **10 éditions** du magazine TV INSIDE ont fait ainsi découvrir en 2023 les coulisses de la rentrée médias, des sports et du divertissement. Elle s'est arrêtée sur le nouveau contrat de gestion de la RTBF, sur les développements RTBF face aux enjeux liés aux climats et à ceux de la diversité notamment.
- **Des articles web** pour expliquer le fonctionnement de l'info, ses choix éditoriaux, ses difficultés, etc. Les journalistes de la rédaction se succèdent pour apporter aux publics des éléments de compréhension et des réponses à leurs questions ou réflexions. En 2023, **44 articles INSIDE INFO** ont été publiés.
- Des **chroniques en radio**. Elles sont hebdomadaires sur *VivaCité* (le vendredi dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler](#)) et proposées par la médiation qui relaie les questions des publics sur antenne et y répond. En 2023, **42 chroniques** radio ont été diffusées.
- Différentes **capsules et séquences digitales** publiées sur la page Facebook de la RTBF. Elles expliquent, décryptent, font découvrir en images l'envers du décor de la RTBF. En 2023, **5 capsules** ont été diffusées sur les Réseaux sociaux.

La liste complète des sujets, dont la plupart sont cités tout au long de ce document, en regard des réactions des publics, se trouve en annexes.

5 RAPPORTER ET FAIRE CIRCULER

Le rôle de la médiation est d'apporter des réponses, de créer du lien mais également de faire en sorte que les feedbacks d'utilisateurs et les réactions pertinentes sur les choix et le traitement des contenus contribuent à **l'amélioration des services offerts** par la RTBF ainsi qu'à la **réflexion éditoriale**.

Comment cette circulation se fait-elle ?

Plusieurs circuits co-existent :

- Le circuit Inside

Chaque semaine, deux réunions éditoriales ont lieu. Le mercredi matin avec l'équipe *d'On n'a pas fini d'en parler* (VivaCité). On y discute des dernières réactions reçues et on détermine ensemble quel sujet est le plus intéressant pour la chronique du vendredi. La seconde réunion éditoriale est également hebdomadaire. Elle a lieu avec les équipes du magazine TV Inside, le journaliste détaché pour Inside Info. Les réactions des publics sont partagées avec tous et toutes et servent de base de réflexion pour l'édition des contenus Inside. Ces échanges permettant à chacun de relayer les réactions à d'autres collègues et participent ainsi à la circulation des feedbacks du public. Les interviews menées en interne auprès des responsables pour nourrir les contenus Inside permettent par ailleurs de relayer également et de manière approfondie les réactions des publics.

- Le circuit Technos-Médias-Etudes & Sondages

Des échanges réguliers ont lieu avec les équipes des pôles Technologies et Médias autour des feedback utilisateurs. Ces échanges permettent de répondre au mieux aux questions et demandes des publics mais également de répertorier des bugs, liens cassés ou autres problèmes techniques survenant dans l'utilisation des plateformes et applications RTBF.

Chaque semaine, le relevé chiffré des réactions des publics sur l'utilisation des plateformes RTBF est intégré dans les tableaux de bords des incidents digitaux édités par le service Etudes & Sondages.

- Les échanges individualisés

Lorsqu'une question ou une interpellation touche le contenu d'un article ou d'un reportage, la médiation contacte l'auteur de ce contenu pour un échange de points de vue. Cela peut déboucher sur une modification de contenus ou sur la mise en évidence d'explications complètes sur le choix éditorial mené. Cette explication est alors relayée auprès du public. Et peut faire ensuite l'objet d'un contenu Inside.

- La sonnette d'alarme

Lorsque de nombreux messages ou plaintes arrivent sur un sujet en particulier, la médiation tire la « sonnette d'alarme » auprès des directeurs et responsables. Cela a été le cas notamment sur le nouvel habillage du JT qui a récolté plus de 350 plaintes (voir plus haut).

Conclusions et pistes d'amélioration...

Le bilan annuel est l'occasion de faire le point sur les améliorations, le travail accompli et la réalisation des objectifs, ainsi que sur les développements à poursuivre.

Pour 2023, nous pouvons mettre en évidence les éléments suivants :

- L'identification de **changements technologiques** impactant les publics dans leur consommation médias est de mieux en mieux anticipée. Elle permet une meilleure communication en amont et moins de réactions ou de plaintes en aval. Cela a été le cas pour le lancement de la TNT2 ou l'arrêt du télétexte (anticipé fin 2023). Certains changements importants sont malheureusement encore mal évalués ou peu testés auprès du public avant la mise sur antenne. La modification de l'habillage du JT en est un bon exemple. Des tests n'ont été réalisés qu'en interne. Et les premières modifications apportées suite aux très nombreuses réactions des téléspectateurs (plus de 350 en 2023, elles continuent en 2024) ont pris du temps. Elles ne suffisent pas pour le public qui s'impatiente, se fâche.
- Il y a lieu également de s'inquiéter des nombreuses (239) **réclamations pour des cadeaux** et lots gagnés lors des concours RTBF et qui ne parviennent pas aux gagnants, pas du tout, tardivement ou trop tard.
- La **culture du public**, c'est penser à lui a priori et s'occuper de lui a posteriori. Les contenus Inside évoluent toujours et davantage encore en ce sens. En 2023, la rédaction info, particulièrement, a partagé de nombreuses explications sur ces choix éditoriaux, en anticipant ou en réagissant dès les premiers messages reçus. La couverture du conflit Israël-Hamas par exemple a ainsi été largement décryptée.
- Accueillir plus de 10.000 jeunes par an dans nos murs nécessite une organisation quotidienne importante. La planification des **Insiders** est exigeante mais ce moment d'échange contribue au renforcement du lien avec les publics. L'élargissement du réseau **Insiders** qui compte en 2023 plus de 300 collaborateurs RTBF témoigne de l'envie grandissante des collaborateurs RTBF de partager avec les publics.
- La RTBF développe d'ailleurs de plus en plus d'opérations de rencontres physiques. *Balance ton son*, *70 ans d'écran* sont des opérations d'envergure lancées en 2023. L'expérience des *70 ans d'écrans* a témoigné de l'intérêt du grand public pour ce type d'opérations et montre le bénéfice, dans le renforcement des liens avec les publics, d'organiser chaque année, des **portes ouvertes** sur l'ensemble de nos sites, pour qu'un plus grand public ait accès aux coulisses de la RTBF. Les visites guidées s'adressant en effet majoritairement à un public scolaire.

- Les débats de médiation du **magazine TV Inside** ont pris fin en 2023 pour des raisons éditoriales (de nombreux sujets ont été traités à plusieurs reprises et il était difficile d’obtenir la participation du public aux heures de tournage). D’autres formes de débats, inédites et innovantes, ont pu être développés via l’expérience *Balance ton son* mais aussi lors les débats sur les sites, durant l’opération *70 ans d’écrans*. Ces nouvelles expériences sont encourageantes et doivent aider à faire évoluer les programmes de médiation.
- Au niveau éditorial, les **contenus de médiation** sont plus nombreux en 2023. Et les nouveaux dispositifs d’échanges évoqués aux points précédents vont permettre de faire évoluer ces contenus, de manière à toucher davantage de publics différents. L’ensemble des contenus de médiation pourraient bénéficier d’une meilleure coordination éditoriale et d’une meilleure visibilité. C’est aussi un des objectifs du plan stratégique en éducation aux médias de la RTBF, avec la création d’un espace spécifique sur les plateformes de la RTBF rassemblant tous les contenus de décryptage des médias.
- Enfin, si la **circulation des feedbacks** des publics se fait tout au long de l’année via différents circuits (voir explication plus haut), la RTBF pourra bientôt bénéficier de l’implémentation, en 2024, de l’outil *Zendesk*. Il va offrir la possibilité à tous les secteurs, rédactions et services RTBF qui le souhaitent d’avoir une vue sur les réactions des publics, sans passer nécessairement par la Médiation ou sans que celle-ci ne doive faire le long travail de suivi vers chaque service, émissions. Cet objectif est ambitieux, nécessitera des formations et communications encore importantes. Il va permettre une réelle amélioration de la circulation du feedback. Notamment pour les possibilités de rapport réguliers qu’offrira l’outil Zendesk et pour l’amélioration des processus de suivi des demandes et questions des publics.

ANNEXE 1

LISTE DES SUJETS DES CHRONIQUES RADIO INSIDE

Les chroniques sont à réécouter sur audio, dans l'émission [On n'a pas fini d'en parler sur VivaCité](#)

06 janvier	Des chansons au textes violents passent-ils en radio ?
13 janvier	La nouvelle cellule Décrypt de la rédaction, avec Guillaume Woelfle, journaliste
20 janvier	Le nouveau contrat de gestion de la RTBF : que change-t-il pour le public ?
27 janvier	L'enquête Noir, jaune, blues : l'utilisation des études et sondages dans l'info
02 février	Les Français qui nous écoutent
10 février	La fatigue informationnelle
17 février	Les podcasts de la RTBF
24 février	Un JT en direct du Carnaval de Binche
03 mars	Drag Race Belgique
10 mars	La place des femmes dans les médias
17 mars	Les coulisses de la mission royale en Egypte > avec Françoise Baré
24 mars	L'écran de pub Blue screen
31 mars	Investigation – trois ans d'enquêtes
07 avril	Quand « On n'est pas des pigeons » vous appelle en direct...

14 avril	Les horaires décalés des journalistes, avec Franck Ruelle, journaliste aux petits matins
21 avril	Commenter une course cycliste, avec Samuel Grulois, journaliste sportif
28 avril	Les scoops politiques, avec Thomas Gadisseux, journaliste politique
05 mai	Les envoyés spéciaux de la RTBF, avec Manu Delporte et E Labye, journalistes
12 mai	Le concours Eurovision de la chanson, avec Maureen Louys, présentatrice
19 mai	Le système de votes de l'Eurovision
26 mai	La programmation musicale de VivaCité
02 juin	Les problèmes de connexion sur auvio
09 juin	« Comment diminuer sa cellulite ? » : un article en phase avec les valeurs RTBF ?
16 juin	Doublage ou sous-titrage au JT ?
23 juin	La nudité dans les reportages
30 juin	La grille de rentrée de VivaCité, avec Denis Verbois, chef éditorial adjoint de VivaCité
01 septembre	La fin de la TNT
08 septembre	Les voix artificielles (read speaker)
15 septembre	La vie d'envoyé spécial au Maroc, avec Mathieu Van Winckel, journaliste
22 septembre	Les 70 ans de la RTBF
29 septembre	Les titres des articles de la RTBF cherchent-ils le clic ?
06 octobre	Le floutage des mineurs d'âge

13 octobre	La RTBF et l'équilibre éditorial dans la guerre entre Israël et le Hamas, avec Jean-Pierre Jacqmin, directeur de l'information de la RTBF.
20 octobre	Les coulisses de la spéciale attentat de Bruxelles, avec Thomas Gadisseux, journaliste politique
27 octobre	Le nouvel habillage du JT
03 novembre	Les coulisses de l'édition du JT, avec Manu Delporte, coordinatrice info
10 novembre	Vous avez une idée, un concept pour la RTBF ?
17 novembre	L'enquête sur les PFAS, avec Emmanuel Morimont, journaliste
24 novembre	La fréquence des newsletters RTBF
01 décembre	La rédaction couvre-t-elle les alertes à la bombe ?
08 décembre	La modération sur les RS
15 décembre	Direct ou faux direct ?

ANNEXE 2

LISTE DES SUJETS DES ARTICLES INSIDE INFO

13 janvier 2023 - [Interview de Célia Rombaut, victime de crimes sexuels à 8 ans : la RTBF devait-elle parler de pédophilie ou de pédocriminalité ?](#) – 8379 vues

20 janvier 2023 - [Comment la RTBF réagit-elle lorsqu'elle fait l'objet de pressions ?](#) - 6551 vues

26 janvier 2023 - [Que se passe-t-il exactement en Iran ? Quand les sources manquent, la prudence s'impose](#) – 16.834 vues

16 février 2023 - [Sondages et enquêtes : peut-on parler de l'opinion « des Belges » en interrogeant seulement 1000 personnes ?](#) - 4682 vues

27 février 2023 - [Diversité à la RTBF : comment refléter la société dans son ensemble ?](#) – 2411 vues

07 mars 2023 - [Films coproduits par la RTBF primés aux César et aux Magritte : une coproduction, c'est quoi ?](#) – 2727 vues

10 mars 2023 - [Dans les coulisses des équipes de la RTBF en reportage en Ukraine : une initiative pour faire comprendre nos métiers](#) – 4474 vues

19 mars 2023 - [Les directs dans les journaux télévisés : toujours utiles ?](#) – 7591 vues

20 mars 2023 - [SDJ, SDR: quand les journalistes s'organisent](#) – 1289 vues

24 mars 2023 - [Films et séries en audiodescription pour personnes aveugles et malvoyantes, comment ça marche ?](#) - 2093 vues

25 mars 2023 - INSIDE - [Décrypte : une nouvelle démarche pour vérifier et enrichir l'information](#) - 4340 vues

27 mars 2023 - [Le "Blue screen" ou "l'écran durable" pour changer le modèle publicitaire de la RTBF](#) - 2835 vues

31 mars 2023 - [Une régie mobile durable à la Foire du livre](#) - 1628 vues

07 avril 2023 - [Horaires décalés : présenter les journaux matinaux ou du soir, travailler jusqu'au bout de la nuit, un job passionnant et épuisant](#) - 15.235 vues

12 avril 2023 - [INSIDE – Le Palais Royal invite-t-il les journalistes tous frais payés pour couvrir ses déplacements officiels ?](#) - 20.430 vues

15 avril 2023 - ["Ça va bien la RTBF de promouvoir des pratiques illégales ?"](#) - 26.482 vues

22 avril 2023 - [Lutte contre le sexisme : quel rôle pour les journalistes ?](#) - 4.952 vues

24 avril 2023 - [Faut-il être blanc et bourgeois pour être journaliste ?](#) - 11.026 vues

25 avril 2023 - [Informers en 1 minute : le challenge des journalistes de Mise à Jour sur TikTok](#) - 4007 vues

01 juin 2023 - [Inside – Intelligence artificielle : quel avenir pour le métier de journaliste ? La RTBF se penche activement sur la question](#) - 5591 vues

13 juin 2023 - [INSIDE - JT tournés hors studio, QR en version plus interactive, 20 km de Bruxelles à vélo... la RTBF part à la rencontre de ses publics](#) - 1637 vues

15 juin 2023 - ["Responsable de la navigation des cours d'eau non navigables", la RTBF s'est-elle trompée dans un sous-titre au JT et pourquoi ?](#) - 58 708 vues

12 septembre 2023 - [Inside : pourquoi le JT de la RTBF n'a-t-il pas évoqué l'anniversaire des attentats de New-York de 2001 ?](#) - 9 399 vues

14 septembre 2023 - [Inside - La RTBF se mobilise pour le Maroc avec un JT en direct de Marrakech](#) – 1379 vues

15 septembre 2023 - [Inside – Comment faire face à la désinformation qui circule au sujet de l'Euras ?](#) – 8.937 vues

19 septembre 2023- [Inside – Pourquoi la RTBF n'est-elle pas présente pour couvrir les inondations catastrophiques en Libye ?](#) – 6276 vues

24 septembre 2023 - [Inside – "70 ans ensemble": de la nostalgie de l'écran de grand-maman aux avatars nés de l'Intelligence artificielle, la RTBF se lance dans un mois de rencontres itinérantes avec ses publics](#) – 3002 vues

03 octobre 2023 - [Inside – Peut-on s'abstenir de flouter l'image d'un mineur dans une situation compliquée si ses parents accordent leur autorisation ?](#) – 1046 vues

05 octobre 2023 - [Inside – Comment la RTBF choisit-elle sa programmation de documentaires ?](#) 1085 vues

10 octobre 2023 - [Inside - Guerre Israël-Gaza : quels termes et quelles images la RTBF choisit-elle d'utiliser ?](#) 12.136 vues

13 octobre 2023 - [Inside – Ouvrir un journal télévisé avec le départ d'Eden Hazard, en pleine guerre au Proche-Orient, une aberration ?](#) – 25.340 vues

19 octobre 2023 - [Homme armé dans un tram ? Alerte à la bombe ? Les fausses alertes se multiplient et occupent les zones de police](#) – 21.778 vues

20 octobre 2023 - [La RTBF est-elle aujourd'hui une entreprise écoresponsable ?](#) – 252 vues

20 octobre 2023 - [Inside : la RTBF a-t-elle "désinformé" en présentant l'explosion dans l'hôpital de Gaza comme l'œuvre d'Israël ?](#) – 18.337 vues

21 octobre 2023 - [Inside - Pourquoi l'info de la RTBF ne s'est-elle pas dotée d'une charte climat, contrairement à d'autres médias?](#) – 2.903 vues

25 octobre 2023 - [Inside – Couper ou laisser parler : comment mener une interview ou un débat de manière honnête, claire et efficace ?](#) – 4.554 vues

28 octobre 2023 - [Inside – Intelligence artificielle : la RTBF a décidé de bloquer l'accès de ses contenus au robot "aspirateur de données" de ChatGPT](#) – 16.546 vues

09 novembre 2023 - [Inside : quelle est la politique de la RTBF concernant les alertes à la bombe ?](#) – 950 vues

18 novembre 2023 - [Le journalisme constructif, une manière de mieux répondre aux besoins du grand public ?](#) – 1.336 vues

23 novembre 2023 - [Inside : pourquoi la RTBF ne donne-t-elle pas le nom complet de tous les intervenants dans un reportage télévisé ?](#) – 1084 vues

26 novembre 2023 - [Inside – #Investigation sur les PFAS : la RTBF aurait-elle dû avertir le grand public plus tôt ?](#) – 6.731 vues

29 novembre 2023 - [Dispositif électoral de la RTBF en vue des élections fédérales, régionales et européennes 2024](#) – 558 vues

11 décembre 2023 - [Médias et réseaux sociaux : la RTBF joue un rôle d'éducation chez les adolescents](#) – 601 vues

20 décembre 2023 - [Inside – Viva for Life, petite histoire d'une émission caritative atypique pour le service public](#) – 2019 vues

ANNEXE 3

LISTE DES SUJETS DU MAGAZINE TV INSIDE

En 2023, la Thématique Service au public prépare une évolution et une refonte du magazine TV Inside. Pour permettre ce travail sur le fond et la forme, les émissions des mois de septembre à décembre sont des best off des numéros précédents.

ANTENNE	SUJETS	INVITES
Janvier Thème fil rouge : Le contrat de gestion	Focus info : Comment les journalistes gèrent les pressions extérieures ?	Stéphane Hoebeke-juriste
	Séquence coulisses : Faky	Grégoire Ryckmans-Coordinateur
	Séquence Métier : éditeur du JT	Manu Delporte
	Séquence Questions Médias : Qui parle à l'oreillette ?	
	Séquences Sais-tu-que : Les émissions liées aux découvertes	François Mazure-Adrien Joveneau
	Séquence Médiation	Louise Monaux : Responsable de la Médiation
Février Thème fil rouge : La diversité	Séquence coulisses : l'audiodescription	
	Séquence métier : interprète en langue des signes	Christiane Broekman
	Focus info : la diversité dans l'info	Françoise Baré-Journaliste

	Sais-tu que : les débats politiques	Sacha Daoût-Alain Gerlache
	Séquence Question médias : Comment on filme les gens ?	Céline Dejoie (référente diversité)
Mars Thème fil rouge : Les moyens mobiles	Séquence coulisses : La RTBF partenaire d'évènements	
	Séquence Questions Médias : l'infomob	
	Focus info : les duplex dans les JT	
	Séquence métier : drôniste	Christophe Zenko
	Séquence Sais-tu que : les émissions d'humour	Jérôme de Warzée-Tamara Payne
Avril Thème fil rouge : Les horaires décalés	Séquence coulisses : Perex	
	Focus info : Les journalistes en horaire décalé	Sarah Depaduwa-Animatrice
	Séquence Sais-tu que : journaliste sportif	Pierre Deprez
	Séquence Questions Médias : Comment on isole un studio ?	
	Séquence Métier : lighting designer	Benoît Weisberger

Mai Thème fil rouge : La RTBF du futur	Séquence coulisses : La régie universelle	Jérôme Dupuis : Responsable du projet Média Square Sandrine Roustan : Directrice générale du pôle contenus
	Focus info : Le journalisme du futur	
	Séquence Questions Médias : Les bulles de filtres	
	Sais-tu que : La formule 1	Gaëtan Vigneron
	Close up : Photographe de plateau	
	Entre les plateaux	Régine Carpentier : Chargée de communication presse & influenceurs
Juin Thème fil rouge : La RTBF à la rencontre de ses publics	Séquence coulisses : Festival Classic 21	Cathy Immelen
	Focus info : L'info à la rencontre de ses publics	
	Séquence Questions Médias : Comment fonctionne une grue ?	
	Séquences Sais-tu que : Les séries belges	
	Séquences métier : Magasinier	
	Entre les plateaux	Adrien Joveneau : Animateur Catherine Lorisgnol-Productrice du jardin extraordinaire Thomas Duprel-Chef éditorial de Tarmac

Pour contacter la RTBF et/ou la Médiation

mediation@rtbf.be
www.rtbf.be/contactez-nous

Pour réserver une visite ou un atelier

inside@rtbf.be
www.rtbf.be/inside



Rapport d'activités 2023 - Médiation & Relations avec les publics - RTBF - Février 2023

Louise Monaux – Chargée de la Médiation & des Relations avec les publics

Zoé Bos – Coordinatrice Relations avec les publics

Marie Gilson – Coordinatrice Activités Inside

Michèle Vanlaer – Suivi des contacts des publics