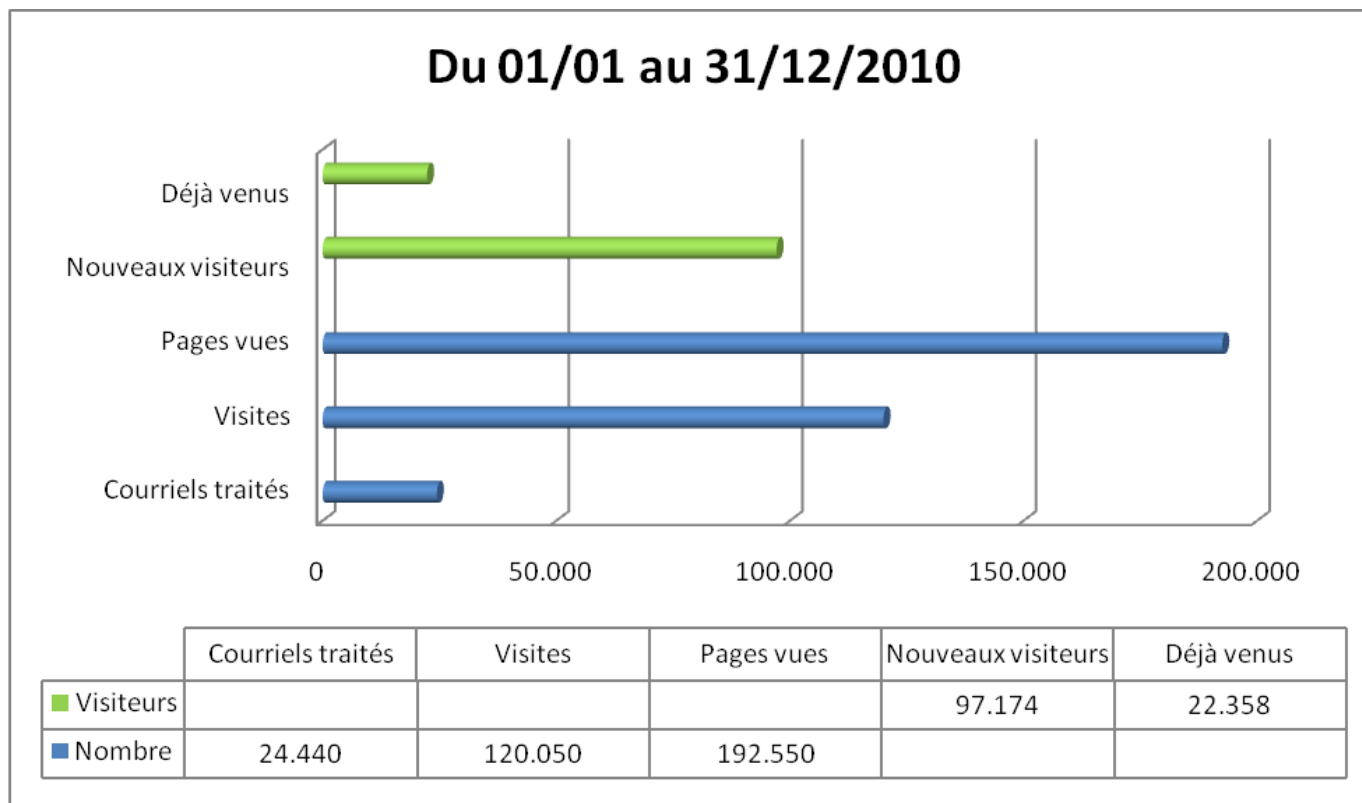




Auditeurs, téléspectateurs, internautes :

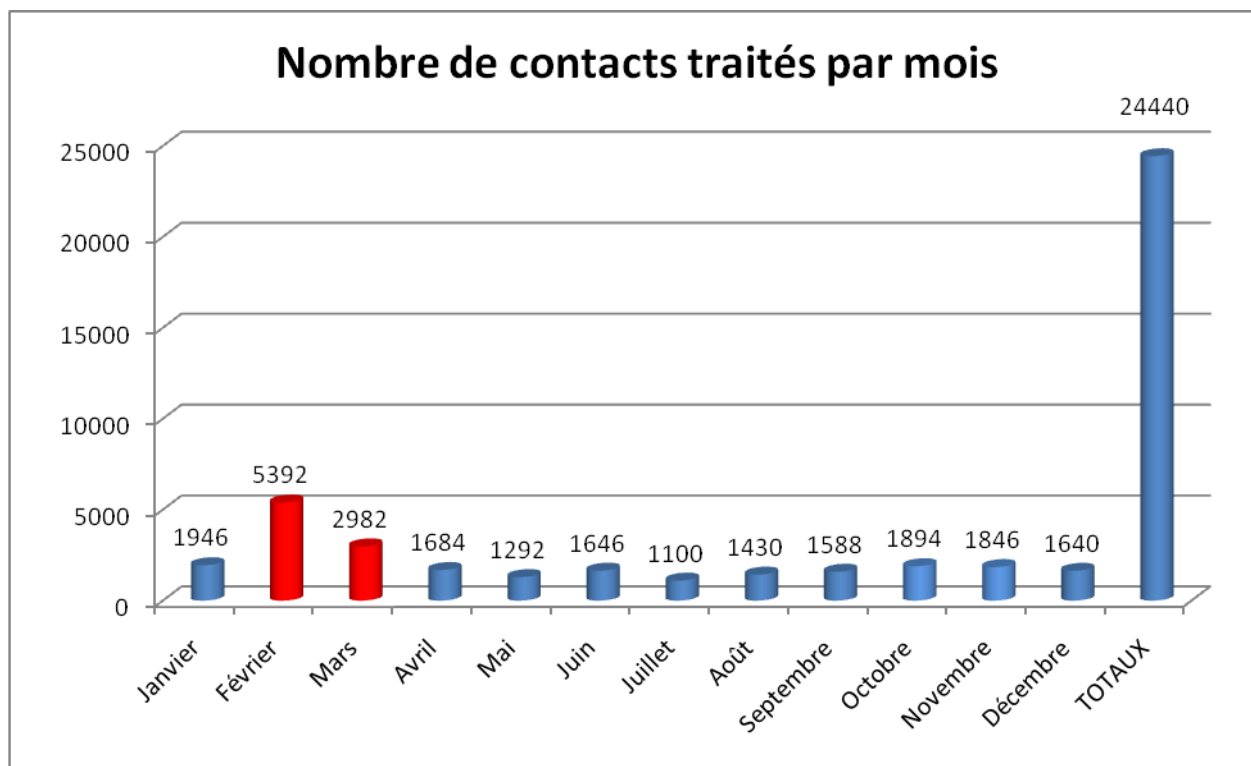
Une relation en miroir

Relations avec les auditeurs, téléspectateurs et internautes | Médiation - Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2010



24.440 échanges de courriers et courriels en 2010, résultant de 120.050 visites de la page « médiation » du site RTBF.

81% de ces visiteurs abordaient pour la première fois la page médiation. Ces nouveaux visiteurs ainsi que ceux qui avaient déjà consulté la médiation, ont élargi leur visite à 192.550 pages des sites RTBF, soit une moyenne de 1,6 page vue par visite.



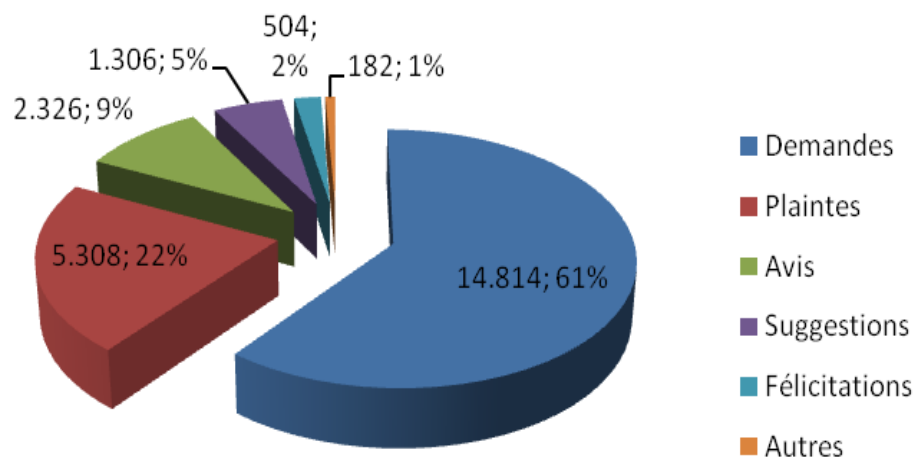
On enregistre deux pics de contacts, très nets, en février-mars.

Ils correspondent à l'arrêt de RTBF-Sat le 15 février et surtout, au « switch-off » de l'analogique au numérique TV le 1^{er} mars 2010. Un centre d'appels spécifique avait été mis en place à cet effet et l'intégralité des appels téléphoniques traités a été intégrée dans les statistiques de la médiation.

Globalement, le nombre moyen de contacts traités par mois reste stable, avec des pointes au moment des changements de grilles de programmes. En 2010, le démarrage de La Trois fin septembre a entraîné une légère hausse des courriels en octobre et novembre.

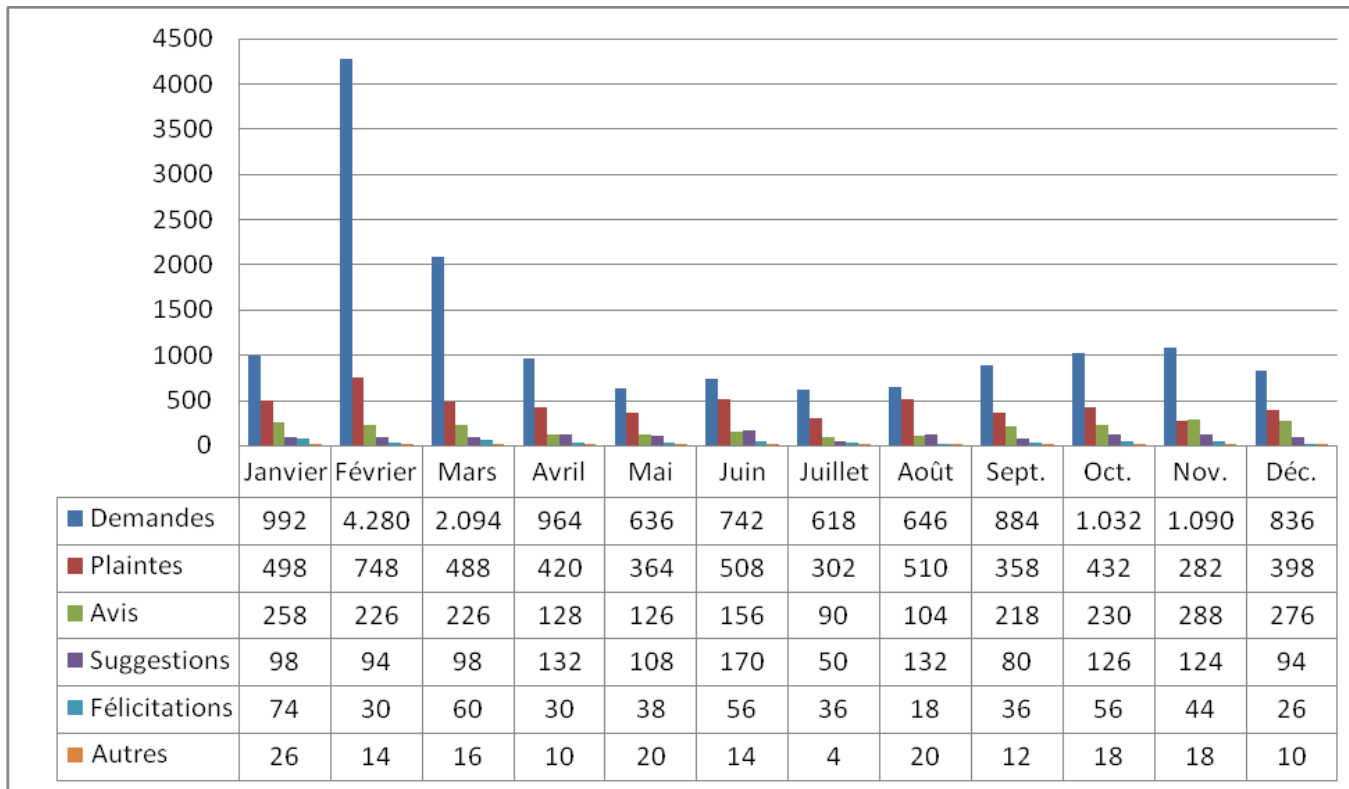
Typologie des contacts

24.440 échanges de courriels répartis en :



On le voit, les demandes constituent la plus grande part (61%) des contacts traités.

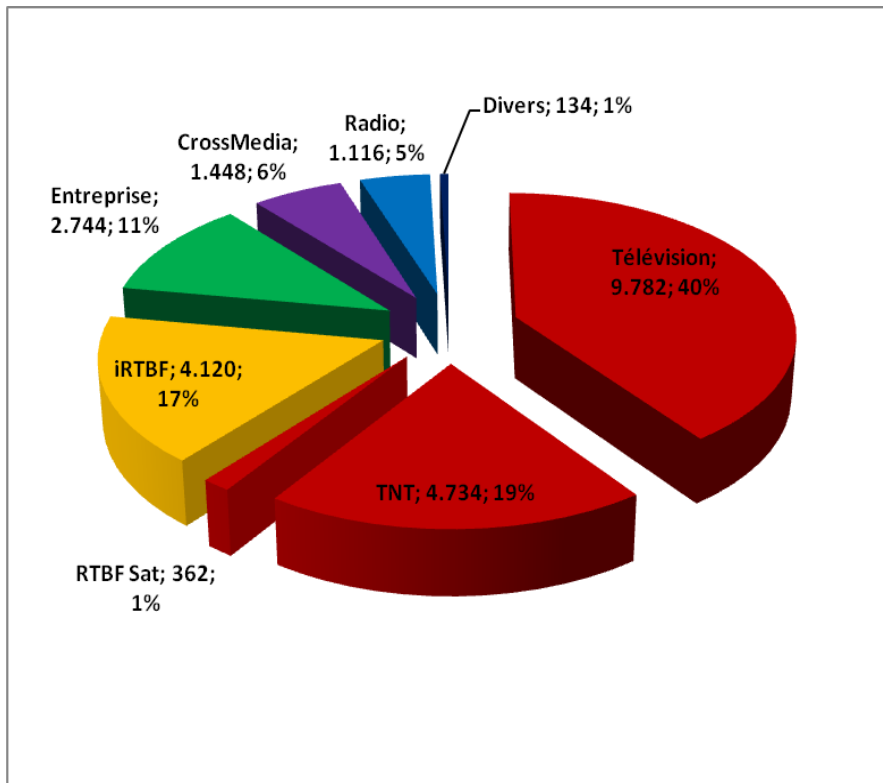
Les avis (9%), les suggestions (5%) et les félicitations (2%) complètent l'éventail des contacts qui se situent dans le contexte d'un service de relations avec le public. Les plaintes qui relèvent, elles, d'un service de médiation constituent 22% des contacts traités tout au long de l'année 2010.



Le graphique ci-contre décrit la répartition des différents types de contacts par mois. Il montre clairement l'effet d'événements sur le nombre de réactions adressées à la médiation de la RTBF :

- Augmentation significative des plaintes en février : l'arrêt de RTBF Sat le 15 février 2010, dans le cadre du plan d'économies mis en place par la RTBF, suscite le mécontentement de compatriotes vivant à l'étranger (France, Espagne)
- Très grosse augmentation des demandes en février mars : l'arrêt des émissions TV analogiques au 1^{er} mars 2010 entraîne un nombre important de demandes de la part de téléspectateurs qui captent la RTBF par voie hertzienne.
- Augmentation des demandes d'information en octobre-novembre suite au lancement de La Trois le 27 septembre 2010.

Répartition par média



Sans surprise, la télévision se taille la part du lion en totalisant 60% des contacts traités par le service médiation.

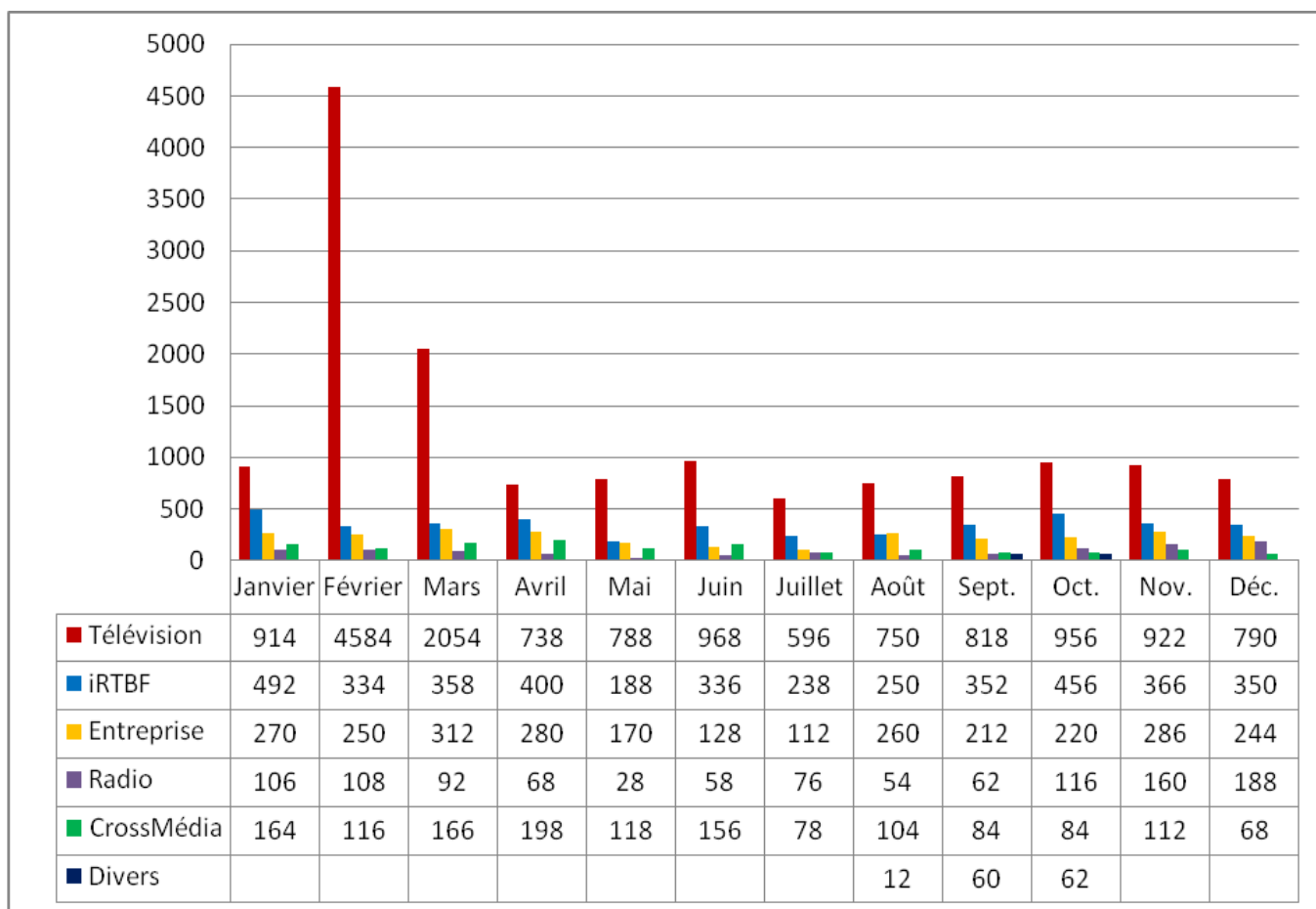
Dans cet ensemble « télévision », les contacts relatifs à l'arrêt de RTBF Sat en février et au « switch-off » de la diffusion analogique hertzienne le 1^{er} mars, représentent respectivement 1% et 19% du total de l'année 2010.

Viennent ensuite les contacts relatifs à iRTBF, la direction chargée de l'implantation et de la gestion du troisième média de la RTBF : internet et toutes ses déclinaisons.

Un département qui se déploie de plus en plus avec une offre croissante, générant en conséquence de plus en plus de contacts avec la RTBF.

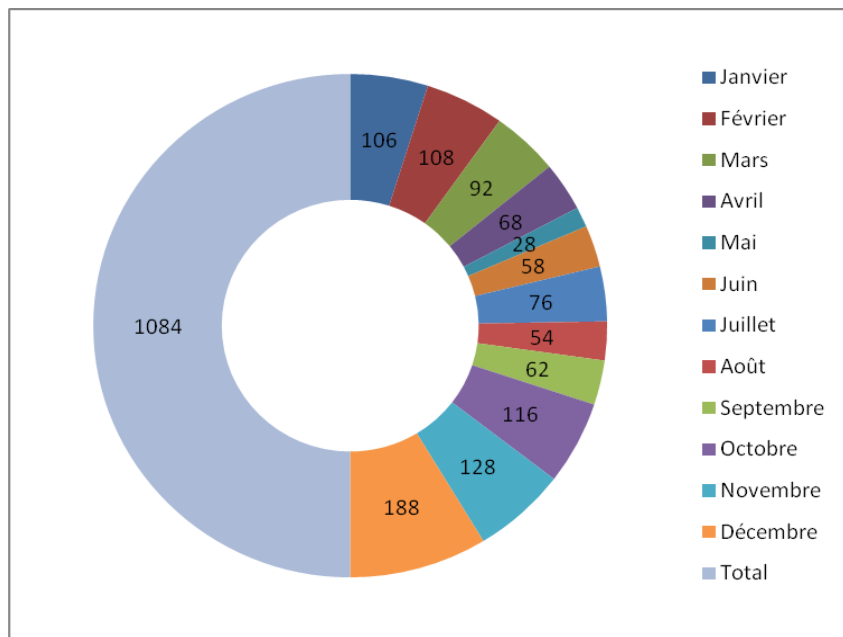
Les contacts relatifs à l'entreprise occupent le troisième rang des préoccupations du public. La catégorie « CrossMédia » rassemble les contacts qui s'adressent indifféremment à la télévision, à la radio et à iRTBF. La radio enfin, représente 5% des préoccupations du public.

Le graphique qui suit montre la répartition des contacts par média, au fil des douze mois de l'année 2010.

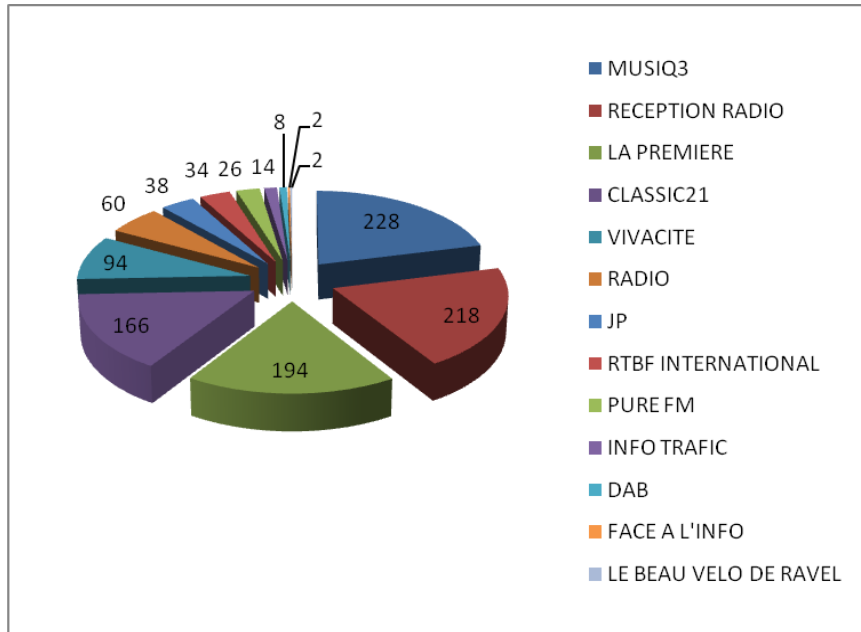


Les pics de contacts évoqués précédemment se retrouvent également dans ce graphique et impliquent la télévision en février-mars (RTBF et TNT) et en octobre – novembre (La Trois). On note également un pic en juin (968 contacts TV), au moment de la Coupe du monde de football.

La Radio



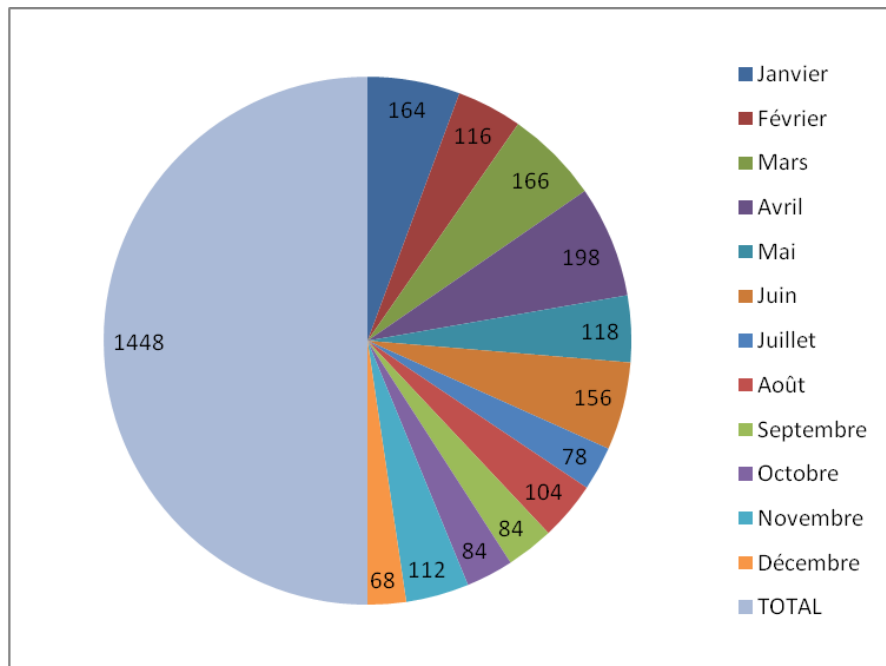
On constate une hausse du nombre de contacts radio en fin d'année. Elle s'explique en octobre par un problème de mise en ligne d'un concours de Classic 21 et en novembre, par une panne dans la diffusion en ligne de la playlist de Classic 21, d'où une demande accrue de références discographiques. En décembre, les mauvaises conditions climatiques perturbent la réception radio dans certaines régions, entraînant plaintes et demandes d'information.



Musiq '3 se classe en tête des demandes de références discographiques dès qu'un incident, généralement passager, perturbe l'accès à ces informations sur le site de la chaîne.

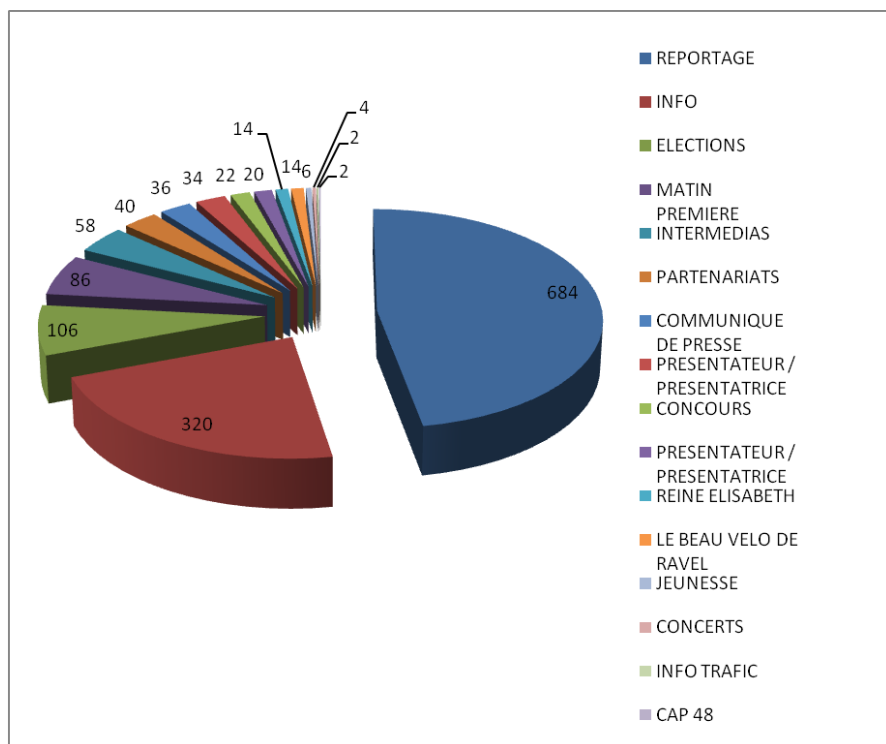
Pour le reste, les courriels concernant les radios de la RTBF consistent majoritairement en demandes d'informations diverses : références, accès aux podcasts, informations générales sur la réception.

Le crossmédia



Les matières « crossmedia », c'est-à-dire traitées à la fois par les trois médias de la RTBF suscitent un nombre de réactions relativement stable de mois en mois.

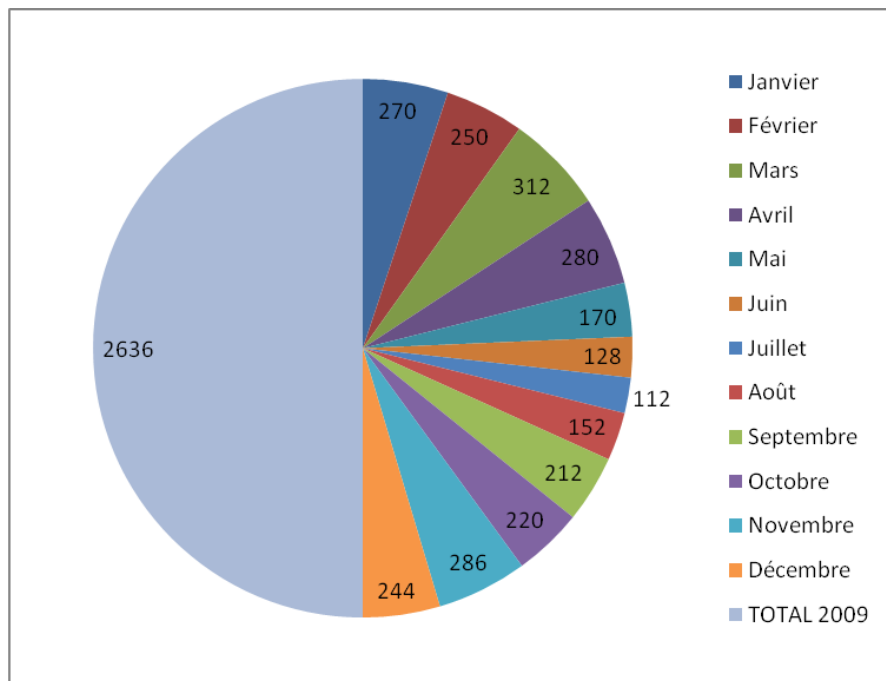
La croissance des contacts de type crossmédia de mars à fin juin correspond à la crise politique : chute du gouvernement et élections anticipées.



Les thèmes principaux de ces contacts sont des suggestions de reportage ou des informations apportées par le public.

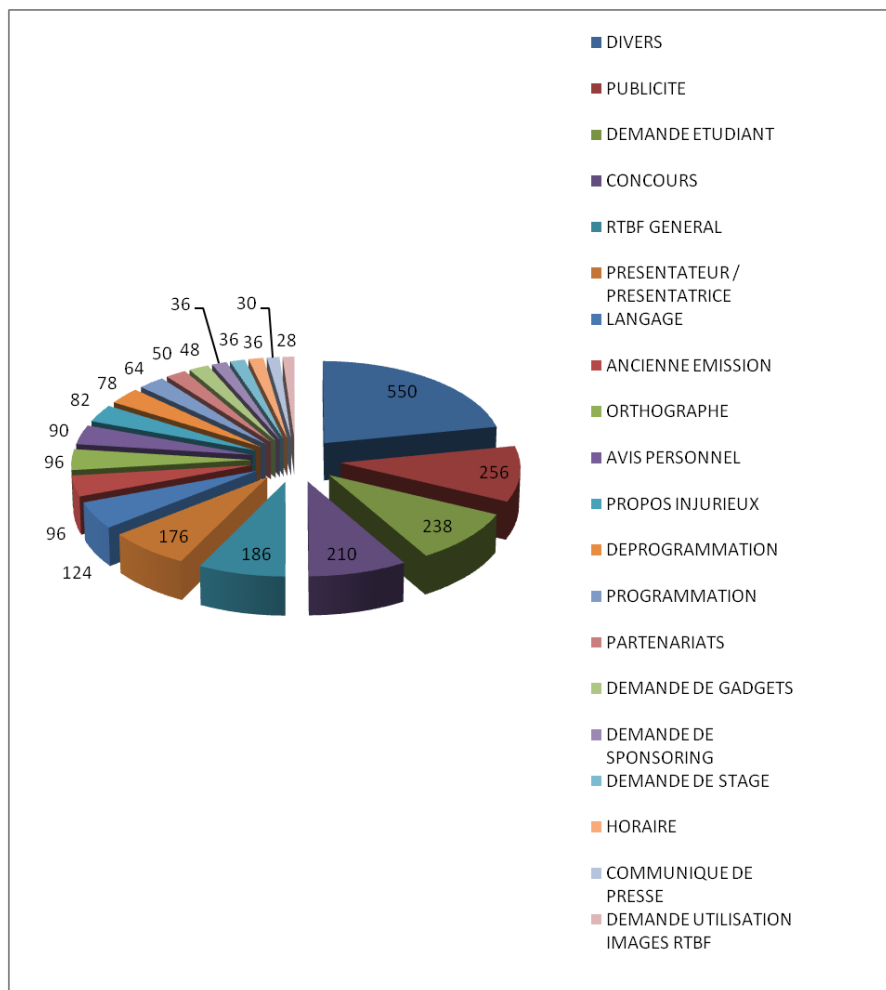
En outre, on classe en catégorie « crossmédia » les réactions suscitées par *Matin Première* (radio et TV), *Intermédias* (radio, TV, Internet), ou toute autre matière susceptible d'être traitée aussi bien en radio, qu'en télévision ou sur Internet.

La RTBF en général



Le nombre de contacts classés dans cette catégorie reste constant durant l'année, hormis une baisse « saisonnière » durant les trois mois d'été.

Notamment, les demandes émanant d'étudiants se font plus rares durant le mois d'examens et les grandes vacances.



Si les « divers » (sujets abordés par des auditeurs, téléspectateurs ou internautes, sans relation avec les programmes de la RTBF) occupent 21% de la catégorie « RTBF en général », la question de la publicité sur nos antennes et les demandes d'étudiants représentent l'une près de 10% des contacts « RTBF » (9,7%) et l'autre 9 % de ces contacts.

Les réactions quant à la présence de publicité en télévision ont pris plus d'acuité en début d'année 2010, avec la mise en place de mesures destinées à compenser une partie du gel de la dotation de la RTBF dans le cadre du plan triennal de solidarité Communautés et Régions / Etat fédéral.

L'insertion d'écrans publicitaires dans les fictions cinématographiques et téléfilms a assez naturellement engendré des réclamations de la part de téléspectateurs peu habitués à ce type de pratique.

N.B. Les sujets représentant moins d'1% de la catégorie « RTBF en général » n'ont pas été repris dans le graphique ci-dessus.

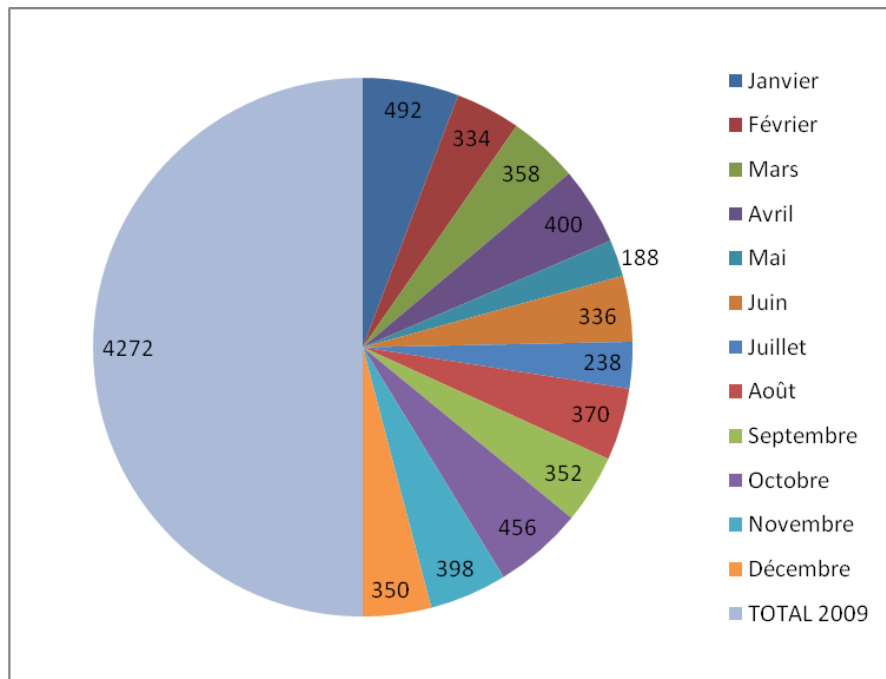
Le fait que les œuvres produites en Communauté française et que certains longs métrages considérés comme des classiques ou des films-culte soient exemptés d'écrans publicitaires ne suffit malheureusement pas à faire entendre les arguments de la RTBF auprès de ces plaignants ...

Les remarques relatives au langage, à la syntaxe et à l'orthographe sur les antennes (propos et sous-titres) et sur le site (articles) représentent 6,7% de la catégorie « RTBF », soit 220 contacts sur l'année.

Les critiques à propos de journalistes, animateur(trice)s ou présentateur(trice)s portent généralement sur des considérations personnelles à leur égard (tenue vestimentaire, coiffure) mais aussi sur des données un peu plus objectives (diction, débit de paroles).

Les remarques évoquées dans les deux paragraphes ci-dessus sont systématiquement relayées auprès des producteurs ou chefs de rédaction concernés, pour suite utile.

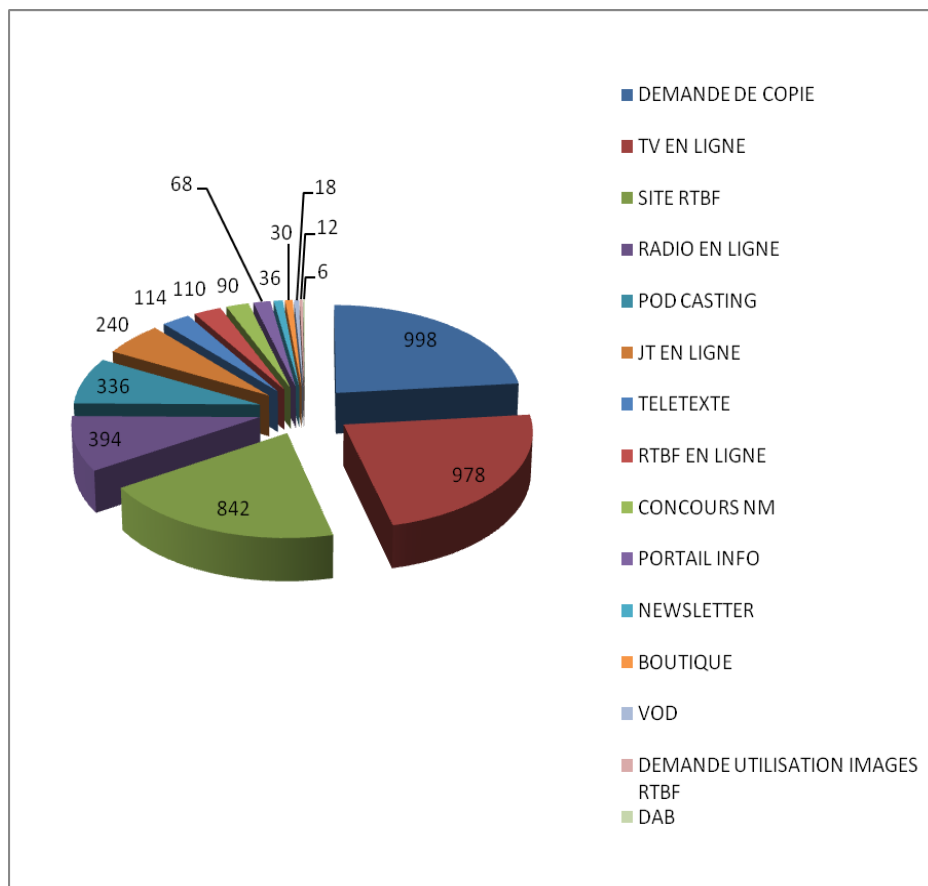
Les « nouveaux médias » ou iRTBF



Les contacts relatifs à iRTBF (17,5% du total des contacts traités à la médiation) se caractérisent par la stabilité.

Ils constituent en quelque sorte la « rançon de la gloire » pour ce secteur qui donne globalement satisfaction aux utilisateurs, ceux-ci réagissant toutefois « au quart de tour » à chaque incident les empêchant de profiter à loisir de la TV ou de la radio en ligne.

Les demandes de copies de programmes, actuels ou anciennes émissions, représentent 23% des contacts de cette catégorie. Ces demandes sont traitées en interne (copies à usage pédagogique) ou renvoyées vers la Sonuma qui gère la numérisation et la commercialisation des archives de la RTBF.



Les demandes d'information (comment ça marche ?) ou les réclamations (ça ne fonctionne pas !) concernant la TV en ligne atteignent un score presque équivalent à celui des demandes de copie. Une partie du public des internautes est très réactive et interpelle la RTBF à chaque incident.

Les contacts à propos du site RTBF (19,7% du total iRTBF) apparaissent lors de l'ouverture de nouveaux portails.

Critiques de l'ergonomie ou du design des pages, facilités d'accès, nombre de clics nécessaires pour obtenir une information, rupture dans les habitudes de consultation constituent les thèmes principaux de ces interpellations.

Radio en ligne et podcasting constituent respectivement 9,2% et 7,8% des contacts iRTBF.

Les demandes d'explication concernant l'écoute en direct (streaming) sont surtout le fait d'auditeurs de Classic 21 alors que les demandes à propos du podcasting (écoute en différé) émanent principalement d'auditeurs de Musiq '3.

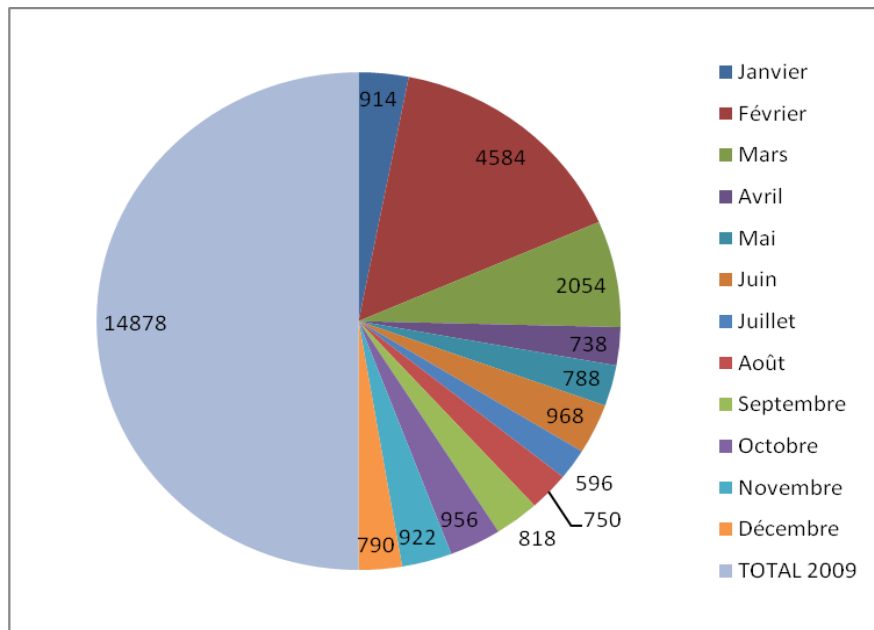
Il semble que les auditeurs de La Première et de VivaCité restent fidèles à l'écoute « classique » en FM, les auditeurs de Pure FM, plus jeunes, étant quant à eux mieux préparés à utiliser les ressources de l'informatique.

Les difficultés à suivre le JT en ligne (5,6%) qui apparaissent ponctuellement suscitent des interpellations ou questions de téléspectateurs séjournant à l'étranger, mais aussi des quelques habitués du « chat » ouvert lors de la diffusion du 13h00 et du 19h30.

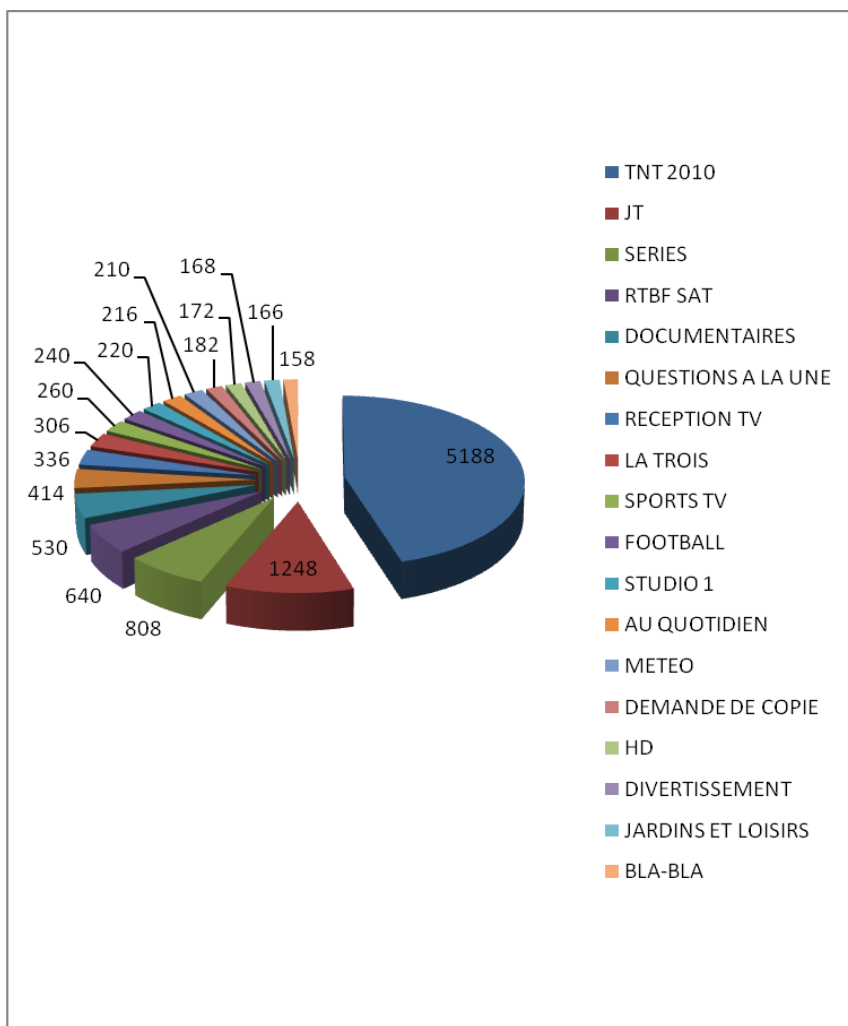
Pour le reste, les contacts se répartissent entre concours sur Internet, commentaires à propos du nouveau portail info, demandes de désabonnement aux newsletters.

La VOD et la « catch-up TV » ou télévision de rattrapage semblent ne pas encore être entrées dans les habitudes, paradoxal lorsqu'on voit le nombre important de demandes de copies.

La télévision



Ce sont bien entendu les questions suscitées par le passage au « tout numérique » hertzien (TNT) le 1^{er} mars 2010 déjà évoqué plus haut, qui expliquent le nombre particulièrement important de réactions « TV » en février et mars. L'annonce de l'arrêt de RTBF Sat au 15 février a généré un nombre important de plaintes en janvier et février tandis que celle de la naissance de La Trois le 27 septembre 2010 a induit bon nombre de demandes en octobre et novembre sur la manière de capter cette nouvelle chaîne.



Ce premier graphique reprend les programmes qui ont suscité de 1% (l'arrêt de Bla-Bla) à 35% (l'arrêt de la diffusion hertzienne analogique) de réactions concernant la télévision.

Sans réelle surprise, c'est le JT qui vient en tête des réactions si l'on fait abstraction des questions liées à la TNT : le Journal télévisé est en effet le programme le plus exposé aux avis, commentaires, félicitations ou critiques des téléspectateurs.

Après le JT, les séries TV constituent un centre d'intérêt important pour les téléspectateurs. Leurs réactions à ce sujet ont trait à la diffusion des saisons suivantes, à des interrogations quant à l'ordre de diffusion des épisodes. En cas de directs sportifs ou d'événements venant perturber la grille de diffusion, les réclamations fusent si l'un ou l'autre épisode des « Feux de l'amour » (La Une) ou de « Plus belle la vie » (La Deux), vient à être reporté...

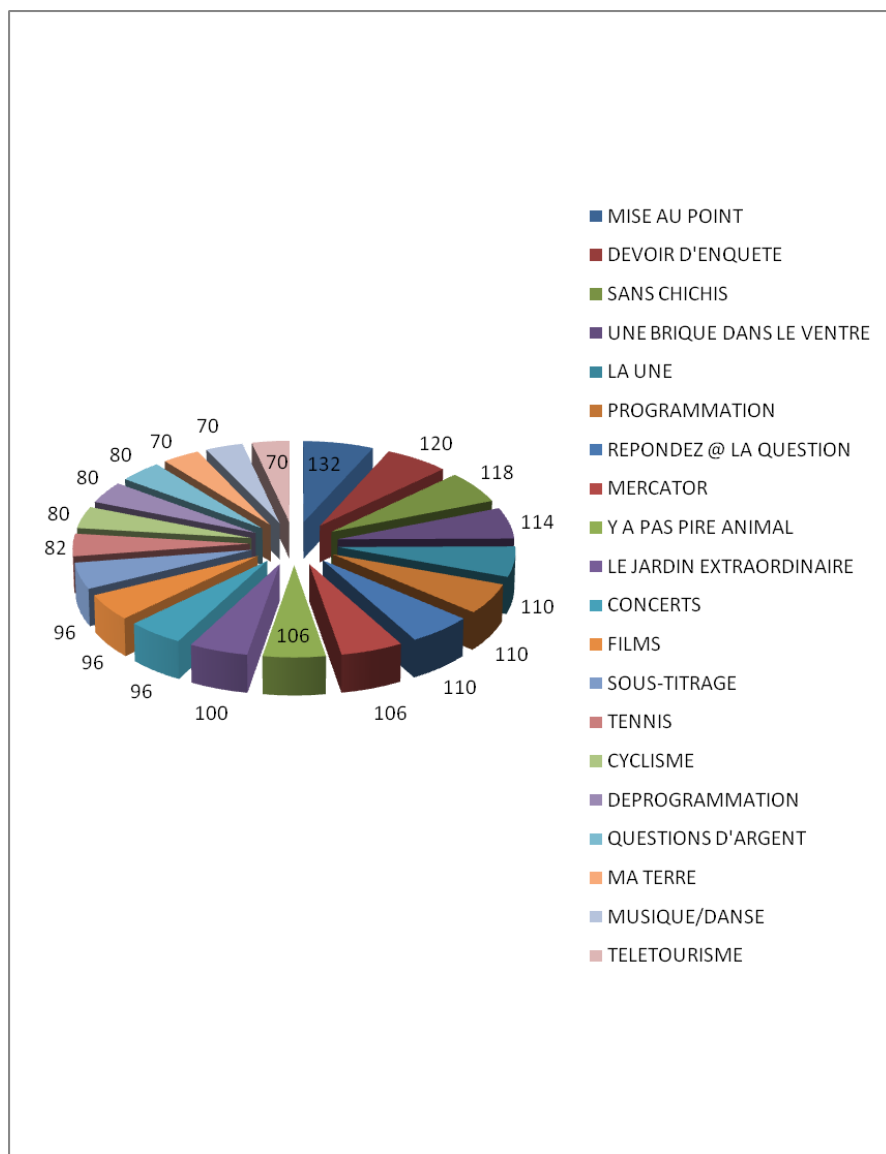
De même, les incidents techniques perturbant à certains moments le visionnage sur le site RTBF.be de « Plus belle la vie » sont vivement dénoncés.

L'année 2010 a été marquée par les mesures d'économie auxquelles la RTBF a dû s'astreindre. Aux nombre de celles-ci, l'arrêt de RTBF Sat qui, malgré les critiques fréquentes subies les années précédentes en raison de la « pauvreté » relative de sa grille de programmes, apparaît soudain comme un lien important entre les expatriés - souvent des personnes âgées vivant leur retraite hors Belgique -, et le pays.

Les documentaires et « Questions à la Une » s'inscrivent dans une démarche de connaissance approfondie de notre société et de ses rouages. Le public ne s'y trompe pas et bon nombre de demandes de copies concernent ces programmes qui, outre une première vision sur antenne, connaissent une « deuxième vie » par le bouche à oreille.

Les demandes à propos de la HD (Haute Définition) ont connu un léger pic en juin et juillet, au moment de la Coupe du Monde de football. En effet, ce nouveau service n'était accessible que via certains fournisseurs, mais malheureusement pas via la TNT, la RTBF ne pouvant en l'état de ses budgets, procéder à l'installation des têtes de réseau nécessaires.

L'arrêt de « Ici Bla-Bla » et le passage des émissions pour enfants de la Deux à La Trois a suscité quelques réactions critiques, mais aussi des marques d'inquiétude de la part de parents. Le lancement de « Ouftivi » à la fin septembre semble néanmoins avoir rassuré les parents et satisfait les enfants.



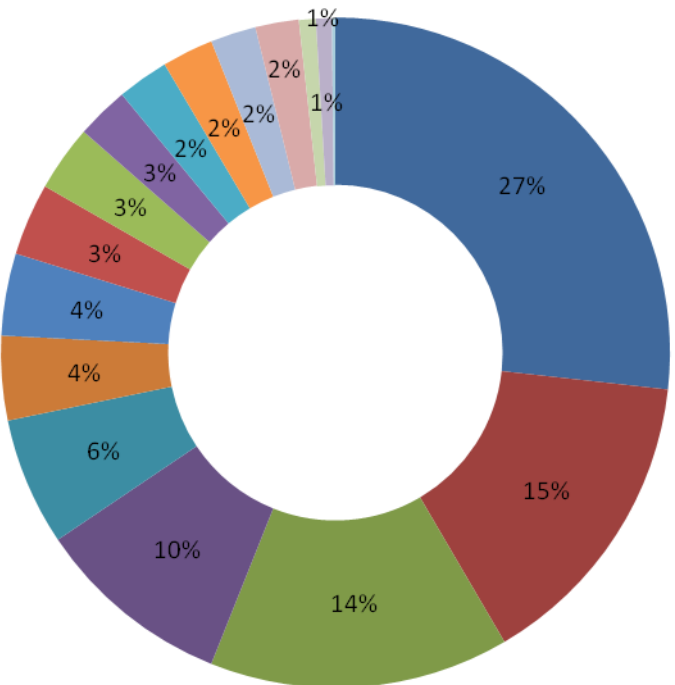
Ce deuxième graphique montre les parts respectives occupées par des contacts, soit plus ponctuels lorsque l'émission est diffusée tout au long de l'année (Mise au point, Devoir d'enquête, Le jardin extraordinaire), soit centrés sur une émission saisonnière.

« Mercator » a généré 106 contacts : des félicitations quant au concept et à la qualité de l'émission, mais aussi des critiques à propos du sous-titrage qui comportait des coquilles... ces messages ont été transmis à la production.

On peut noter également l'accueil favorable de « Ma terre » et les critiques formulées en cas de déprogrammation, jugées trop nombreuses à certains moments.

On ne détaillera pas le reste des programmes ayant entraîné une ou des réactions, celles-ci étant trop ponctuelles par rapport à l'ensemble des contacts traités.

Répartition par type de contenu



- RECEPTION RADIO / TV
- INFORMATION
- INTERNET / DIVERSIFICATION
- RTBF EN GENERAL
- EDUCATION PERMANENTE
- FICTION
- SPORTS
- ARCHIVES / COPIES
- TV EN GENERAL
- CULTURE
- RADIO
- LOISIRS / DIVERTISSEMENT
- VIE QUOTIDIENNE
- DIVERS
- JEUNESSE
- TECHNIQUE TV
- CONCOURS

RECEPTION RADIO / TV : les contacts de cette catégorie sont particulièrement nombreux en 2010. En cause, comme on l'a vu plus haut, plus de 5.000 courriers et courriels à propos de l'arrêt de RTBF Sat le 15 février et de l'arrêt des émissions TV en hertzien analogique le 1^{er} mars.

INFORMATION : dans une configuration habituelle, les contacts ayant trait à l'information sont les plus nombreux. Sans réelle surprise dans la mesure où cette catégorie de contenus recouvre des programmes largement suivis : JT, Mise au Point, Questions à la Une en télévision, Matin Première ou Face à l'info en radio.

INTERNET / DIVERSIFICATION : on trouve dans ces catégories toutes les questions ou interpellations relevant de iRTBF (JT en ligne, vidéo à la demande ou télévision de rattrapage, télétexte, podcasting, boutique en ligne, accès et navigation sur le site RTBF.

RTBF EN GENERAL : tout ce qui touche aux relations entre le public et l'entreprise RTBF : demandes de stage, recherche d'emploi, castings, demandes de partenariat ou de sponsoring d'activités, demandes de cadeaux ou gadgets mais aussi avis et critiques concernant la publicité

EDUCATION PERMANENTE : des documentaires à Questions d'argent, en passant par le Jardin extraordinaire ou les Carnets du bourlingueur, les programmes qui apportent une connaissance supplémentaire ou un autre regard sur la société sont classés dans cette catégorie.

FICTION : séries, films, téléfilms, courts métrages se retrouvent ici.

SPORTS : avis et commentaires à propos de Studio 1, questions relatives aux horaires ou aux changements de programmes suscités par la diffusion de grands directs sportifs

ARCHIVES / COPIES : toutes les demandes relatives à des copies de programmes, anciennes émissions ou programmes récents. Les demandes relatives aux archives sont traitées par la Sonuma.

TELEVISION EN GENERAL et RADIO EN GENERAL : critiques ou demandes à propos des horaires, de la programmation, de références musicales ou littéraires

CULTURE : Hep taxi !, Mille-Feuilles, Noms de dieux, concerts, opéra, danse, théâtre

LOISIRS / DIVERTISSEMENT : Eurovision, La Chaîne, variétés, humour

VIE QUOTIDIENNE : Au quotidien, Une brique dans le ventre, Jardins et loisirs, Sans chichis, Télétourisme, Fit Tonic

JEUNESSE : dessins animés, Ici Bla-Bla, les Niouzz, C'Top, Ouftivi

TECHNIQUE TV : Raccordements, réglages, principalement concernant la réception par TNT.