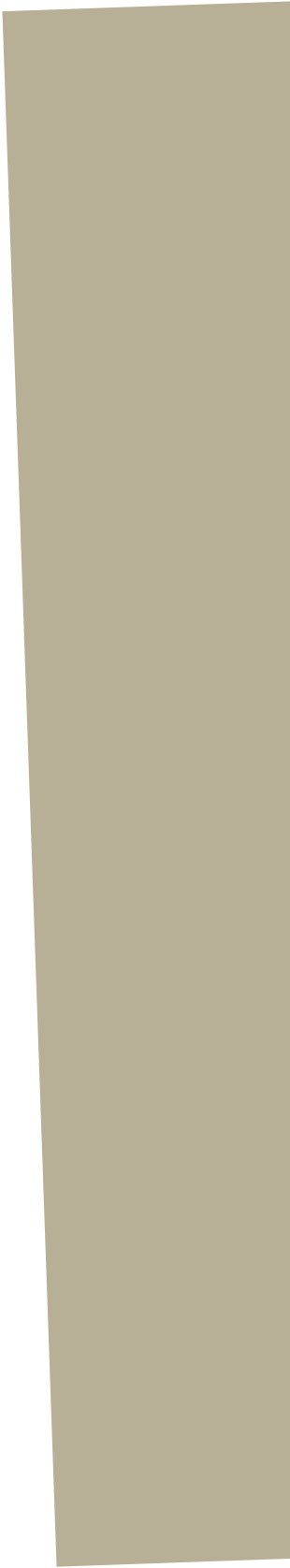


SERVICE, PUBLIC INTÉRÊT GÉNÉRAL
RADIO, TÉLÉVISION, MÉDIAS AUDIOVISUELS
LINEAIRES ET NON LINEAIRES
RASSEMBLE, RATTACHE PAR LA LANGUE
OU LA CULTURE, DIVERSITÉ CULTURELLE
REFLECTER LA DIVERSITÉ DES PUBLICS
ET DES CULTURES QUI ENRICHISSENT LA
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DOIT ÊTRE
CREDIBLE, FÉDÉRATRICE, PROCHE DES
POPULATIONS, DÉMOCRATIQUE ET
TOLÉRANTE, PROGRAMMES
D'INFORMATION, DÉVELOPPEMENT
CULTUREL, ÉDUCATION
PERMANENTE, ÉDUCATION AUX MÉDIAS
DIVERTISSEMENT, SPORTS, PROGRAMMES
DESTINÉS À LA JEUNESSE, ŒUVRES
D'AUTEURS, PRODUCTEURS,
DISTRIBUTEURS, COMPOSITEURS,
ARTISTES INTERPRÈTES DE LA
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE, L'ENSEMBLE
DES FRANCOPHONES DE BELGIQUE,
BELGES FRANCOPHONES DE
L'ÉTRANGER, COMPLÉMENTARITÉ DE SES
OFFRES, PRODUCTION PROPRE,
COPRODUCTION, LIBERTÉS

rtbf RAPPORT ANNUEL 2007

SERVICE, PUBLIC INTÉRÊT GÉNÉRAL
RADIO, TÉLÉVISION, MÉDIAS AUDIOVISUELS
LINEAIRES ET NON LINEAIRES

**De nouveaux horizons
pour la RTBF**



Sommaire

2007 en quelques mots

- La préface du Président 4
- La préface de l'Administrateur général 5

2007 en quelques dates 6-7

La RTBF en 2007

- Un nouveau contrat de gestion 8
- Des finances à l'équilibre 11
- Un plan stratégique pour 2011 12
- Des nouveaux médias 13
- De nouveaux investissements 13
- De nouveaux engagements 15
- De nouvelles collaborations 17
- De nouvelles distinctions 19

L'offre TV en 2007

- L'information 23
- Les sports 25
- La culture 27
- L'éducation 29
- La jeunesse 29
- Les divertissements 30
- La fiction 31
- Les documentaires 32
- Les émissions services 32

L'offre radio en 2007

- L'information 33 - 34
- Les sports 35
- La musique 36
- La culture 37
- Les émissions services 38

Les événements 2007 41 - 42

2007 en quelques chiffres

- Télévision 43
- Radio 43 - 44
- Internet 44
- Rapport financier 45 - 46
- Actionnariats 47
- Ressources humaines 48
- Organigramme 49
- Production et coproduction 50
- Audiences 50 - 51
- Publicité 52
- Médiation 52 - 53
- Collaboration, Promotion et contribution 54



La préface du Président

On ne dira jamais assez le rôle du service public audiovisuel dans nos sociétés contemporaines. Comme précisé dans le protocole d'Amsterdam, ses missions sont intimement liées aux enjeux démocratiques, sociaux et culturels ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme médiatique.

Le développement des chaînes publiques de radio et de télévision, leur place privilégiée dans l'équilibre des médias, relèvent des valeurs fondatrices de notre société.

C'est de la rencontre entre les missions que la RTBF se définit, et des objectifs que l'autorité publique lui assigne que naît l'offre de programmes constituant le cœur de l'activité de l'acteur public du paysage médiatique en Communauté française.

Dans ce contexte, ce rapport d'activités 2007 comporte de multiples enseignements. Portant sur la première année d'un nouveau contrat de gestion, il légitime d'abord celui-ci. Il prouve effectivement la maturité du service public et de son autorité de tutelle

quand la seconde laisse à la première la possibilité de choisir son chemin pour atteindre le but qui lui est fixé.

Ce rapport d'activités, ensuite, réaffirme le rôle essentiel rempli par la RTBF dans l'animation et le développement de l'audiovisuel au sein de sa Communauté. L'opérateur public y développe clairement des activités qui y font sens. Culturellement et matériellement, elles sont ancrées en Wallonie et à Bruxelles.

Elles contribuent à répondre aux besoins du public le plus large, à fédérer ses diverses composantes et à constituer une référence en termes de crédibilité, de qualité et de création. Ce n'est pas peu dire au moment où le secteur privé présente une offre de plus en plus internationale et des programmes de plus en plus formatés sans prise en compte de la singularité de notre réalité et sans réelle valeur ajoutée sur le plan culturel.

« Les télévisions publiques trouvent dans une période de désorientation, d'effacement des valeurs, une justification croissante. » (Hervé BOURGES - Extrait de Les dossiers de l'Audiovisuel).

Enfin, malgré l'augmentation continue du coût des programmes, la lourdeur des investissements technologiques, l'apparition de nouveaux modes de diffusion (ADSL, mobile...), ce rapport témoigne aussi de l'investissement de la radiotélévision publique dans les nouveaux médias. Ces investissements visent à permettre au service public de continuer à assumer ses missions (information, diversité et pluralisme de l'offre, qualité et innovation, éducation,...) pour le plus grand nombre – service universel – et dans les meilleures conditions.

Forte de l'originalité, la diversité et la richesse de ses contenus, la RTBF entend les décliner sur un maximum de plateformes de diffusion, conjuguant ainsi linéaire et non-linéaire, mobilité et portabilité en plein développement. La RTBF s'y intéresse car ses activités doivent croiser tous les publics, allant là où ses missions trouvent aussi des raisons de s'exprimer.

Jean-François Raskin

Président du Conseil d'Administration de la RTBF

La préface de l'Administrateur général

L'année 2007 aura été doublement importante pour la RTBF. Elle se place d'abord sous le signe d'un nouveau contrat de gestion. Entré en vigueur le 1^{er} janvier, il constitue pour la RTBF un virage dans le déploiement de ses activités, tout en réaffirmant son rôle de service public. La présence durable des valeurs prônées par le service public audiovisuel ne peut en effet se concevoir sans une structure technologique, financière et organisationnelle moderne, en regard de l'environnement concurrentiel auquel il est confronté.

Le contrat de gestion 2007-2011 est ensuite un contrat d'objectifs centré sur les valeurs du service public. Il maintient les quotas de diffusion, mais il confirme aussi la RTBF dans son rôle d'acteur culturel et de moteur économique et technologique.

Cette vision des choses est importante pour la RTBF. Elle l'est pour plusieurs raisons. La première réside dans sa volonté toujours réaffirmée de produire ou de coproduire, enrichissant ainsi son offre de programmes, lui garantissant même une originalité. Que ce soit dans le domaine de la fiction ou du documentaire, du divertissement ou du magazine d'information, la RTBF crée et établit des synergies avec les autres acteurs audiovisuels de la Communauté française.



En mettant en valeur le patrimoine de sa communauté, en insérant celle-ci dans la construction européenne, elle contribue à marquer et promouvoir son identité. En développant ses contenus sur d'autres plate-formes, elle devient une référence technologique.

Ces objectifs de qualité et de différenciation constituent et constitueront toujours la spécificité de la RTBF, lieu de débats aussi, de décryptage, d'explication du monde et de la société.

L'année 2007, c'est aussi – autre raison à son importance – l'année du redressement financier de l'entreprise. Pour la première fois depuis 2000, la RTBF affiche des résultats au-dessus de la barre du zéro. Cet équilibre financier retrouvé a permis de conforter les investissements dans le cadre d'un plan stratégique visant au déploiement du service public dans les nouveaux médias. Il est synonyme aussi de moyens accrus à destination de la production TV.

Les effets du contrat de gestion 2007-2011 se lisent donc déjà dans les réalisations de l'année 2007, comme en témoignent les pages qui suivent. Plus forte, la RTBF a continué ses investissements dans la numérisation, dans son infrastructure technologique et immobilière. Elle s'est dotée de nouvelles collaborations (avec les Editions Racine, avec Dupuis...) et s'est engagée pour la préservation de l'environnement et d'une Planète Nature soucieuse d'un développement durable qui, dans tous les sens du terme, anime l'entreprise et la fait avancer.

Bonne lecture !

Jean-Paul Philippot,
Administrateur général de la RTBF

2007 en quelques dates

JANVIER

FÉVRIER

MARS

AVRIL

MAI

JUIN

JUILLET

- 01 : Entrée en vigueur du **nouveau contrat de gestion 2007-2011**
- 06 : Lancement de la nouvelle grille (et du nouveau site web) de Musiq 3
- 15 : Lancement du Club des automobilistes (info-traffic)
- 01 : Mise en place de la RMB de la cellule de création Nextidea à la RTBF européenne d'investissement (BEI) accorde un prêt de 60 millions d'euros
- 02 : La Banque européenne d'investissement (BEI) accorde un prêt de 60 millions d'euros
- 02 : La RTBF rachète les parts RMB de UGC.
- 05 : Annonce du partenariat entre VivaCité et TéléBruxelles, pour couvrir l'information bruxelloise
- 16 : Mise en place des nouveaux responsables en radio
- 20 : Lancement de l'opération **Planète Nature**
- 24 : La RTBF organise la grande soirée **Stars of Europe**, dans le cadre du 50^{ème} anniversaire de l'Union Européenne
- 07 : Lancement du nouveau site web de VivaCité
- 17 : Début de la diffusion de la deuxième série belge de la RTBF, **Melting Pot Café**
- 01 : Mise en activité de **DreamWall**
- 04 : La RTBF met en place son dispositif électoral pour les élections législatives du 10 juin.
- 15 : Mise en écriture de la deuxième saison de **Melting Pot Café**
- 26 : Coproduction avec France Ô du magazine multiculturel **Melting Pot**
- 05 : Approbation par le Parlement de La Communauté Française du nouveau cadre publicitaire de la RTBF
- 17 : Mise en place de l'opération de solidarité avec l'hôpital de Panzi, à Bukavu, en République Démocratique du Congo

AOÛT

SEPTEMBRE

OCTOBRE

NOVEMBRE

DÉCEMBRE

06 : L'offre de programmes à destination des personnes sourdes et malentendantes s'enrichit
19 : Rentrée de Pure FM
22 : Rentrée de La Première
24 : RTBF DJ expérience saison II
28 : Rentrée des télévisions de la RTBF et de VivaCité

08 : La RTBF annonce son contrat programme avec Warner
10 : Rentrée de Classic 21

01 : Rentrée de Musiq'3
10 : La RTBF acquiert un terrain à Rhisnes en vue d'installer ses moyens de production mobiles
20 : La RTBF Mons ouvre son plan stratégique RTBF 2011

19 : Début du travail de numérisation des archives
30 : Lancement du Bouquet TNT de la RTBF

05 : Annonce du partenariat avec les Editions Racine
21 : Introduction du permis d'urbanisme et d'environnement auprès de la ville de Liège destiné à autoriser la construction du futur bâtiment liégeois de la RTBF, sur le site du Longdoz

La RTBF en 2007

Un nouveau contrat de gestion

Depuis le 1^{er} janvier 2007, la RTBF accomplit ses missions de service public en vertu d'un nouveau contrat de gestion. Signé fin 2006, ce contrat conforte la RTBF dans son rôle d'acteur majeur de la Communauté française.

Nourri de multiples et diverses contributions (lors des états généraux de la culture, en commission audiovisuelle du Parlement de la Communauté française), le contrat de gestion 2007-2011 a réaffirmé les missions de service public de la RTBF : elles sont fondamentales et touchent à l'information, à l'éducation, à la culture et au divertissement.

Le texte redéfinit plus que jamais la RTBF comme une référence en matière d'éthique, de citoyenneté, de qualité, de multiculturalité et d'innovation. Il lui assigne également, et c'est ce qui le distingue des deux précédents contrats, une série d'objectifs, tant en matière d'audience que de satisfaction des publics. Il permet ainsi à la RTBF de mieux remplir ses missions dans un paysage audiovisuel en pleine mutation, guetté par l'uniformité et le profit.

Pour les quatre années à venir, la RTBF réaffirme son engagement :

- à privilégier une **production propre** et une **coproduction**, garantes de son identité
- à créer et entretenir des **synergies** avec le plus grand nombre d'**acteurs de la vie audiovisuelle**, médiatique, culturelle, éducative, économique et sociale de la Communauté (en doublant notamment le budget affecté à la production indépendante d'ici à 2011)
- à être un vecteur et un facteur de création et de diffusion artistique et culturelle
- à maintenir, voire à augmenter, ses quotas de diffusion d'**œuvres européennes** et **francophones**, tant en télévision qu'en radio
- à poursuivre sa mission de veille et de développement technologique, avec le souci d'offrir aux publics une **égalité d'accès** aux nouveaux médias
- à s'évaluer quantitativement et qualitativement auprès de son public

Plus pour le public...

Le public est placé au centre du nouveau contrat de gestion. Cette attention est marquée par des objectifs d'audiences, afin que la RTBF touche de façon optimale ses différents publics.

Ces objectifs quantitatifs se doublent pour la RTBF d'une étude qualitative pour apprécier ses activités et sa légitimité par le public. Elle est réalisée et validée par un comité d'experts extérieurs à la RTBF, au moins une fois par an.

Les critères qui fondent cette évaluation couvrent au moins :

- la **satisfaction** du public en matière générale de groupe audiovisuel et en matière plus spécifique de chaînes et de programmes
- l'évaluation de la **préférence** sous forme de liste hiérarchique limitée
- Le **lien** entre la RTBF et son public
- Les **valeurs** fondatrices du service public radio-télé telles qu'énoncées dans le contrat de gestion.

L'enquête est assortie d'une segmentation par sexe, grandes classes d'âge et sociales. Elle est menée auprès d'**échantillons représentatifs** et de **panels participatifs** de la population belge de la Communauté française ayant une connaissance et une consommation suffisante des chaînes sur lesquelles ils s'expriment.

Enfin, une attention particulière est portée aux **sourds et malentendants** avec une augmentation graduelle du volume des programmes sous-titrés et l'accès, en priorité, à l'information.

Jean-Paul Philippot, la Ministre Fadila Laanan et Jean-François Raskin lors de la signature du contrat de gestion 2007-2011, le 13 octobre 2006 →



Fréquences numériques

A l'engagement d'aller à la rencontre de tous les publics en étant une référence reconnue s'ajoutent les objectifs de couverture géographique. Cela signifie garantir l'accès le plus large possible aux contenus de la RTBF en offrant un service universel de ses deux chaînes généralistes radios par voie hertzienne ainsi que de ses deux chaînes de télévision, par voie hertzienne et par câble.

En télévision, les fréquences hertziennes analogiques seront, progressivement, remplacées – jusqu'au switch off analogique – par des fréquences hertziennes numériques de DVBT et DVBH.

Afin qu'elle remplisse ses missions et obligations, il est mis à la disposition de la RTBF **28 fréquences analogiques et numériques** (38 % du parc) : 2 réseaux analogiques hertziens; des réseaux numériques hertziens (DVB-T); **5 réseaux** analogiques en FM, 2 en ondes moyennes, un en ondes courtes; les fréquences numériques de radiodiffusion sonore (DAB) et éventuellement un canal satellite.

Enfin, le contrat de gestion 2007-2011 reconnaît à la RTBF le rôle central pour l'utilisation des multiplexes de radiodiffusion sonore ou télévisuelle numérique hertzienne (DVB-T ou -H et DAB).

Une offre plus riche (des médias linéaires et non-linéaires)

Le contrat de gestion 2007-2011 affirme le rôle moteur de la RTBF dans le passage au numérique. Il consacre la possibilité qu'a l'entreprise de se positionner sur les différentes plates-formes existantes ou futures de distribution (câble classique ou de téléphone, DVBT, DVBH, GSM, Internet...).

Le nouveau contrat de gestion introduit donc la **distinction entre le service de média linéaire et non linéaire**, permettant à la RTBF de diffuser ses contenus sur tous les réseaux jugés adéquats.

Cette évolution est importante pour la chaîne publique car elle permet son développement sur les nouveaux médias, notamment via une offre Internet de référence (interactivité, diffusion en ligne de certaines chaînes ou contenus, promotion des programmes).

En outre, le nouveau contrat de gestion rend possible le développement de chaînes thématiques de radio ou de télévision et des contenus comme la vidéo à la demande, le paiement à la séance ou le podcasting, etc.

Linéaire : la RTBF décide du moment où le programme est transmis (ex : chaîne radio ou TV).

Non linéaire : l'utilisateur décide du moment où il « consomme » le programme (ex : vidéo ou radio à la demande) via des extraits des services de médias audiovisuels linéaires ou contenus audiovisuels différents.

Plus pour les producteurs indépendants

Le nouveau contrat de gestion de la RTBF lui permet de faire plus pour la création audiovisuelle en augmentant progressivement la part de son chiffre d'affaires consacrée à la production indépendante (3,1% en 2007; 3,5 % en 2008; 4 % en 2009; 4,5 % en 2010 et 5 % en 2011 ; soit sur 5 ans, le double de ce qui a été apporté aux producteurs de 2002 à 2006). En outre,

- La RTBF consacre plus de 50 % de son engagement à des œuvres majoritaires et apporte au moins 2/3 de l'engagement en numérique
- Son pourcentage d'engagement est prévu pour les longs, courts et moyens métrages
- Elle consacre 20 % de cet engagement pour les documentaires en accordant une attention particulière aux œuvres de fiction et de documentaires « identitaires »
- Si le plafond publicitaire dépasse le seuil des 25 %, la RTBF réinvestit 1/4 de ce dépassement à un fonds spécial d'investissement dans des œuvres audiovisuelles de création
- La RTBF informe les producteurs de ses choix
- La RTBF assure la promotion des œuvres coproduites



Numérisation et Archives

Numérisant ses archives depuis 2006, la RTBF a toujours estimé important de sauvegarder son patrimoine audiovisuel. Le nouveau contrat de gestion l'inscrit désormais dans ses missions.

La RTBF développe donc un plan stratégique de conservation, de numérisation et de valorisation de ses archives et ce, en collaboration avec la Communauté française et tous les partenaires publics ou privés intéressés.

Subvention

Compte tenu de l'importance des charges salariales et des coûts de production audiovisuelle, le contrat de gestion 2007-2011 a augmenté la dotation de la RTBF. Celle-ci est majorée de 2 % dès 2008 (hors index).

En outre, la RTBF reçoit des subventions spécifiques pour Arte Belgique et TV5, un financement partiel du plan de conservation, de numérisation et de valorisation des archives sonores et audiovisuelles et une couverture éventuelle de charges complémentaires (promotion emploi, régime de pension, barèmes, sécurité sociale...).

Publicité

La publicité est un complément à la subvention annuelle compte tenu de la priorité de la mission de service public. Le contrat de gestion 2007-2011 prévoit **l'élargissement progressif du plafond publicitaire à 30%** (27% en 2007, 28 en 2008 etc.), hors nouveaux médias. Il maintient néanmoins un certain nombre de balises telles que l'interdiction de la publicité autour des programmes pour enfants.

Toutefois, si le plafond publicitaire dépasse le seuil des 25%, la RTBF réinvestit le quart de ce dépassement dans la production d'œuvres audiovisuelles (voir plus haut).

Par ailleurs, la RTBF est autorisée à utiliser la publicité par écrans partagés, ainsi que les messages interactifs et la publicité virtuelle.

Evaluation et contrôle

Le nouveau contrat de gestion renforce l'évaluation des activités de la RTBF.

L'entreprise évalue son offre de programmes quotidiennement via ses audiences. Depuis le 1er janvier 2007, elle est tenue de rendre, à son conseil d'administration, un rapport périodique en mai, septembre et janvier avec :

- un **tableau de bord** déterminant par grille de programmes la réalisation des objectifs quantitatifs et qualitatifs
- un ensemble d'indicateurs audimétriques pour la TV
- un ensemble d'indicateurs audimétriques pour la radio et pour les services de médias non linéaires.

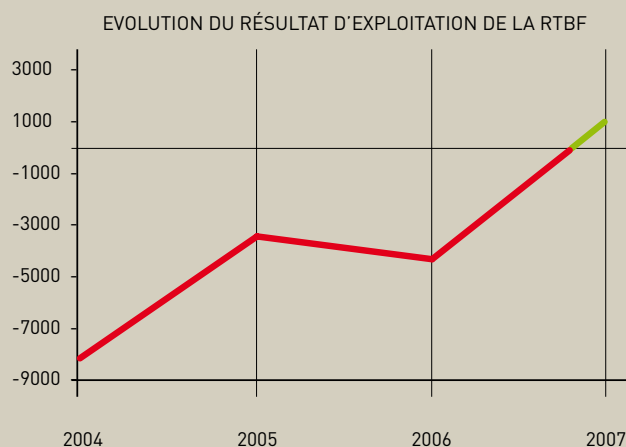
Des finances à l'équilibre

Alors que la RTBF a eu à faire face, au début des années 2000, à un déficit culminant à 13 millions d'euros, l'année 2007 a consacré le retour à l'équilibre. Pour la première fois depuis sept ans, la RTBF a retrouvé un résultat d'exploitation à l'équilibre avec un boni de près de 800.000 euros.

Ce retour à l'orthodoxie financière a été rendu possible par les efforts de toutes les directions dans la maîtrise des coûts de production et des charges salariales ; et de tous les collaborateurs de l'entreprise.

L'année 2007 a été marquée par plusieurs facteurs déterminants en termes financiers. La résolution définitive du litige TVA a permis à l'entreprise d'améliorer le volume moyen de ses déductions fiscales et la poursuite des investissements dans ses grilles. Le tout a été réalisé dans un contexte de stagnation des recettes publicitaires.

Si l'équilibre reste fragile, il constitue un fameux gage pour les années futures. Les bons résultats engrangés en 2007 signifient que les premiers investissements dans le cadre de RTBF 2011 et du développement « nouveaux médias » peuvent être entrepris. Ils sont synonymes aussi d'une augmentation des moyens à destination des programmes.



Le bilan financier complet est présenté en pages 47 et 48

Un plan stratégique pour 2011

En 2002, la RTBF s'engageait sur la voie de la réorganisation visant tout à la fois à renouer avec l'équilibre financier tout en modernisant ses structures de direction et ses outils de production. Ses finances sont aujourd'hui saines. La chaîne publique investit. Elle innove et relance sa production. La RTBF peut désormais se projeter dans l'avenir. En se dotant d'un plan stratégique (RTBF 2011), elle se fixe les lignes directrices des quatre prochaines années.

L'évolution technologique ouvre des possibilités nouvelles dans les modes de production, de diffusion et de consommation. Les acteurs de médias multiplient leurs offres, convergent et se diversifient. Chacun cherche à deviner, anticiper, satisfaire les nouvelles attentes des consommateurs de médias.

Face à cela, tout en tenant compte de son nouveau contrat de gestion 2007-2011, la RTBF veut et doit évoluer. La chaîne de service public demeure un acteur essentiel dans le paysage audiovisuel où ses missions de service public sont plus fondamentales que jamais.

Un groupe de travail composé de collaborateurs de l'entreprise s'est attelé à dresser un «portrait» de ce que serait l'environnement médiatique à l'échéance relativement courte de 2011 en tenant compte du «marché» de la Belgique francophone, soit quelque 4,2 millions d'hommes, de femmes et d'enfants.

Après huit mois de réflexion menée en interne, l'entreprise a défini sa stratégie en tentant de répondre à 10 questions, sur base d'éléments fiables, d'études et de sources diverses, pour cerner l'environnement médiatique d'ici à quatre ans.

2011

un univers de consommation plurimédia et interactif

1. Internet va-t-il remplacer la consommation TV et radio?
2. La multiplication de l'offre va-t-elle s'accélérer?
3. La personnalisation de la consommation va-t-elle tuer le «prime time»?
4. Se dirige-t-on vers des modes de consommation payants?
5. Les nouveaux modes de consommation vont-ils accélérer l'innovation dans les contenus?

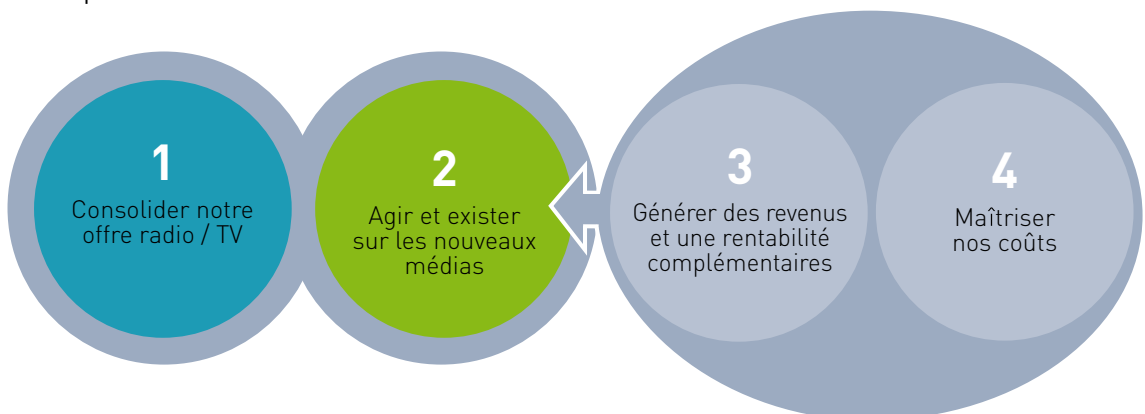
2011

un secteur des médias hautement concurrentiel...

6. Les «nouveaux agrégateurs» audiovisuels vont-ils nous menacer?
7. Pourrons-nous encore acheter des droits de fiction et de sport en 2011?
8. La consolidation des acteurs va-t-elle s'accélérer?
9. L'innovation technologique va-t-elle bouleverser les modèles économiques?
10. La publicité va-t-elle s'effondrer en radio et en TV ? Y aura-il de nouvelles formes publicitaires?

Les réponses données à ces questions ont débouché sur une stratégie en quatre axes signifiant une approche mixte basée sur la combinaison de nos métiers traditionnels et des nouveaux médias tout en stimulant de nouveaux revenus et la maîtrise des coûts.

Validée par le CA à l'automne 2007, cette approche s'appuie sur une offre radio et TV renforcée tout comme la présence de l'opérateur public dans les nouveaux médias.





Des nouveaux médias

La Télévision Numérique Terrestre

Le basculement rendu possible d'une diffusion analogique vers une diffusion numérique a permis à la RTBF de lancer, le 30 novembre 2007, une offre en TNT (télévision numérique terrestre). Outre Euronews, cette offre comprend La Une, La Deux et La Trois, nouvelle chaîne spécifiquement créée pour la TNT.

En attendant une programmation propre, La Trois diffuse toutes les productions propres de la RTBF, soit 50 % de son offre.

La couverture en « portable outdoor » de l'offre TNT de la RTBF avoisine les 80% de la population de la Communauté française.

Un département nouveaux médias

En 2007, la RTBF entame une réflexion autour des nouveaux médias et décide de lui dédier une direction spécifique, afin de concevoir et de développer une offre non-linéaire de service public.

De nouveaux investissements

Centraliser les moyens de production mobiles

Après avoir rénové ses bâtiments à Mons et à Namur, après avoir lancé la construction d'un nouveau bâtiment à Liège sur le site de Médiacité, la RTBF a acquis en 2007 un terrain à Rhisnes pour accueillir ses moyens mobiles de production.

L'acquisition de ce terrain à bâtir est la première étape du regroupement des « moyens mobiles lourds » de la RTBF en un lieu unique et central de la Communauté française. Ce regroupement vise plusieurs objectifs. Le développement d'un nouveau site logistique destiné à accueillir tous les véhicules de production de la RTBF offre de nombreux avantages. D'abord, l'ensemble des sites de production de la radio-télévision publique se retrouvent plus accessibles. Ensuite, la maintenance et la planification des véhicules sont centralisées, améliorant le taux d'utilisation et la rotation des véhicules de production. Enfin, une implantation unique permet également la création d'un magasin centralisé de matériel et d'équipement de production TV/radio.

Le projet concerne, à la fois, la production TV et la production radio. La superficie du terrain est parfaitement adaptée aux besoins immobiliers, techniques et d'équipements. Le projet de Rhisnes comporte plus de 3.000 m² de parking, plus de 2500 m² de bâti, ceux-ci étant répartis en 1.200 m² de bureaux et locaux d'ingénierie et 1.300 m² de garage et de stocks.

Le montant total de l'investissement de Rhisnes s'élève à 2.954.000 euros. Le bâtiment devrait être opérationnel en mars 2009.

Poursuivre la numérisation

En 2007, la Banque européenne d'investissement (BEI) a accordé à la RTBF un prêt de 60 millions d'euros pour lui permettre de poursuivre son important programme d'investissements (148 millions d'euros) rendu nécessaire par l'évolution de l'audiovisuel.

Ce prêt permet à la RTBF de passer à la vitesse supérieure pour ce qui concerne la mise à niveau de ses infrastructures et de ses équipements techniques. Cette adaptation est doublement importante. D'une part, parce que la production et la diffusion analogiques vont disparaître pour faire place au numérique. D'autre part, parce que le nouveau contrat de gestion liant la RTBF à son pouvoir de tutelle, le

gouvernement de la Communauté française, précise les missions de l'entreprise publique dans un univers où la multiplicité des canaux de communication fera se côtoyer la linéarité et la non-linéarité des programmes.

La RTBF comble ainsi son retard en matière d'investissements technologiques ; elle peut offrir à ses publics des programmes d'une qualité irréprochable. L'entreprise pourra mieux s'inscrire dans un environnement de plus en plus concurrentiel où seule l'originalité des contenus garantira son existence...



Philippe Maystadt, Président de la BEI, Jean-Paul Philippot et la Ministre Fadila Laanan, lors de la signature du prêt, le 2 février 2007.

De nouveaux engagements

L'année 2007 est synonyme de nouveaux défis pour la RTBF. L'entreprise a décidé de s'engager activement dans le **développement durable** en lançant l'opération **Planète Nature**, dont les actions se concrétisent tant en interne qu'en externe. En 2007, elle décide aussi d'étendre l'action de **Cap 48** avec un nouveau projet, celui du dépistage du handicap chez les enfants prématurés.

La RTBF s'engage pour la Planète

En tant qu'entreprise audiovisuelle de service public, la RTBF a un rôle déterminant à jouer dans le processus de développement durable, aux niveaux environnemental et économique mais aussi, et surtout, socio-culturel. Via son offre de programmes, elle peut faire prendre conscience des enjeux, des urgences et des priorités en matière d'environnement et de patrimoine.

En mars 2007, la RTBF a lancé **Planète Nature**, une opération transversale dont le but est de sensibiliser le public au développement durable et de favoriser les actions qui y participent. Tout ce qui concerne notre environnement et l'héritage que nous laisserons aux générations futures a ainsi rejoint l'ensemble des missions de l'entreprise et fait désormais partie de ses priorités.

En partenariat privilégié avec Alain Hubert et la fondation polaire, la RTBF veut sensibiliser le public à la planète et aux risques qu'elle court.

La RTBF s'associe également à d'autres institutions publiques ou privées, entreprises privées ou organisations non gouvernementales préoccupées par l'environnement.



PLANÈTE
NATURE

Planète Nature se concrétise par une série d'actions en interne et en externe.

En radio, en télévision et sur le web, **Planète Nature** se traduit par une offre d'émissions, de débats, de forums et de dossiers thématiques (la biodiversité, l'eau, le feu, les déchets...) ainsi que par la diffusion de séquences diverses et récurrentes. Les programmes se font ainsi l'écho quotidien de cet engagement, pour participer à la prise de conscience et à la mise en action de nouveaux comportements économiques et socioculturels.

En télévision : Le jardin extraordinaire, Au quotidien, Matière grise, Les Niouzz, Jardins et loisirs, La clé des champs mais aussi via une offre de documentaires spécifique.

En radio : Planète première, Le journal de l'environnement sur La Première, les séquences sur VivaCité, Classic 21 et Pure FM.

• Un label

Planète Nature, c'est d'abord un label qui signe l'engagement de la RTBF. De l'information quotidienne aux magazines, en radio comme en télévision, Planète Nature marque de son sceau les programmes qui dans leur fond et leur forme accordent une attention particulière à l'environnement. Ces émissions ont pour objectifs de parler de la nature, de la préservation de l'environnement et du développement soutenable en prônant une information rigoureuse, complète et pédagogique. En valorisant aussi les expériences garantes

d'un développement soutenable, en sensibilisant et en suscitant des changements de comportement.

• Des émissions spéciales

Tout au long de l'année, différentes émissions spéciales, diffusées en prime time, ont été programmées. Elles abordaient des thématiques liées à l'actualité : un **Jardin extraordinaire** spécial pour La journée mondiale de l'eau (22 mars) ; une programmation spéciale le 22 avril pour la 37ème Journée de la terre, un **Opinion publique** dédié à l'expédition d'Alain Hubert en Antarctique (24 mai) et une émission spéciale consacrée à la station polaire Princesse Elisabeth (le 5 septembre).



• Un engagement en interne

Planète Nature est une opération tant externe qu'interne. Via des campagnes d'affichage et une communication interne adaptée, l'ensemble des collaborateurs de la RTBF est amené, à travers diverses initiatives, à réfléchir et à modifier ses habitudes de consommation en matière d'énergie, de papier, de déchets ou encore de mobilité. Ces actions concrètes qui mobilisent l'ensemble du personnel orientent aussi les décisions stratégiques de l'entreprise concernant les investissements, les bâtiments, les infrastructures...

Un nouveau défi pour Cap 48

En 2007, l'opération de solidarité de la RTBF a fêté ses 50 ans. Si un anniversaire, c'est toujours une fête, cette étape a été pour Cap 48 celle du bilan. L'équipe a pris le temps de la réflexion pour aboutir à deux réalisations : dresser un inventaire de son action depuis 50 ans et formuler un nouveau projet, qui est venu s'ajouter à ses activités.

• Un devoir d'inventaire

Depuis sa création, l'opération a récolté 50 millions d'euros, qui ont permis de financer 2.237 projets. Par souci de transparence vis-à-vis des donateurs, des partenaires, des bénéficiaires et des bénévoles de l'opération, Cap 48 a commandé, en 2007, une étude externe. Il en ressort que l'association a largement contribué à l'amélioration de la qualité de vie des personnes handicapées et de leur entourage, familles et intervenants.

Ces avancées importantes, dans les secteurs du handicap et de l'aide à la jeunesse, peuvent se résumer de la manière suivante :

1. Des institutions plus ouvertes
2. Des institutions plus confortables et plus sûres
3. Une meilleure intégration et une plus grande participation sociale des personnes handicapées
4. Une plus grande autonomie et un meilleur développement relationnel et affectif des personnes handicapées
5. Une collaboration fructueuse avec les pouvoirs publics
6. Une meilleure information vers le grand public

• Un nouveau projet

Pour ses 50 ans, Cap 48 s'est lancé dans un nouveau projet : le dépistage précoce du handicap chez les



enfants prématurés et l'accompagnement de ces enfants et de leur famille durant les premières années de vie.

Parmi les causes de handicap chez les enfants, la prématurité occupe en effet une place importante. CAP48 a décidé de solliciter le soutien du grand public et de ses partenaires pour récolter des fonds, afin de renforcer les équipes médicales et paramédicales (psychologues, assistants sociaux, infirmières,...) actuelles pour améliorer le suivi des premières années de vie des enfants prématurés à risque, et soutenir leur famille.



des chiffres impressionnants :

Au-delà des chiffres financiers, le succès se mesure aussi à la mobilisation grandissante autour des valeurs de CAP48 :

- 5.300 bénévoles,
- une centaine de mouvements de jeunesse,
- une centaine d'écoles,
- plus de 250 institutions du secteur du handicap,
- un centaine d'événements rassemblant près de 50.000 participants,
- 235.000 donateurs qui soutiennent l'opération par l'achat de l'objet ou des dons divers,
- L'ensemble des Clubs Lions de Bruxelles et de Wallonie (Districts 112C et 112D),
- Un partenariat innovateur avec les Ministres en charge du secteur des Personnes Handicapées du Fédéral, des Régions et Communauté Germanophone,
- La collaboration efficace avec des partenaires actifs sur le même terrain, tels que le Centre pour l'Egalité des Chances, le Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie, Air, Egérie Research,....
- Une collaboration citoyenne de l'ensemble des journaux et magazines francophones

CAP48 c'est aussi un partenariat étroit avec des entreprises qui s'inscrivent dans une action citoyenne de soutien à une insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées, et dont certaines, comme VW, Electrabel, et CBC Banque et Assurance, participent de manière importante au financement de l'opération.

Parmi les entreprises partenaires, on peut aussi citer La Loterie Nationale, TRACE !, Philips, Proximus, Mobistar, Base, The Ring Ring Company et Belgacom.

Ainsi que le soutien constant et efficace de la RMB.

De nouvelles collaborations

En 2007, la RTBF a concrétisé plusieurs projets de collaborations. Celles-ci sont venues renforcer, dans différents domaines, ses missions de service public. Et conforter par ailleurs son rôle d'acteur culturel et de moteur économique en Communauté française.

DreamWall

Dreamwall

Après 15 ans de collaboration dans le domaine de la coproduction de dessins animés, la RTBF et les éditions Dupuis ont créé **DreamWall**, une société filiale active dans les domaines de l'infographie, du graphisme et de l'animation audiovisuelle. L'année 2007 a marqué la mise en activités de cette nouvelle filiale, détenue à 49 % par la RTBF.

L'alliance entre la RTBF et Dupuis est inscrite dans la continuité et le développement. Avec la création de DreamWall en effet, des pans importants de la production de séries d'animation venant de France ou d'Asie sont rapatriés en Belgique. Cela garantit, outre la qualité artistique des séries, un meilleur suivi de la production.

Démarré en 2007, les activités de DreamWall relèvent d'une spécialisation unique dans le domaine des médias audiovisuels. La société a pour objet :

- La réalisation de dessins animés sur la base des personnages du catalogue de Dupuis
- La production d'effets spéciaux pour le cinéma et l'habillage antenne (générique, infographie, création de décors virtuels) et ce, pour la RTBF essentiellement
- L'animation numérique en deux et trois dimensions
- La coproduction de documentaires de fiction
- L'incursion vers les nouveaux supports et les nouvelles technologies avec la production de mini-capsules pour les nouveaux supports médias (GSM, i-pod, palm, podcast...)

DreamWall met donc en couleurs, crée des images animées en 2D et en 3D, des effets spéciaux et autres images de synthèse pour de nombreuses productions belges et internationales...

En 2007, DreamWall a lancé trois grands projets :

- Le premier concerne le dessin animé **Cédric** : compositing et assemblage final des images à partir des fichiers en provenance du Vietnam.
- Dans le domaine de la 3D, Dreamwall a réalisé, sur base du story-board, une série internationale de 48 minutes, **Bravo Gudule**.
- Le studio a également créé les décors de la série italienne **Bird's Band**.



RTBF **Racine**

Editions Racine

La radio-télévision publique et les éditions Racine se sont associées en 2007 pour la publication de titres et de collections. Cette collaboration représente la mise en commun de deux savoir-faire, différents autant que complémentaires.

La RTBF possède un patrimoine culturel et commercial indéniable, une notoriété, des contenus et des archives pouvant d'autant mieux se décliner sous le format du papier que certaines de ses personnalités emblématiques sont aussi des auteurs de talent. Racine, pour sa part, témoigne d'une expérience éditoriale, d'un catalogue de qualité en art, histoire et littérature générale, d'une infrastructure de production et d'un réseau de distribution qui font d'elle un partenaire aussi privilégié qu'expérimenté.

La collection est appelée à couvrir plusieurs thématiques : l'événement, l'histoire, l'art de vivre et les loisirs, la vulgarisation scientifique ou encore les faits de société.

TéléBruxelles et VivaCité

En février 2007, VivaBruxelles, l'antenne bruxelloise de VivaCité s'est associée à la télévision locale TéléBruxelles. L'objectif de ce partenariat est de relancer une dynamique sur l'information régionale bruxelloise, d'enrichir et de diversifier l'offre d'informations et de programmes en tirant parti du savoir-faire et de la culture des deux médias.

Le partenariat TéléBruxelles - VivaBruxelles a pour ambition d'être aux côtés des Bruxellois. Les deux chaînes s'associent pour parrainer davantage tout ce qui contribue au grand bouillon de culture bruxelloise. Leur principal mot d'ordre est proximité.

Deux rédactions...

Concrètement, le mariage de TéléBruxelles et de VivaBruxelles permet de constituer une plate-forme d'une trentaine de journalistes affectés à l'information bruxelloise. Chacune des rédactions conserve son **autonomie** et **sa propre ligne rédactionnelle**.

...Une émission

De 6 à 9 heures, TéléBruxelles diffuse **Bruxelles matin** grâce à une caméra installée dans le studio de VivaBruxelles. Cette **nouvelle aventure multimédia** propose en plus du son de la radio, un **flux vidéo en direct** du studio de VivaBruxelles, enrichi par TéléBruxelles d'une foule d'informations : actualité, plages musicales, info-traffic, météo et agenda culturel.

De nouvelles distinctions

Prix reçus

En 2007, de nombreux programmes de la RTBF ont été récompensés; le travail des journalistes, des animateurs et présentateurs également.

• PRODUCTIONS :

Melting Pot café



La deuxième série belge de la RTBF a reçu le prix SACD de l'audiovisuel (FIFF) (au réalisateur Jean-Marc Vervoort) et le prix de la contribution artistique au Festival de la Rochelle.

Matière grise

- Premier Prix du Film Scientifique de Budapest pour son numéro Hors Série « Au cœur de l'Europe », consacré aux recherches contre les maladies cardiovasculaires (auteurs : Felice Gasperoni et Patrice Goldberg).
- Prix Spécial du Jury au Festival Sciences-Réunion pour son reportage intitulé « Ado & Science » (auteurs : Benjamin Luybaert et Patrice Goldberg), consacré aux bouleversements du cerveau qui expliquent les attitudes si caractéristiques des adolescents
- Deux prix : le premier pour son film intitulé « Tsunami, la réplique » (auteurs : Benjamin Luybaert et Patrice Goldberg) et le second, encore plus valorisant, en tant que meilleure série magazine, pour l'ensemble de sa programmation au 44^{ème} Festival International du Film de Prague.
- Grand Prix du Festival International de Nitra (Slovaquie) pour «Tsunami, la réplique»

Bye Bye Belgium

- Premier prix de la catégorie docudrama au Festival européen des quatre écrans à Paris.



• COPRODUCTIONS :

Le téléfilm « **Passés troubles** » a reçu le grand prix de la mini-série, le prix de la réalisation et celui de la musique originale au Festival de Luchon 2007.

« **Les oubliées** » y a également été récompensé, du prix du policier/thriller ainsi que « **Bac + 70** » (prix de la comédie et prix du jeune espoir féminin pour Lizzie Brocheré).



Le Festival de La Rochelle a récompensé plusieurs coproductions de la RTBF : Prix de la meilleure révélation / découverte pour le téléfilm « **Les Diablesses** » ; Prix du meilleur second rôle féminin et de la musique pour « **Les Cerfs-volants** » et Prix du meilleur premier rôle masculin pour « **Monsieur Joseph** ».

Le téléfilm « **En marge des jours** » a été primé au Festival international des programmes audiovisuels de Biarritz avec le Fipa d'or du scénario.

« **Irina Palms** » a reçu le Prix du public au Festival de Berlin.

Muriel Robin a été récompensée aux Emmy Awards pour son interprétation dans « **Marie Besnard, l'Empoisonneuse** ».



• JOURNALISME:

La 43^{ème} édition du Prix Dexia de la presse a distingué deux équipes de la RTBF : le prix de la presse radiophonique a été attribué à un numéro de l'émission **Transversales**. François Louis et Vincent Brichet y traitaient de la toxicomanie. Le prix de la presse télévisée a, quant à lui, été décerné à Sylvie Duquenoy et Michel Renard pour leur reportage de **Questions à la Une** : « La Carolo, suite et pas fin ».

Le reportage du journaliste George Huercano et du réalisateur Jacques Renard, « **Outreau, autopsie d'un désastre** » a reçu le prix de la citoyenneté du club audiovisuel de Paris.

« **Acouphènes, la jeunesse en danger** » du journaliste Thomas Rorive et de l'ingénieur du son David Golin a été récompensé du Grand prix du journalisme 2007 des radios francophones publiques.

La cérémonie des Moustiques d'or 2007 a récompensé plusieurs fois la RTBF : Anne Delvaux a remporté le moustique de la Meilleure présentatrice JT ; **Rodrigo Beenkens** celui du Meilleur journaliste sportif. Le **Week-end sportif** s'est vu attribuer le moustique de la Meilleure émission sportive et avec **C'est pas sorcier**, la RTBF a décroché le moustique du Meilleur programme jeunesse. **Bye Bye Belgium**, le docu-fiction du 13 décembre 2006 a reçu quant à lui le Coup de cœur audiovisuel. En radio, c'est **Pure FM** qui a été élue Meilleure chaîne.

Enfin, le prix ex-libris de l'Association des éditeurs belges a été décerné à **Véronique Thyberghien**.

• Prix octroyés à des créations radiophoniques subsidiées

- **Noces de chien** : Premier Prix du festival Radiophonie de Paris, cinquième au Festival Europa de Berlin
- **Les aveugles** : Prix de la Fiction au Festival Radiophonie 2007, sélection au Festival Europa de Berlin
- **Crouzet - Migette, quatre saisons dans un village du Jura** : Prix de la Création radiophonique au Festival Radiophonie 2007 (Bruxelles)
- **On n'est pas des animaux** : participation au Festival Europa de Berlin

Prix rendus

La RTBF rend également hommage aux talents et initiatives en Communauté française...



• Prix première

Pour donner un coup de pouce aux jeunes auteurs tout en les faisant découvrir à son public, La Première a lancé en 2006 le **Prix Première**. Celui-ci a été décerné à l'occasion de la Foire du Livre 2007. La lauréate, **Houda ROUANE**, a été récompensée pour son premier roman «**Pieds-blancs**».



L'offre en Télévision

Stabilité et fidélisation



En télévision, l'année 2007 a été avant tout placée sous le signe de la stabilité avec une offre cohérente se déclinant sur La Une et sur La Deux. Cette stabilité s'est aussi traduite par des innovations avec la mise à l'antenne d'une nouvelle série belge et le lancement de plusieurs nouvelles émissions, notamment dans le domaine du divertissement.

L'information

Les rendez-vous de l'information

Offrant une couverture complète de l'actualité, l'information en 2007 débute chaque jour sur La Une à **13h00** avec un premier journal. Elle reprend à 18h30 avec **Le 6 minutes** pour la présentation des grands titres de l'actualité du jour. Suit **Au quotidien** enrichi de nouveaux chroniqueurs et d'une rubrique Planète Nature. **Le Journal de 19h30** développe ensuite toute l'actualité de la journée.

Sur la deux, **Le 12 minutes** prend ses quartiers à 22h30, sept jours sur sept.

Consciente de la place occupée par les personnes sourdes et malentendantes en Communauté française, la RTBF a enrichi leur accès à l'information au mois d'août 2007. La grande nouveauté concerne **le sous-titrage du JT de 19h30**, via la page 888 du télétexte. Ce JT est également diffusé sur RTBF-Sat, sur www.rtbef.be ou www.la1.be, sur les plateformes Belgacom TV et Telenet également.

La traduction gestuelle du JT de 19h30 se retrouve en direct sur La Une en TNT, en fin de soirée avant la boucle de nuit ainsi qu'à la demande sur **le site de la RTBF** ou en VOD sur les plateformes de Belgacom TV et de Telenet.

Débats et entretiens

En 2007, La Une a proposé 51 numéros de **Mise au point**, le débat politique dominical. La première chaîne a également programmé trois **Débats à la Une** pour faire suite à **Bye Bye Belgium**, le documentaire-fiction du 13 décembre 2006.

Se voulant comme une tentative d'éclairer autrement l'architecture institutionnelle du pays, ces trois débats ont été diffusés en mars, en avril et en mai. Le premier rendez-vous était fixé à Gand, pour débattre en public et en direct de l'identité flamande et des souhaits de la population. Les régions bruxelloise et wallonne (à Liège) ont été l'objet des deux autres émissions. Chacun des débats réunissait des représentants politiques, mais également de la société civile et des mondes économique, académique ou culturel.

Donnant la possibilité au public d'intervenir, les émissions étaient jalonnées de reportages pour mieux éclairer le téléspectateur sur les réalités des trois régions belges.



Les élections législatives du 10 juin

Les élections représentent un défi important pour la RTBF. L'ensemble des rédactions se mobilisent afin de couvrir au mieux cet événement important pour la vie de notre pays.

Bien sûr, les JT de la RTBF ont consacré une large couverture à la campagne électorale. Mais celle-ci a également été ponctuée de rendez-vous, tout au long des semaines précédant le scrutin du 10 juin.

Les quatre derniers numéros des **Bureaux du pouvoir** de la saison ont marqué de début du dispositif électoral en télévision. L'émission s'est faite hebdomadaire durant le mois de mai pour recevoir les quatre présidents de partis. La Une a ensuite concentré tous ses efforts la dernière semaine de mai en proposant, en prime time, quatre débats thématiques sur la justice et la sécurité, sur l'emploi, sur l'environnement et sur la sécurité sociale ainsi qu'un débat entre les présidents de partis.

La journée du dimanche 10 juin, enfin, constituait le point d'orgue du dispositif mis en place. Le JT de 13h proposait une édition spéciale avant de faire place à la traditionnelle soirée électorale, avec analyse des résultats.

Plus de 250 collaborateurs de la RTBF étaient mobilisés pour informer au mieux tout au long de la soirée. Les studios de la soirée du 10 juin étaient communs aux trois chaînes et à TéléBruxelles (TLB), qui s'est jointe le temps des résultats. Cette volonté de travailler ensemble trouve son explication dans le partenariat noué entre la chaîne de TV locale et VivaBruxelles. Le soir du 10 juin, VivaBruxelles et TLB ont produit ensemble une seule et même émission radio-télévisée, en direct depuis le studio 4 de Reyers.

Les autres canaux que sont le site Internet, le télétexte, le podcasting, le PodVideo, le RSS (podcasting avec texte et images), les SMS et MMS (texte et photo) ont également proposés les résultats du scrutin.



100^{ème} Question à la Une

Le magazine d'investigation a proposé 42 numéros durant l'année 2007. Au mois de mars, l'émission a ainsi fêté sa centième enquête. Pour cet anniversaire, **Questions à la Une** a remis sous les projecteurs ses dossiers les plus marquants : Les notaires sont-ils intouchables ? Nos décharges sont-elles cancérigènes ? Banque, assurance, à qui profite l'argent non réclamé ? Qui profite du Grand Prix de Francorchamps ? Carolo, suite et pas fin ?

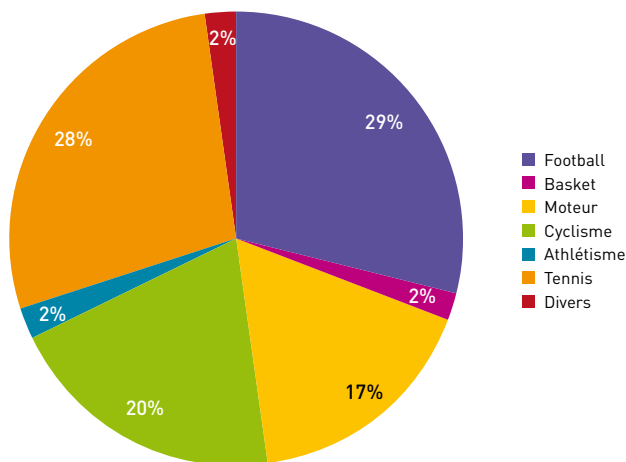
Le 12 décembre, le magazine a programmé une émission spéciale sur les secrets de fabrication et les conséquences de **Bye Bye Belgium** (l'émission du 13 décembre 2006), avec des images restées jusqu'alors inédites.

Les sports

L'expérience sportive de la RTBF s'exprime au travers des directs, des commentaires et des analyses. En 2007, ses chaînes de télévision ont couvert de nombreuses disciplines : les sports populaires, impliquant des sportifs belges, mais aussi, des disciplines moins connues afin d'attirer l'attention des téléspectateurs sur tout ce qui fait l'événement en Wallonie et à Bruxelles.



La couverture des disciplines sportives 2007



Football

Pour répondre aux souhaits des téléspectateurs et des passionnés du ballon rond, l'émission 100% football s'est offert, en janvier 2007, la place du **prime time sur La Deux. Studio 1** se concentre sur l'actualité du week-end par le biais de l'image. En 75 minutes, l'émission mêle analyses, discussions, synthèse et résumés. L'aspect plus technique des matches est abordé en compagnie de consultants.

Le football en 2007 c'était aussi la Coupe UEFA, l'Euro Espoirs et la Super Coupe de Belgique.

Cyclisme

Rendez-vous traditionnel, **le Tour de France** constitue pour la RTBF un événement phare durant le mois de juillet. Les envoyés spéciaux de la RTBF étaient à nouveau présents, pour suivre la grande boucle.

De Londres à Paris, le Tour de France était largement montré et commenté sur La Une, La Deux et RTBF Sat. D'abord par le biais des directs d'étape, que le magazine **À bicyclette** encadrait, **en direct** du site d'arrivée, pour analyser et témoigner les grands faits du jour.

Chaque jour, l'émission était prolongée d'un large résumé de l'étape à 18h45 dans le **Tour au Quotidien** en prélude au JT de 19h30.

Le cyclisme en 2007, c'était aussi les classiques, le championnat de Belgique de cyclocross, la coupe du monde sur piste et le championnat du monde sur piste.

Tennis

Marquée par les couronnements de Justine Henin, l'année tennistique a été largement chroniquée sur les chaînes de la RTBF avec, outre L'US Open et Roland-Garros, une attention particulière pour la FED Cup, les Tournois WTA et la Coupe Davis.



Sports automobiles

Le dimanche 16 septembre 2007, les regards se sont tournés vers **Spa-Francorchamps** pour le retour du GP de F1 sur le sol belge. Afin de bien suivre l'événement, La Une a décliné le rendez-vous les jeudi 13, vendredi 14 et samedi 15, dans **Au Quotidien** et ce, depuis Francorchamps.

Les séances d'essai qualificatives ont fait l'objet de directs les vendredi et samedi avant l'échéance du dimanche, précédée d'un **Warm-up** spécial et prolongée par le duplex dans le **Week-End sportif**.

Le 30^{ème} Paris Dakar et ses 570 équipages ont trouvé place sur La Une et sur La Deux, du 5 au 20 janvier 2007. Tandis que La Une proposait le fait marquant du jour dans **La minute du Dakar**, sur La Deux le magazine **Les Pistes du Dakar** suivait l'évolution de l'épreuve avec un regard appuyé sur les Belges du rallye.

Autres sports

En **athlétisme**, le mois de septembre 2007 a été marqué par la retransmission en direct du Mémorial Ivo Van Damme. Il constituait l'avant-dernière manche de la Golden League, que la RTBF a intégralement diffusée.

Enfin, le patinage, le tennis de table, le hockey, le basket, l'équitation et bien d'autres sports ont bénéficié de reportages, séquences et résumés dans les magazines sportifs de la RTBF.

La culture

Rendre la culture accessible au plus grand nombre, c'est le souhait de la RTBF. Son offre culturelle couvre ainsi tous les domaines de la création en Communauté française, en Belgique et à l'étranger. Elle se décline sur ses différentes antennes à tout moment de la journée, dans tous ses programmes et dans tous les genres télévisuels.



arte
BELGIQUE

Arte Belgique

Arte Belgique a célébré sa **première année d'existence** en 2007, avec un bilan positif.

- En février, **50 degrés nord** a fêté sa centième émission. Le magazine qui traite de toute la culture a su trouver l'équilibre entre promotion et sujets de fond. S'intéressant surtout aux expositions, au théâtre, à la danse, à l'opéra et à la musique, il accueille sur son plateau des invités représentant toute la culture et toute la création en Belgique. Toujours enregistré à Flagey mais dans un **nouveau décor**, ce magazine quotidien d'Arte Belgique a fait quelques incursions, là où l'actualité culturelle se passe (au Festival international du film francophone notamment). Une nouveauté, **le blog**, a permis aux chroniqueurs de prolonger les sujets traités en fournissant un maximum de renseignements sur les activités culturelles et en offrant la possibilité aux internautes de réagir.
- Diffusé le dernier mercredi du mois sur Arte Belgique et rediffusé le dimanche qui suit sur La Deux, le magazine de la création artistique belge, **Quai des Belges** a proposé 11 numéros en 2007.
- Et pour la première fois, le **Concours Reine Elisabeth**, dont l'édition 2007 était consacrée au piano était retransmis en direct sur Arte Belgique (et rediffusé en fin de soirée sur La Deux). Cette programmation s'est avérée positive : en moyenne, 90.000 téléspectateurs ont suivi chaque jour le concours, soit une hausse de 2.8 % par rapport à la précédente édition. Ce qui a permis à Arte Belgique de tripler son audience habituelle.



Les captations théâtrales au Festival de Rochefort

« Remets ta robe » de Gisèle Mariette, « Sincère complaisance » de Thierry De Coster et Odile Mathieu, « Vous en prendrez bien deux louches » de Jérôme de Warzée, « Deux petites perles » de Patrick Chaboud

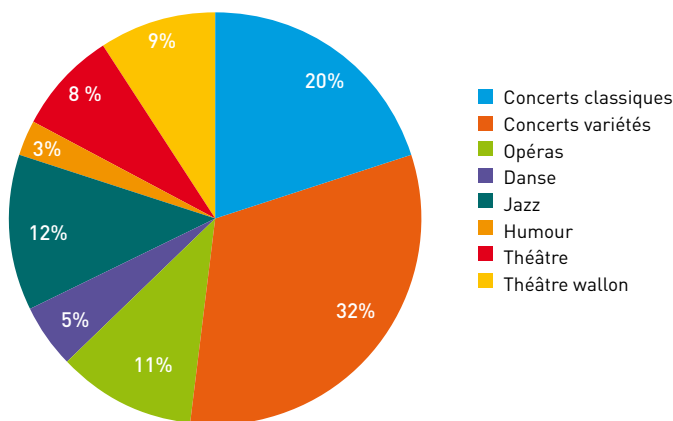
Les captations de théâtre dialectal (Coupe du Roi Albert 2007) :

« Djeûs d'dames » de Charles-Henri Derache (Les djoyeux lurons de Houtain Saint Siméon), « Nin sins lèye » de Jean-Luc Derwa (Royale troupe Ben-Rio de Corswarem), « Sot quî vout » de Georges Simonis (Cercle dramatique de l'avenir de Gosselies).

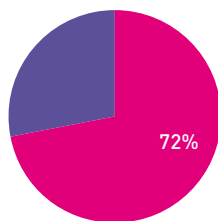
Le spectacle vivant

La culture sur les chaînes de la RTBF, c'est aussi de nombreuses captations de spectacles, théâtres et concerts. Le spectacle vivant est en effet au rendez-vous presque un jour sur deux, sur l'une des chaînes de la RTBF. Ainsi près de 150 spectacles de scènes ont été diffusés en 2007.

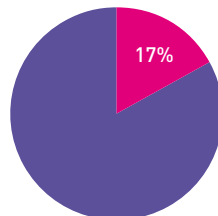
Répartition par genre des spectacles vivants diffusés en 2007



72% d'entre eux sont des productions belges francophones.



17% d'entre eux ont été captés en 2007.



En outre, 25 documentaires traitant du spectacle vivant sous toutes ses formes ont été programmés en 2007.

Les Court-métrages

La RTBF met en avant les talents émergents et la création cinématographique en Communauté française via la diffusion de courts-métrages. Soixante-huit titres différents ont été multidiffusés en 2007, notamment durant la **Nuit du court-métrage** programmé sur La Deux le 27 avril.

À l'exception de trois films, **tous les courts-métrages diffusés sont belges.**

Les magazines culturels

La RTBF produit par ailleurs de nombreux magazines culturels, chacun traitant d'un genre spécifique. **Screen**, les cases de diffusion **Cinéma belge**, **Tout court**, **Théâtre** mais aussi **L'envers de l'écran** et **L'envers du court** abordent le cinéma sous toutes ses formes.

Le meilleur du classique et **D6Bels** sont dédiés à la musique, **Zoom arrière** au patrimoine audiovisuel.

Le travail des créateurs, auteurs, artistes, interprètes, producteurs, réalisateurs ou distributeurs de la Communauté française sont également mis en avant dans les journaux télévisés, dans les émissions de variétés comme **Bonnie & Clyde**, **On a tous en nous quelque chose de...** ou de divertissement comme **Le meilleur de l'humour...**

La multiculturalité quant à elle, prend plus spécifiquement vie sur nos antennes avec les magazines **Reflets Sud** et **Melting Pot**, nouvelle émission réalisée en collaboration avec France Ô.

Mouzz

L'éducation permanente

Comprendre la vie sociale, politique, économique et son évolution...

Découvrir la vie associative, apprendre à devenir parent et se pencher sur les questions éducatives...

S'éduquer, en permanence, à la citoyenneté, aux médias, à la publicité...

Toutes ces questions traversent les grilles de programmes de la RTBF et sont abordées plus en détail dans **Décode**, émission de médiation et d'éducation aux médias, **Ça bouge**, agenda de la vie associative et citoyenne, **Matière grise** et **C'est pas sorcier**, magazines de vulgarisation scientifique ou encore dans les micro-programmes comme **Air de famille** ou **Côté Santé**.

La RTBF vise par là à contribuer à la formation, l'éducation, l'information des consommateurs, à la sensibilisation à l'environnement et au cadre de vie. Elle veille aussi particulièrement à assurer l'information des jeunes. C'est la raison pour laquelle deux tiers des émissions d'éducation sont produites dans ses murs, au plus près des préoccupations et questionnements des téléspectateurs de la Communauté française.

L'éducation aux médias et à la publicité est abordée dans de nombreux programmes : **Décode**, bien sûr mais aussi **Les Niouzz**, **Mise au point** et le Journal télévisé. **Question à la Une** a notamment consacré, en 2007, deux sujets à la publicité.

Les questions relatives à la pédagogie des enjeux démocratiques sont abordées d'une manière transversale, dans les émissions d'information, magazines de société, documentaires, débats et entretiens.

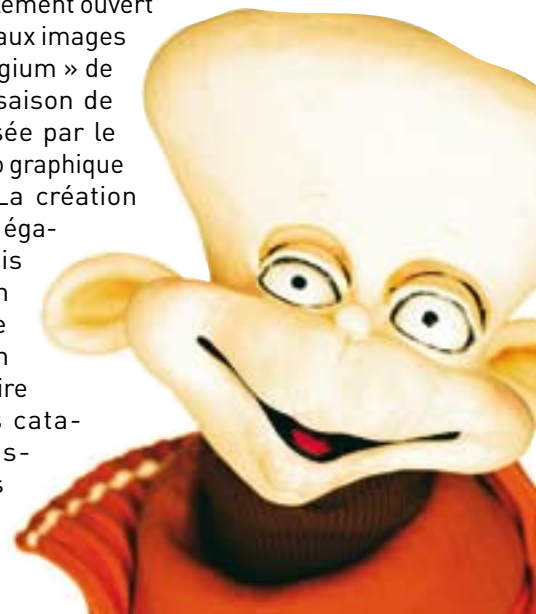
L'offre d'accueil et de manifestations de la vie associative se retrouve en télévision dans le magazine **Ça bouge**, des séquences de **Au quotidien** ou du JT et dans **Melting Pot**.

La Jeunesse

L'offre jeunesse de la RTBF trouve sa place sur La Deux. L'objectif de la chaîne est d'éveiller la curiosité et l'imagination des enfants mais aussi offrir des clés pour comprendre de manière ludique et amusante le monde qui les entoure.

Bla-Bla, **Rikiki Likiki** et **Les Niouzz** ponctuent les rendez-vous quotidiens des enfants de 0 à 12 ans. Ces rendez-vous sont agrémentés de dessins animés et fictions pour les jeunes coproduits par la RTBF ou sélectionnés dans des catalogues principalement européens (deux tiers des dessins animés proviennent de l'Union européenne et de Belgique, les autres achats des Etats-Unis, du Canada et d'Australie).

Diffusés tous les matins dès 7h00 et les après-midi dès 15h30, les programmes jeunesse se sont étoffés en 2007, avec la diffusion de longs métrages d'animation, de séries, de magazines. De nouveaux héros ont fait leur apparition (**Di-Gata**, **Rantanplan**...) aux côtés des têtes connues comme **Yakari** ou **Kirikou**. La Deux a également ouvert ses antennes aux images « made in Belgium » de la troisième saison de **Cédric**, réalisée par le nouveau studio graphique DreamWall. La création de ce studio a également permis à la télévision publique de disposer d'un accès prioritaire au plus gros catalogue de dessins animés d'Europe.



Les divertissements

Le divertissement en télévision couvre bien des aspects. La RTBF entend accorder à chacun d'entre eux une place de choix, qu'il s'agisse de musique, de jeux ou de variétés.

En 2007, la RTBF a ainsi relancé ses émissions de divertissements (GpiG, D6BELS, Génies en herbe, Ma télé Bien aimée...). Elle en a programmé de nouvelles aussi...



Bonnie & Clyde

En 2007, La Une a renoué avec l'émission de variétés en proposant **Bonnie & Clyde**, le dimanche en début de soirée. Ce grand divertissement mêle spectacle et variétés en public afin de mettre en avant les nombreux talents de la Communauté française. Entre autres : Picha, Saule et les Pleureurs, Eté 67, Axelle Red, Maurane, The Tellers, Alec Mansion, Marie Warnant, Urban Trad...

Quelque chose en nous de...

La nouvelle série **Quelque chose en nous de...** consacre chacun de ses numéros à une personnalité de la Communauté française. En 2007, la RTBF a ainsi mis à l'honneur Adamo, Pierre Rapsat, Hergé et les frères Taloché.

Les artistes de la saison

Lancée en 2006, l'initiative **Les Artistes de la saison** s'est prolongée tout au long de l'année 2007 en mettant à l'honneur Axelle Red, Balaji, Marc Moulin, Mud Flow, Saule, Sttella et The Tellers. Elle a offert à chacun d'eux l'équivalent, en moyenne, de 24 heures d'antenne par an.

Diffusés sur La Une, La Deux mais également en radio, ces programmes présentent, chaque trimestre, des artistes de la Communauté française à travers leur actualité musicale, leur offrant ainsi une visibilité multichânes, à tout moment de la journée et de la soirée.

Y'a pas pire conducteur

Avec ce nouveau divertissement, la RTBF s'est, d'une certaine manière, lancée dans la télé-réalité. **Y'a pas pire conducteur** regroupe huit candidats réputés pour être de très mauvais conducteurs. Au cours des différents numéros agrémentés d'épreuves de conduite, l'émission a pour objectif d'élire le plus mauvais d'entre eux. Y'a pas pire conducteur, qui a récolté une moyenne de 21.6 % de parts de marché en 2007, met l'accent sur le message préventif en faisant intervenir un groupe d'experts sur la prestation des candidats. Tout en divertissant, la RTBF veut ainsi conscientiser le public et les candidats!

Le Meilleur de l'humour, Signé Taloché et Juste pour rire...

Trois rendez-vous dédiés à l'humour ont pris place, en 2007, dans les grilles de La Une et de La Deux. Ils ont mis à l'antenne de nombreux artistes : Tex, Franck Dubosc, les Vamps, Danny Boon mais aussi des humoristes belges, célèbres ou peu connus, (Sois belge et tais-toi, Marc Herman, Jérôme de Warzee, Louis et Louise, Richard Ruben, Valérie et Sophie D'hondt, les Indésirables, Martin, etc.). Les nouveaux talents, tels les Bodin's ou Laurent Chantdemerle n'ont pas été oubliés.

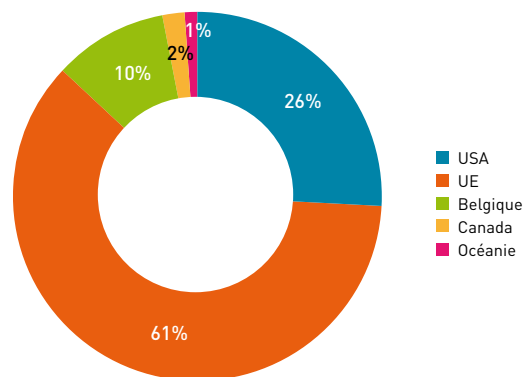
Parmi les temps forts de l'année 2007, on retiendra la programmation d'un spectacle avec les finalistes des derniers festivals du rire de Rochefort ainsi que de nombreuses captations ; à Rochefort mais aussi à Montréal, lors du **25^{ème} Festival canadien Juste pour rire**.

La fiction

Autre pan de l'offre de divertissement en télévision, la fiction représente pour la RTBF un terrain de mise en valeurs des auteurs, artistes-interprètes, producteurs et distributeurs de la Communauté Wallonie-Bruxelles.

Soucieuse de proposer aux téléspectateurs des œuvres cinématographiques de qualité, la RTBF respecte tant sur La Une que sur La Deux un quota spécifique en production, coproduction et achats. Ainsi, en 2007, la diffusion d'œuvres européennes couvre les courts et longs métrages, les animations et les fictions télévisées, qu'ils soient produits, coproduits ou achetés.

Origine des œuvres de fiction diffusées en 2007 (La Une et La Deux)



Séries belges

En 2006, la RTBF avait diffusé sa première série belge, **Septième Ciel Belgique**. L'année 2007 a été marquée par la diffusion de la seconde saison de cette série et, forte de cette expérience, par la mise sur antenne d'une seconde fiction, **Melting Pot Café**.

Comédie populaire, Melting Pot Café raconte l'histoire d'un des plus vieux bistros de Bruxelles menacé de fermeture. Sa patronne et son fils tentent à tout prix de le sauver mais leur vision des choses est quelque peu différente, ce qui donne lieu à des aventures rocambolesques.

Dès son apparition sur antenne, le petit monde pittoresque de Melting Pot café a connu un grand succès et l'écriture d'une deuxième saison a été mise en chantier.



Les documentaires

De la science à l'histoire et du témoignage à l'analyse, les différentes déclinaisons du genre documentaire occupent une place de choix dans les grilles de programmes des télévisions de la RTBF. Celles-ci privilégient également les docus réalités et les grands documentaires. Leur programmation vise à toucher au plus près de l'actualité et des préoccupations contemporaines.

En 2007, La Une et La Deux ont proposé aux téléspectateurs autant de documentaires différents qu'une année compte de journées.

Les 366 documentaires diffusés témoignent ainsi du renforcement de l'offre de la RTBF. Un renforcement qui se traduit également par une implication importante dans la coproduction. Quatre-vingt films au cours de ces deux dernières années permettent de constater que la coproduction documentaire n'exclut aucun genre, qu'elle n'induit aucune forme de formatage, qu'elle encourage à l'originalité, qu'elle aide à pousser les portes de certaines frontières, qu'elle participe largement à l'animation d'un secteur essentiel du paysage audiovisuel.



← Le flic, la juge et l'assassin, le docu-réalité qui a fait l'événement en 2007

Les émissions services

Les émissions service en télévision regroupent un ensemble de rendez-vous divers et réguliers : informations météorologiques, informations boursières, séquence de sécurité routière ou encore de la Loterie nationale...

L'offre service concerne également les émissions des associations représentatives reconnues (A.R.R.) et agréées par le gouvernement de la Communauté française pour lesquelles la RTBF concède un temps d'antenne. Ces émissions concédées sont regroupées dans deux magazines : **OpinionS** qui accueille les émissions politiques, économiques et sociales et **En quête de sens**, qui regroupe les émissions religieuses et laïques.

L'offre en Radio

Renforcement des grilles



Information, sports, musiques, divertissements, talk-show ou émissions de débats alimentent les grilles de programmes des six chaînes radio de la RTBF. Celles-ci ont à cœur, chacune dans leur spécificité, de participer au développement de la culture et de la Communauté française en accompagnant le quotidien de chacun.

Car ces radios se veulent le reflet de tous les Belges francophones.

2007 a connu quelques changements de fond et de forme avec la réorganisation de l'information et la modification de la grille de MusiQ3...



L'information

La RTBF compte trois rédactions radio : celle de **La Première** qui offre une information complète et pertinente en mettant en évidence toutes les contradictions de notre monde ; celle de **VivaCité**, au caractère régional, qui propose une information accessible et illustrée, conviviale et rigoureuse ; celle de la **production radio** qui se compose de journalistes de terrain. Depuis Bruxelles, Mons, Charleroi, Namur et Liège, ils contribuent à alimenter l'information de toutes les chaînes de la RTBF. La rédaction de la production a la volonté de couvrir tout le champ de l'information (culture, économie, service intérieur, service international et institutions européennes), des grands aux petits faits de société.

En février 2007, le Conseil d'Administration de la RTBF a approuvé à l'unanimité la **désignation de quatre nouveaux responsables au sein de la Direction de l'Information Radio**, aux postes de Chef de Rédaction de VivaCité : Françoise Palange; Chef de Rédaction de production : François Ryckmans ; Rédacteur en Chef «Régions» : Annick Meerckx (Rédaction de production) ; Rédacteur en Chef «Intérieur» : Philippe Walkowiak (Rédaction de production).

L'information quotidienne

L'information quotidienne en radio est principalement présente sur La Première, première chaîne de l'information et VivaCité, la chaîne de proximité. En 2007, La Première a proposé 28 journaux du lundi au vendredi et 25 JP les week-ends et jours fériés. L'information régionale, quant à elle, se décline dans **Le Tour des Régions** sur VivaCité (lundi-vendredi, 6h40).

VivaCité a ainsi diffusé chaque jour 28 journaux dont une édition inter-régionale à 17h30 (26 JP le week-end et jours fériés). VivaCité compte 3 x 7 décrochages, du lundi au vendredi.

Les autres chaînes radio couvrent également l'information, mais dans une moindre mesure : Pure FM propose 6 journaux spécifiques du lundi au vendredi dont 2 (8h et 18h) sont également diffusés sur Musiq'3 et 3 (7h, 8h et 18h) sur Classic 21.

L'information sur La Première prend également place dans de nombreux magazines, au quotidien (**Matin Première, Le Fait du Jour, Face à l'Info**) ou hebdomadairement (**Club de la Presse, Eco Matin, Eco Soir, Eco Nuit, Entre Première, Transversales, Regards Croisés** ou encore **L'Invité culturel**). Ces magazines mêlent débats, entretiens et forum.

Une fenêtre toute particulière s'ouvre sur le monde à travers **La Semaine de l'Europe, Afrik'Hebdo** et, selon les thèmes abordés dans les différents magazines de La Première (**Matin Première, Le Fait du Jour, Face à l'Info...**).

L'année 2007 a aussi été caractérisée par le lancement des **blogs** dans le domaine de l'information. Les élections législatives constituent, à cet égard, le révélateur d'une démarche amorcée dès le début de l'année autour d'autres événements.

Les élections législatives

La couverture d'une campagne électorale constitue une échéance importante pour la radio également. La rédaction de Production, qui fournit en billets, analyses et reportages les rédactions de La Première et de VivaCité, a édité un nombre impressionnant de dossiers, de sujets et de rubriques durant les semaines qui ont précédé les élections législatives du 10 juin 2007. De leur côté, La Première et VivaCité ont multiplié les émissions thématiques et les opérations spéciales.

A partir du 16 avril, les deux chaînes ont ainsi proposé aux auditeurs le **Journal de Campagne** (les petits faits - et les grands - de la campagne, les prises de position, les escarmouches). Du 22 mai au 8 juin, elles ont diffusé neuf **Carnets** faisant le bilan de la législature, telle que l'ont vécue les citoyens. Les **Enjeux régionaux**, quant à eux, ont permis une analyse circonscription par circonscription des tendances d'un scrutin dont la RTBF s'est fait largement l'écho au plus près des préoccupations de ses auditeurs **partout en Wallonie et à Bruxelles**.

Sur la Première, en version intégrale, et sur VivaCité en version résumée, la RTBF a édité plusieurs **Dossiers**. Ces reportages, en deux formats (3' ou 10') étaient consacrés aux principales thématiques de la campagne.

Les magazines de La Première ont également été adaptés à l'enjeu électoral : **Face à l'Info** a prolongé en cinq débats thématiques les différents **Dossiers**. Un **Questions Publiques** spécial a fait suite au débat en donnant la parole aux auditeurs.

Matin Première n'était pas en reste et a proposé une série de débats, d'interviews et de rubriques. Avec une nouveauté, **La Parole aux associations**.

Transversales, enfin, a diffusé deux grands reportages : « Quatre ans de Verhofstadt » et « Portrait de cinq premiers ministrables ».

Sur VivaCité, les **Interactives** invitaient les représentants des quatre principaux partis démocratiques à répondre aux questions des auditeurs. Les **Décros** ont quant à eux proposé, sur les sept décrochages traditionnels de la chaîne (Liège, Verviers, Arlon, Namur, Charleroi, Mons, Bruxelles), une série d'interviews et de débats, liés aux enjeux régionaux.

Les « petits partis » n'ont pas été oubliés. Outre la couverture qui leur a été réservée, en fonction de l'actualité, dans les principaux journaux, un **Face à l'Info** (suivi de Questions Publiques) leur a été intégralement consacré.

Enfin, les nouveaux médias ont été également de la partie avec un **blog** et un **portail** « spécial élections ». Dès le 10 mai, les internautes ont ainsi pu réagir aux contributions de la rédaction politique. Un fil podcast et une plateforme ROD (radio à la demande), pour réentendre l'ensemble des rubriques décrites ci-dessus, ainsi que les grands moments de la campagne, ont par ailleurs été mis en place.

Les Sports

VivaCité est la radio de référence en matière sportive, celle des retransmissions en direct, des après-midi et des soirées « 100% sport ». Elle produit 19 journaux et plus de 20h d'émissions sportives par semaine.

L'équipe composée d'une quinzaine de journalistes se consacre aux sports mais ne se contente pas d'alimenter VivaCité. Le sport, c'est de l'information à part entière. Leurs reportages ont donc toute leur place dans les journaux et magazines de l'ensemble des radios de la RTBF, en réseau comme sur les antennes régionales.



Football

VivaCité est la chaîne du sport, et du football par excellence. Elle propose ainsi l'intégralité du championnat de division 1 mais aussi des regards appropriés sur les autres divisions sans oublier les coupes d'Europe, la Coupe de Belgique et les rencontres des Diables rouges et toute autre grande compétition internationale.

Cyclisme

VivaCité était au cœur du Tour de France 2007 et en a fait écho au maximum avec des rendez-vous réguliers et en direct, en semaine et le week-end. La chaîne a également fait découvrir à ses auditeurs, via ses journaux parlés, **Les coulisses du Tour**.

La Première s'est joint simultanément à la fête en diffusant la course dans **Les journaux du Tour**. Elle a, en outre, proposé des flashes dans tous ses rendez-vous d'info, de 13 à 18h.

Autres sports

L'actualité 2007 du tennis, du basket, de la formule 1 ou encore de l'athlétisme... était bien sûr présente dans les journaux parlés et dans les magazines spécifiques des chaînes de la RTBF.

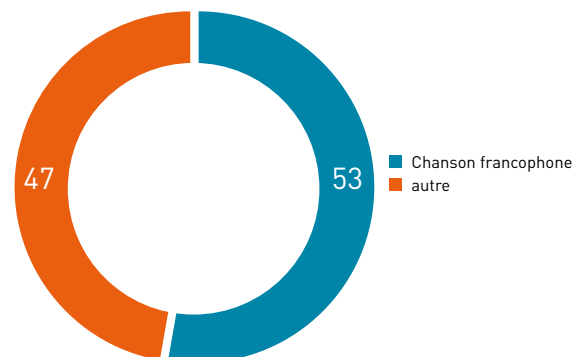


La musique

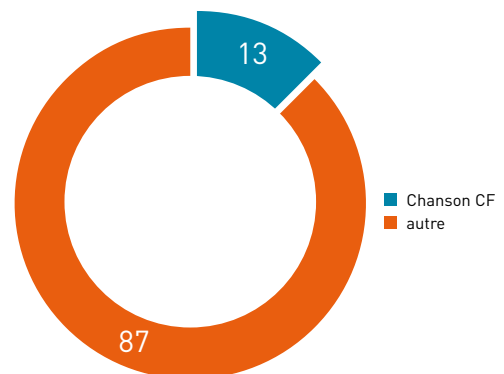
La musique est partout présente sur les radios de la RTBF. Sa programmation est fonction de la spécificité des chaînes. Classic 21 est dédiée aux classiques du rock et de la pop des quarante dernières années. Pure FM propose une musique plus branchée en tendant une oreille attentive aux artistes belges et aux nouveaux talents. La Première et VivaCité, chaînes à caractère grand public, ont une programmation plus large et diversifiée. Musiq'3, quant à elle, doit sa différence à la musique classique. Le jazz, la musique belge, les musiques du monde et de films y ont également une place de choix.

Les différentes chaînes de la RTBF, chacune dans leur genre, veillent à accorder une place prioritaire aux œuvres francophones et en particulier à celles émanant de la Communauté française. Elles veulent néanmoins refléter toutes les cultures et tous les genres, en ne se contentant pas de diffuser les œuvres mais en les mettant en perspective, en détaillant leur histoire... en organisant des rencontres avec les artistes-interprètes-compositeurs... en étant partenaires aussi de l'ensemble des festivals de la Communauté française.

Part de chanson francophone sur La Première et Vivacité
(quota prévu par le contrat de gestion : 30 %)



Part d'œuvres émanant de la Communauté française sur La Première, VivaCité et Pure FM
(quota prévu par le contrat de gestion : 10%)





La culture

La culture est omniprésente dans les programmes des radios de la RTBF, qui la décline sous toutes ses coutures. Les différentes chaînes entendent ainsi informer, sensibiliser et promouvoir. La radio, comme la télévision, sont à la fois outils de diffusion et instruments de production culturels. Les uns permettent de mettre en valeur notre patrimoine. Les autres participent à la création, ils œuvrent au renouvellement d'une identité et ouvrent une fenêtre sur le monde.

La création s'épanouit ainsi dans l'émission de La Première, **Par Ouï-dire**, qui ouvre les ondes à l'écriture radiophonique de notre communauté. **Culture Club**, **Flash Back**, **Le grand jazz**, sur La Première et **Le point du jour**, **Jazz**, **Concert du vendredi**, **Hamlet**, **Indicatif Présent** sur Musiq'3 sont largement consacrés à la création en Communauté française.

L'offre d'accueil et de manifestations de la vie associative se retrouve en radio dans **Tout autre chose** (La Première), **Appelez on est là** sur VivaCité et dans les séquences des JP fédéraux ou régionaux.

Les échos du cinéma, des pages littérature ou encore l'histoire de la musique... sont abordés dans de nombreuses émissions, sur toutes les radios de la RTBF :

Cinéma

- Première séance sur La Première
- Le grand cinéma sur VivaCité
- Plein écran sur Classic 21
- Les 5 heures cinéma et les 5 Heures DVD sur Pure FM

Littérature

- La librairie francophone et Le polar du dimanche sur La Première
- Le feuilleton et Correspondances sur Musiq'3

Musique

- La troisième oreille et Le monde est un village sur La Première
- Les tubes en or et La Boutique aux chansons sur VivaCité
- Making of, Brain Rock, French Connection et le Journal du Rock sur Classic 21
- Le Jazz, Musiques et autres muses, Carnet de notes, De vive voix, Musique de films, Musique, modes d'emploi, En scène, Tête d'affiche et A bon entendeur sur Musiq'3
- Pure démo, Bottox, Buzz, Pure et simple et Sacré français sur Pure FM

Culture générale

- Bonjour quand même, Tout autre chose, Et Dieu dans tout ça?, Flash Back, Culture Club, Tête à tête et Qui de nous deux? Sur La Première
- Appelez, on est là, Grandeur Nature, Francodyssée et A vous de voir sur VivaCité
- Classic 21 culture sur Classic 21
- Le point du jour, Passé composé, Hamlet et Appassionatio sur Musiq'3
- Snooze sur Pure FM

Création

- Par ouï-dire sur La Première

Les émissions services

Les bulletins météo, les informations boursières et les chroniques économiques, les offres d'emploi, les messages colombophiles et les émissions concédées constituent l'offre service des radios de la RTBF.

A celle-ci s'ajoute l'**info-traffic**, qui a développé en 2007 de nouveaux outils, plus rapides et plus efficaces...

Info-traffic : une meilleure information pour plus de sécurité sur les routes

Face à un public préoccupé par les conditions d'utilisation des routes et autoroutes, la radio joue un rôle-clé. Média souple, rapide et efficace, elle permet une diffusion exhaustive d'informations en temps réel face auxquelles la possibilité de réagir est quasi immédiate.

Confrontées à un trafic de plus en plus dense, les radios de la RTBF se sont sans cesse adaptées, pour récolter des informations plus précises et plus rapidement via de solides partenaires (MET, la police fédérale), afin de répondre aux appels, recouper et vérifier les infos.

En 2007, la RTBF est allée encore plus loin avec un tout **nouveau système de téléphonie** lui permettant notamment de mettre en cascade les appels pour répondre à un maximum d'auditeurs, de reconnaître le numéro de l'appelant, de faire passer les appels pour les conducteurs fantômes en priorité et de hiérarchiser les appels.

Cette téléphonie interactive a donné naissance au **Club des Automobilistes** dont les objectifs sont l'augmentation de la fiabilité des informations trafic diffusées sur nos antennes et la récompense des conducteurs les plus solidaires. Les appels des conducteurs les plus crédibles sont traités en priorité.

Par la conjugaison des informations fournies par la RTBF et ses partenaires, tout peut ainsi être mis en œuvre pour que le centre PEREX soit, plus que jamais, la référence en matière d'information routière.

Une fois récoltées et traitées, les infos trafic sont essentiellement communiquées sur trois de nos chaînes radio : Classic 21, la radio de référence en matière de mobilité mais aussi VivaCité et la Première.





Une nouvelle grille pour Musiq'3

Un autre objectif important a guidé le renouvellement des programmes de la chaîne : l'adéquation aux attentes des différents publics, en fonction des jours et des heures. Ainsi, la forme des émissions en devient très diversifiée, allant du programme réalisé pour le seul plaisir de l'écoute jusqu'à l'émission de création radiophonique la plus élaborée.

En janvier 2007, Musiq'3 a transformé sa grille, en prenant le temps de consulter les auditeurs (plus de 2000 questionnaires) et en observant le fonctionnement des autres radios de musique classique à travers le monde. La chaîne a ainsi procédé à une vaste remise en question.

Cette réflexion collective a donné naissance à un projet original et ambitieux. L'esprit d'ouverture en a été le maître mot. L'accessibilité en termes de ton et de contenu de présentation a été une des préoccupations essentielles dans la constitution de la nouvelle grille de la radio classique.

Les auditeurs curieux de musique classique s'intéressent très souvent aux autres domaines artistiques et à d'autres répertoires musicaux. Musiq'3 a choisi de leur proposer désormais des informations culturelles très complètes, des émissions thématiques qui créent des ponts entre la musique et les autres arts. La radio classique s'ouvre ainsi davantage aux musiques voisines.

Au-delà de son rôle fédérateur des mélomanes avertis et de ceux qui veulent découvrir l'univers de la musique classique, Musiq'3 a un rôle moteur dans la vie musicale et culturelle du pays. Avec sa nouvelle grille, elle entend le jouer avec plus d'intensité encore. Un des symboles de cette volonté est la création d'un magazine hebdomadaire destiné aux élèves des académies et des conservatoires ainsi qu'aux musiciens amateurs. Des liens plus étroits ont ainsi été renoués avec un public naturel de la chaîne.

Cette dynamique se matérialise dans la nouvelle organisation du travail de Musiq'3 où la plupart des émissions ne sont plus préparées et présentées par une seule personne, mais par une équipe qui met en commun ses idées et ses compétences. Elle se matérialise aussi dans la création de nouvelles émissions. **Le Feuilleton**, chaque matin à 9h30 du lundi au vendredi, a redonné le plaisir d'une narration en musique : adaptation d'un

livre ou création d'un récit original, il est rehaussé par la présence de grands comédiens et la créativité de toute l'équipe de Musiq'3. **Babel**, le vendredi soir à partir de 22h00, est plus particulièrement destiné à un public aux curiosités multiples. S'y entremêlent librement toutes les musiques, avec l'idée de mettre en évidence leur unité fondamentale.

Autre domaine dans lequel Musiq'3 a décidé d'affirmer sa vitalité : celui des nouvelles technologies. Une version entièrement rénovée de son site internet a ainsi coïncidé avec le lancement de la nouvelle grille, et l'évolution s'est poursuivie tout au long de 2007. Son offre d'émissions podcastables s'est multipliée par dix afin que les auditeurs puissent retrouver et écouter les feuillets ou grandes émissions thématiques à tout moment et en tout lieu... car Musiq'3 a pour devise : «Le classique est partout» !

LE CLASSIQUE EST PARTOUT.

Les événements 2007

La radio, la télévision et Internet

Partenaire d'une multitude de rendez-vous en Wallonie et à Bruxelles, la RTBF couvre de nombreuses manifestations. La chaîne publique fait également l'événement. 2007 aura été, à ce titre, une année riche avec deux anniversaires, ceux de Cap 48 et de l'Union européenne. Et pour ces grandes occasions, la radio, la télévision et Internet se sont mis au diapason.



Les 50 ans
de Cap 48

L'année des 50 ans de Cap 48 aura été marquée par une programmation particulièrement riche. Comme chaque année, l'opération était couverte par les rédactions des journaux parlés et télévisés mais également par plusieurs émissions en télévision (**Au Quotidien, Une brique dans le ventre, La clef des champs, Jardins et loisirs, Télétourisme, Les Niouzz, Ca bouge, Bla-Bla, Bonnie & Clyde**). Les chaînes télé de la RTBF ont de plus programmé une série de documentaires traitant des handicaps (« Elle s'appelle Sabine », le portrait sensible de Sabine Bonnaire, « Cirque Ma Boule »...).

Les radios de la RTBF se sont mises à l'écoute de l'opération via de nombreuses séquences et informations. VivaCité a programmé un **Journal de CAP48**, une fois par semaine et un **Beau vélo de Ravel** spécial.

Classic 21, le club des motards de la RTBF et CAP48 ont organisé en septembre la 4^{ème} édition de la

Rando CAP48. Et, comme chaque année, cette balade a rencontré un énorme succès.

La Première a consacré de nombreuses émissions à l'événement tandis que Pure Fm s'est associée au projet **L'œuf de CAP48** pour lequel une personne connue ou pas se lance dans un défi ludique et audacieux : échanger un œuf contre un objet quelconque. Au hasard de trocs successifs, l'œuf devient un GSM, une tondeuse, une œuvre d'art, une voiture... ou même une maison.

La soirée de clôture de CAP48 s'est déroulée, pour la télévision, le 14 octobre en direct depuis le Cirque Bouglione, installé au Heyssel. Des portraits, des rencontres souvent très émouvantes entre des personnalités et des personnes handicapées, des défis relevés par nos animateurs télé et de la musique avec de nombreux invités, ont ponctué cette grande soirée dont le bilan des dons a dépassé les records précédents.



Stars of Europe

Le 24 mars 2007, les 50 ans de l'Europe ont été célébrés partout sur le continent, et particulièrement à Bruxelles, capitale européenne. Pour l'occasion, la VRT et la RTBF se sont associées à la fête exceptionnelle organisée par la Belgique et la Région de Bruxelles Capitale.

Durant toute la journée, l'ensemble des chaînes radio et TV se sont mobilisées pour l'événement avec une programmation spéciale. Et, le soir, la capitale de l'Europe est devenue l'écrin d'un rassemblement musical international grâce au grand spectacle **Stars of Europe**.

La volonté de Stars of Europe était de rassembler les nations à travers la musique mais aussi à travers l'histoire de l'Union européenne. Artistes, personnalités de la société civile et du palais, hauts responsables belges, chefs d'Etats européens se sont retrouvés au pied de l'Atomium pour se souvenir et célébrer ensemble les 50 ans d'une histoire commune.

L'affiche de **Stars of Europe** était prestigieuse : une vingtaine de stars européennes se sont partagé la scène. Le show était retransmis en direct et en prime time par de nombreuses télévisions européennes,

en mettant l'accent sur Bruxelles, capitale de tous les Européens.

Le concert-spectacle a été transmis à l'UER, pour un direct ou un différé dans toute l'Europe ainsi qu'aux EVN (Electronic vision news). Stars of Europe a ainsi été diffusé sur les deux chaînes publiques belges, la RTBF (La Une, La Première, RTBF-Sat) et la VRT (éen), mais aussi simultanément dans **24 autres pays européens**.



Les Festivals d'été

L'été est la plus belle des saisons et incontestablement, les festivals musicaux contribuent à son attractivité. En mettant de la musique dans la vie et dans la ville, ils participent à la (re)découverte de lieux, d'œuvres ou de talents. Actrice de sa Communauté, la RTBF joue un premier rôle dans la mise en avant de ces festivals, dans leur animation, dans leur accessibilité ou dans leur proximité. Pour cette raison, toutes les chaînes de la radio-télévision publique s'y trouvent étroitement associées. Informant, rendant compte, éclairant et amplifiant, la RTBF a, en 2007, mis en lumière une **soixantaine de festivals en Wallonie et à Bruxelles**, connus au moins connus.

Le **journal des festivals** sur La Une dans le JT de la mi-journée et Le JT de 19h30 ont rendu compte au jour le jour de la programmation des grands festivals d'été, de Werchter au Pukkelpop, en passant par Couleur Café, les Ardentes, Dour, Brosella et les Francofolies de Spa.

De nombreux directs et séquences y ont pris place.

L'émission **Débels** a pleinement participé aux manifestations en consacrant 16 émissions de 52 minutes à Werchter et Couleur Café.

En radio, chacune des chaînes, dans leur spécificité musicale a couvert et soutenu plusieurs festivals, par une présence en direct, par des enregistrements de concerts, par l'installation d'un studio au cœur de l'événement. Agendas, interviews et mises en perspective étaient au programme.

La Première et l'émission **Le Monde est un Village** ont soutenu activement de nombreux festivals placés sous le signe des musiques du monde et des cultures d'ailleurs: Couleur Café, Sfinks Festival, Esperanza!, Eu'Ritmix Brussels Summer Festival, Festival d'Art de Huy,...

VivaBruxelles a fait la part belle à Couleurs Café ou encore au Brussels Summer Festival. Les décrochages régionaux de VivaCité ont évoqué les coulisses et les à-côtés de tous les autres grands rendez-vous musicaux de l'été 2007, ainsi que l'impact de ces événements sur la vie des régions : La Fiesta du Rock de Flémalle, le Spa Tribute Festival, L'American Style Music festival de Cerexhe, Les Ardentes, le Dour festival...

Musiq'3 a quant à elle réalisé une quarantaine de captations, dont 15 ont été retransmises en direct.

Classic 21 était également en direct, sur tous les fronts : Graspop, Eupen Musik Marathon, Couleur Café, Rock Werchter, TW Classic, Belgium Rhythm'n'Blues, Francofolies, Lokerse Feesten, Bruxelles Summer Festival... Sans compter les festivals moins connus où Classic 21 soutient la production belge de qualité notamment la scène Rock, Blues ou Country (American Style Festival, Spa Tribute Festival, Festival Country de Bruxelles, Brosella...).

Pure FM, enfin, a soutenu les festivals rock comme Rock Werchter, Couleur Café, Les Ardentes, Dour Festival, FrancoFolies de Spa, Pukkelpop, Verdur Rock et les Ten Days Off.

Et pour renforcer cette programmation et cette promotion multichânes, la RTBF a lancé en 2007, **son blog des festivals** : interviews, photos, témoignages, agenda ...

FRANCOFOLIES
de Spa

Associée depuis son démarrage aux Francofolies de Spa, la RTBF lui consacre un journal spécifique en direct sur La Deux. **Le Journal des Francos** est programmé chaque soir que compte le festival.

2007 en quelques chiffres

Cinq chaînes de télévision



La Une est la chaîne généraliste, familiale et populaire de la RTBF. Elle accorde une place importante à l'information, à l'événement et au divertissement.

La Une peut être captée par voie hertzienne, analogique et numérique, et par le câble.



Deuxième chaîne généraliste, **La Deux** se veut entièrement complémentaire à La Une tout en ciblant deux publics bien définis : les enfants et les jeunes d'une part, les personnes «actives» d'autre part avec une attention particulière à la connaissance, au sport et à la culture.

La Deux peut être captée par voie hertzienne, analogique et numérique, et par le câble.



La Trois, disponible en TNT depuis le 30 novembre 2007, propose une programmation identique à celle de RTBF-Sat soit, l'ensemble des productions de La Une et de La Deux, ainsi que le JT de 19h30 avec une traduction gestuelle. Elle offre ainsi un complément de vision aux deux chaînes.

La Trois est diffusée en numérique 24 heures sur 24 en Belgique et est disponible auprès de certains télé-distributeurs.



Plus de 20 millions de foyers d'Europe et d'Afrique du Nord peuvent capter gratuitement la plupart des programmes de La Une et de La Deux via **RTBF-Sat**. RTBF-Sat propose aux téléspectateurs d'Europe et du Nord de l'Afrique, les productions propres de la RTBF (journaux télévisés, magazines, émissions de service ou de divertissement, directs). Elle contribue ainsi à la mise en valeur et à la promotion de l'image de la Communauté française Wallonie-Bruxelles et des Régions wallonne et bruxelloise.

RTBF-Sat est diffusée par le satellite Astra 1KR.



Chaque jour, le décrochage belge d'Arte, **Arte-Belgique**, ouvre la porte de l'activité culturelle en Communauté française.

Arte-Belgique est accessible par le câble.

Six chaînes de radio



La Première est la chaîne généraliste de l'information, du débat citoyen, de la culture et de toutes les musiques. La Première s'adresse à tous les publics.

La Première est diffusée en FM, en DAB, sur le câble (suivant l'offre des télé-distributeurs), en DVB-T (TNT) et par téléphone/GSM via Proximus (0475 15 30 00).



VivaCité est proche de son public et vit au rythme des régions (avec ses sept décrochages régionaux : VivaBruxelles, VivaCharleroi, VivaHainaut, VivaLiège, VivaLuxembourg (Arlon), VivaNamur – Brabant wallon, VivaVerviers (Radiolène). C'est aussi la radio du sport.

VivaCité est diffusée en FM, en AM, sur le câble (suivant l'offre des télé-distributeurs) et en DVB-T (TNT). VivaBruxelles est également diffusée en DAB.



Musiq'3 doit sa spécificité à la «musique classique». Le Jazz, la musique belge, les musiques du monde et de films y ont également leur place.

Musiq'3 est diffusée en FM, en DAB, sur le câble (suivant l'offre des télé-distributeurs) et en DVB-T (TNT).



Pure Fm offre aux jeunes adultes une actualité musicale faite de découvertes et de coups de cœur. Elle tend une oreille attentive vers les artistes belges et les nouveaux talents.

Pure FM est diffusée en FM, en DAB, sur le câble (suivant l'offre des télédistributeurs) et en DVB-T (TNT)



Classic 21, la Radio des Classiques du Rock et de la Pop est divertissante et populaire. Des points mobilité et météo au minimum toutes les demi-heures en font la radio de référence de l'info trafic.

Classic 21 est diffusée en FM, en DAB, sur le câble (suivant l'offre des télédistributeurs) et en DVB-T (TNT)



De Marseille à Kinshasa et de Lisbonne à Istanbul, **RTBF International** permet d'être à l'écoute de la Belgique, de son actualité politique, sociale, économique, culturelle, sportive et musicale.

RTBFi est diffusée en ondes courtes, à destination de l'Europe du Sud et de l'Afrique. RTBFi est également diffusé par satellite (couverture de l'Europe entière et de l'Afrique). Elle peut être captée en FM à Kinshasa.

Un site Internet



Le site www.rtbf.be permet une meilleure communication avec l'auditeur et le téléspectateur, une interactivité et une diffusion en ligne.

Des formulaires de contact offrent au public la possibilité de s'adresser à la médiation et d'entrer en contact avec les différentes émissions de la RTBF. Plusieurs d'entre elles pratiquent une interactivité via Internet.

C'est le cas notamment de **Mise au Point** en télévision et de **Questions publiques** en radio. Le principe est similaire en radio comme en télévision : les téléspectateurs ou auditeurs interviennent en temps réel via un formulaire pour interpeller les invités ou présentateurs des émissions à propos des sujets et thèmes abordés.

Au départ de la home page du site RTBF, l'internaute accède aux sites des chaînes, au télétexte, à diverses rubriques concernant l'entreprise et à un portail d'information. Les sites spécifiques des chaînes de télévision et de radio assurent la promotion de leurs émissions et de leurs programmes (programmes du jour, prévisions d'antenne, promotion spécifique des émissions du jour avec mise en avant des productions propres de la RTBF). Le portail Internet se décline en une page d'accueil « corporate » et des sous-sites par chaîne, eux-mêmes se déclinant en pages ou blogs d'émissions.

Toutes les chaînes de radio de la RTBF peuvent être écoutées en direct sur Internet. Les chaînes de radio de la RTBF proposent également des programmes en podcasting et en radio à la demande.

Certains programmes de télévision peuvent être revus sur Internet (Les JT de 13h00 et de 19h30), ou sur les blogs d'émissions (**Questions à la Une**). Leurs archives sont accessibles gratuitement, en lecture uniquement, durant les trois jours qui suivent leur diffusion télévisée. Les productions propres de la RTBF sont disponibles en VOD sur les plateformes numériques de Belgacom TV et Telenet.

Rapport financier

Le résultat d'exploitation 2007 est à l'équilibre, une première depuis 2000. Cet exercice financier est dans la droite ligne du plan financier démarré en 2002 et qui se termine en 2008.

L'accord intervenu en fin d'année 2007 avec l'Administration TVA a permis de dégager un boni exceptionnel considérable, que la RTBF a utilisé pour apurer son passif. Au total, l'exercice 2007 permet de réduire la perte reportée de plus de 12 millions d'euro.

Conformément aux dispositions légales et statutaires, notamment le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF, le collège des commissaires a rendu son rapport sur les comptes annuels 2007 de l'entreprise. Le collège a ainsi attesté les comptes annuels 2007 de la RTBF et rendu l'avis suivant : « les comptes annuels clos le 31 décembre 2007 donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de la société, conformément au référentiel comptable applicable en Belgique ».

Pour rappel, le montant de la rémunération annuel le de l'Administrateur général se situe entre 210.000 et 260.000 euros bruts.

ACTIF	
Actifs immobilisés (EUR)	2007
Immobilisations (in)corporelles	84 957 630
Immobilisations financières	30 551 569
Sous-total	115 509 199
Immobilisations financières - Cautions	1 915
Créances à long terme	26 272 777
Total actifs immobilisés	141 783 891

Actifs circulants (EUR)	2007
Stocks	14 183 457
Créances à un an au plus	69 683 113
Placements de trésorerie	352 226
Valeurs disponibles	1 661 732
Comptes de régularisation	7 968 805
Total Actif circulants	93 849 333
Total Actif	235 633 225

PASSIF	
Capitaux propres (EUR)	2007
Plus-value de réévaluation	8 920.158
Subsides en capital	1 792.557
Réserves	0
Perte reportée	-30 408 434
	-19 695 719
Dettes (EUR)	2007
Provisions	18 126 614
Dettes à plus d'un an	71 786 983
Dettes à un an au plus	148 713 335
Comptes de régularisation	16 702 012
	255 328 944
Total Passif	235 633 225

Nature	Libellé	Compte 2005	%	Compte 2006	%	Compte 2007	%
7000	Publicité nette	52 988,0	19,1%	56 190,70	20,3%	56 678,70	18,6%
7010	Prestations de services	4 054,3	1,5%	4 989,40	1,8%	4 320,30	1,4%
7130	Variation stocks Prod & Coprod	0,0	0,0%	0	0,0%	0	0%
7200	Production immobilisée	85,7	0,0%	146,5	0,1%	1 096,30	0,4%
7400	Dotation ordinaire	181 896,1	65,6%	186 593,80	67,6%	193 181,60	63,6%
7430	Cablos	9 497,6	3,4%	7 299,10	2,6%	3 103,80	1%
7437	Aides Production	5 129,7	1,8%	5 622,90	2,0%	8 442,8	2,8%
7450	Recettes diverses	2 398,4	0,9%	4 936,90	1,8%	4 540,9	1,5%
7460	Recettes de location	621,2	0,2%	500	0,2%	569,7	0,2%
7480	Récupération frais	409,9	0,1%	334,8	0,1%	1 018,10	0,3%
	Recettes exploitation	257 080,8	92,7%	266 614,10	96,6%	272 952,3	89,80%
Nature	Libellé	Compte 2005	%	Compte 2006	%	Compte 2007	%
6000	Achats (hors droits diffusion)	-352,8	0,1%	-190,2	0,1%	-263,1	0,1%
6040	Achats Droits Diffusion	-17 218,5	6,1%	-22 257,40	8,0%	-21 173,0	7,3%
6100	Loyers immeubles	-2 131,1	0,8%	-2 298,50	0,8%	-2 338,9	0,8%
6110	Entretiens	-4 518,6	1,6%	-4 667,60	1,7%	-4 904,6	1,7%
6120	Energie	-3 239,4	1,2%	-3 578,20	1,3%	-3 437,3	1,2%
6121	Communications	-4 183,4	1,5%	-4 488,00	1,6%	-4 497,4	1,5%
6123	Economat & mobilier	-2 723,7	1,0%	-3 230,80	1,2%	-3 889,1	1,3%
6125	Produits divers	-1 150,9	0,4%	-1 120,10	0,4%	-1 273,0	0,4%
6130	Droits auteur, sports et Licences	-23 320,2	8,3%	-27 115,50	9,8%	-29 309,9	10%
6131	Assurances	-373,3	0,1%	-401,6	0,1%	-488,7	0,2%
6132	Honor. & commissions	-8 995,2	3,2%	-10 749,70	3,9%	-9 528,8	3,3%
6133	Cotisations	-10 930,4	3,9%	-9 290,80	3,4%	-7 848,1	2,7%
6136	Frais représentation et réunions	-699,1	0,2%	-864,8	0,3%	-894,5	0,3%
6137	Déplacements	-3 989,3	1,4%	-4 308,80	1,6%	-4 319,3	1,5%
6139	Cachets et contrats artistes	-1 016,8	0,4%	-845,6	0,3%	-764,6	0,3%
6140	Promotion et publications	-3 013,7	1,1%	-2 401,20	0,9%	-1 749,7	0,6%
6150	Services divers	-7 862,1	2,8%	-11 498,10	4,2%	-11 485,6	3,9%
6200	Personnel	-158 401,5	56,4%	-159 374,10	57,6%	-160 414,6	55%
6250	Assurance-pension Ethias	14 566,7	-5,2%	13 839,50	-5,0%	11 657,1	-4,0%
6300	Amortissements	-13 817,8	4,9%	-14 567,70	5,3%	-13 910,5	4,8%
6360	Provisions	-6 359,1	2,3%	-1 227,40	0,4%	193,9	-0,1%
6400	Charges diverses	-638,2	0,2%	-128,5	0,1%	-1 516,5	0,5%
	Charges exploitation	-260 368,3	92,6%	-270 765,10	97,8%	-272 156	93,3%
	Résultat exploitation	-3 287,5		-4 150,90		+796,2	

Actionnariats

En février 2007, la RTBF a repris la participation détenue par UGC (49 %) dans la régie publicitaire **RMB**. UGC et la RTBF ont, en effet, estimé que depuis la cession par RMB en 2002 de l'activité régie média, la présence d'UGC au sein du capital RMB n'avait plus de raison stratégique.

UGC ne souhaitant pas précipiter ce retrait, celui-ci s'est concrétisé en 2007, au moment où RMB confirmait son redressement en affichant sa bonne santé financière.

La reprise par la RTBF de la participation d'UGC dans RMB permet à la radio-télévision publique de maîtriser totalement le développement de sa régie et ce dans une perspective plurimédia.

La stratégie de RMB reste dès lors,

et plus que jamais, de consolider sa position en offrant des services de régie à divers acteurs du marché. Ainsi, en télévision, en plus des espaces des chaînes RTBF, RMB commercialise avec succès les plages en clair de Be TV, la chaîne musicale MCM et les chaînes pour enfants de Nickelodeon, tant au Nord qu'au Sud du pays. En radio, NRJ et Ciel Radio constituent, aux côtés des cinq chaînes de la RTBF, le portefeuille de la régie. Enfin, les titres de *La Ligue des Familles* et les mensuels *Ma Santé* et *PME-KMO* constituent l'ossature de son portefeuille «presse».

L'année 2007 aura aussi été marquée par la création du studio d'animation et de graphisme **DreamWall**, en partenariat avec Dupuis (voir page 19).

La mise en place de DreamWall a permis de rapatrier de France ou d'Asie des pans importants de la production de séries d'animation. En créant DreamWall, la RTBF joue pleinement son rôle de vecteur de la création et de moteur économique puisque Marcinelle rapatrie ainsi des tâches qu'elle externalisait auparavant à l'extérieur de nos frontières, en Europe et en Asie.

En juin 2007, la filiale **Casa Kafka Pictures** a connu une augmentation de son capital et revu sa répartition des parts. La RTBF y est toujours majoritaire mais à 68,15%.

Au 31.12.2007, les différents actionnariats de la RTBF se répartissent donc comme suit :



La **Régie Média Belge SA** a pour objet social la commercialisation d'espaces publicitaires par voie de télévision, radio, presse écrite, cinéma et affichage et de tout autre moyen dont elle pourrait acquérir la régie.

Casa Kafka Pictures SA crée des passerelles entre les producteurs et les investisseurs et joue un rôle actif dans les différentes étapes du Tax Shelter, mesure d'incitation fiscale à l'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles belges. La société travaille en étroite collaboration avec la production audiovisuelle indépendante. Son catalogue d'œuvres est diversifié, en constante évolution, et donne accès à tous types de productions, de budgets, de sujets et de publics.

Née d'un partenariat avec Dupuis, la société **DreamWall** est active dans les domaines de l'infographie, du graphisme et de l'animation audiovisuelle. Elle met en couleurs, crée des images animées en 2D et en 3D, des effets spéciaux et autres images de synthèse pour de nombreuses productions belges et internationales.

FERI, SA Financière d'Entreprise et de Rénovation Immobilière, a été conçue pour permettre le financement de la nouvelle infrastructure liégeoise, la rénovation des bâtiments à Charleroi et l'adaptation du site de Mons.

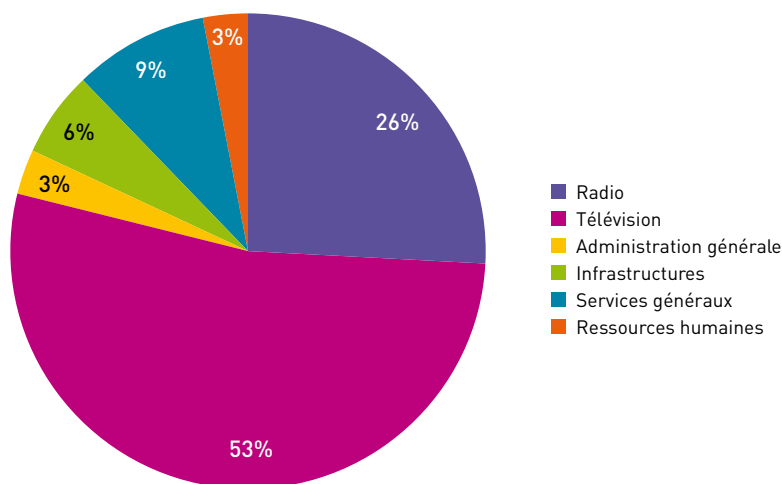
FREY, SA Financière Reyers (FREY), vise à assurer le renouveau des infrastructures bruxelloises de la RTBF.

Selon les accords conclus avec Satellimages-TV5 **Monde**, la RTBF met à disposition des émissions ou extraits d'émissions francophones, aux fins d'une diffusion par satellite.

Le **Groupe EURONEWS et la RTBF** pratiquent ensemble des échanges réguliers d'informations. Dans ce cadre, des séquences du JT belge sont reprises dans des émissions et magazines d'EURONEWS. La RTBF quant à elle diffuse le magazine EURONEWS chaque jour sur La Une.

Ressources humaines

Répartition, par direction,
de l'effectif de la RTBF (2007)



Evolution des effectifs

	ETP présents (équivalents temps plein)
Au 01.01.2004	2 363,21
Au 01.01.2005	2 213,07
Au 01.01.2006	2 242,29
Au 01.01.2007	2 225,26

Organigramme 2007

Depuis 1997, la RTBF est une entreprise publique autonome à caractère culturel. Elle est régie par un contrat de gestion conclu avec la Communauté française et renouvelé tous les 5 ans.

La RTBF est gérée par un **Conseil d'administration**. Les 13 membres

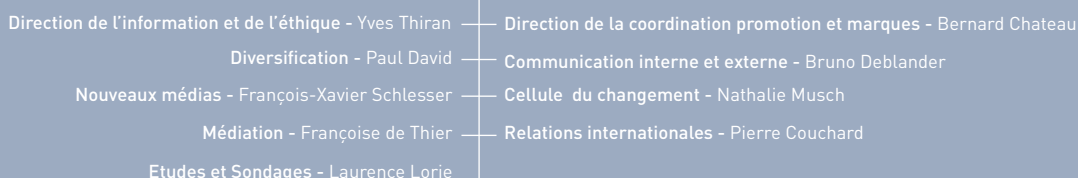
qui le composent sont élus par le parlement de la Communauté française, pour la durée de la législature et sur base de la représentation proportionnelle des groupes politiques reconnus. Le CA a le pouvoir d'accomplir tous les actes politiques et budgétaires nécessaires ou utiles à l'entreprise. Son Président, ses Vice-présidents ainsi que l'Administrateur général, composent le **Comité perma-**

nent notamment chargé d'instruire les dossiers à présenter au CA et d'assurer les missions que lui délègue ce dernier. **L'Administrateur général** est désigné par le gouvernement de la Communauté française pour six ans. Son rôle est de gérer et élaborer des plans d'avenir, de les soumettre au CA puis de les faire réaliser.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

ADMINISTRATION GÉNÉRALE

Jean-Paul Philippot



DIRECTION GÉNÉRALE DE LA TÉLÉVISION

DIRECTION DES ANTENNES TV
Yves Bigot

DIRECTION DE LA PRODUCTION TV
Cécile Gonfroid

DIRECTION GÉNÉRALE DE LA RADIO ET DES PARTENARIATS RADIO-TV
Francis Goffin

DIRECTION GÉNÉRALE DES INFRASTRUCTURES
Franco Fantuzzi

DIRECTION GÉNÉRALE DES RESSOURCES HUMAINES
Mamine Pirotte

DIRECTION GÉNÉRALE DES SERVICES GÉNÉRAUX

Programmation
Emmanuel Tourpe

Programmes
Eric Poivre

Info radio
Dominique D'Olne

Production radio
André Max

DIRECTION DES FACILITÉS
Emmanuel Robben

DIRECTION JURIDIQUE
Simon-Pierre de Coster

DIRECTION DES FINANCES
Etienne Wéry

RTBF-Sat
Jean-Frédéric Laignoux

Arte Belgique
Carine Bratslavsky

La Première
Jean-Pierre Hautier

VivaCité
Eric Gilson

Musiq'3
Bernard Meillat

Pure FM
Rudy Léonet

Classic 21
Marc Ysaye

RTBF international
Philippe Caufriez

(Co)production Fictions
Arlette Zylberberg

Achats Documentaires
Claire Colart

Achats Fictions
Valérie Lardinois

Unité de programmes Divertissements-Scènes
Jean-Michel Germys

Unité de programmes Documentaires-Magazines-Jeunesse
Daniel Brouyère

Unité de programmes Info-Sports
Benoît Balon-Perin

Composition du CA en 2007 :

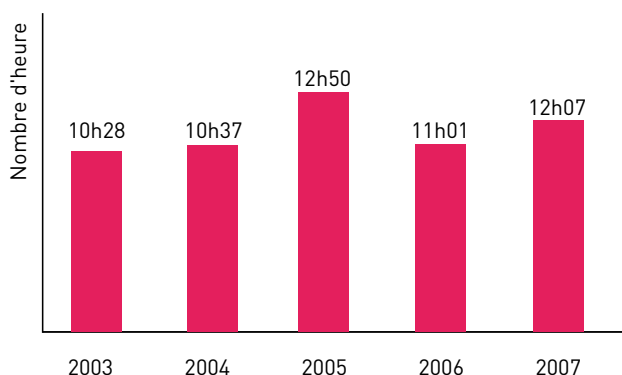
- Jean-François Raskin, Président
- Jean-Pascal Labille
- André Mordant
- Philippe Reynaert
- Daniel Soudant
- Marc Weber
- Bernadette Wynants, Observatrice
- Alain Brohez
- Jean Leblon, Commissaire du Gouvernement
- Henry Ingberg, Commissaire du Gouvernement (jusqu'au 14/10/2007)
- Clarisse Albert, Vice-présidente
- Frédéric Delcor, Vice-président
- Jean Hilgers
- Pot Jacquemart
- Julie Leprince
- Marc Janssen (jusqu'au 26/10/2007)

Production et coproduction

En télévision

Au cours de l'année 2007, la RTBF a diffusé sur La Une et La Deux, en moyenne quotidienne hors rediffusions et boucles, **12h07 de programmes en production propre ou coproduction**, ce qui constitue une nette augmentation par rapport à l'année 2006.

Production propre et co-production en première diffusion TV sur La Une et La Deux (Moyenne journalière)



En radio

La production propre et les coproductions radio représentent, en 2007, pour les cinq chaînes radio de la RTBF, **90 % des programmes en première diffusion**.

Coproduction

Depuis 1986, la RTBF participe activement à la création audiovisuelle en coproduisant des fictions cinématographiques, télévisuelles et documentaires.

La politique de la RTBF demeure depuis plus de trente ans une aide à la mise en production de premiers longs-métrages, un soutien aux réalisateurs confirmés et une aide aux sociétés de production pour leur permettre d'asseoir leur stratégie à long terme (films minoritaires en vue de réciprocité).

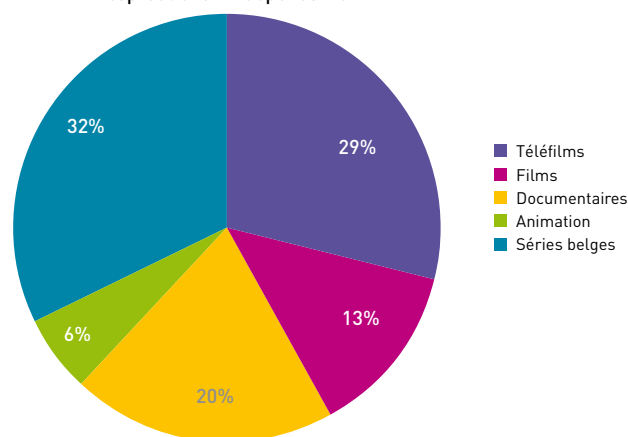
Chaque année et simultanément, le département cinéma traite 80 à 100 scénarios. **Huit à dix films** sont en moyenne ainsi coproduits. La plupart sont présents et très souvent primés dans les festivals et manifestations majeurs (voir pages 21 et 22).

La politique de coproduction des fictions télévisuelles repose sur un partenariat avec les producteurs indépendants

et les chaînes étrangères, essentiellement françaises. Les choix se nouent sur base des scénarios, ce qui permet d'aider et de suivre les projets en amont. Parmi la sélection, une attention particulière est portée aux projets de scénaristes belges initiés par des producteurs belges. La RTBF coproduit **une cinquantaine de téléfilms** ou épisodes de séries par an.

Société, histoire, sciences, musique ou exploration... sont autant de thématiques documentaires dans lesquelles la RTBF investit. Au-delà de l'apport financier, les archives, riches et nombreuses de la RTBF sont, dans certains cas, mises à la disposition d'une coproduction documentaire. Le dernier contrat de gestion 2007-2011 a augmenté de façon substantielle et progressive l'enveloppe budgétaire des coproductions, renforçant de la sorte ce soutien aux producteurs audiovisuels indépendants. En 2007, la RTBF a ainsi injecté 5.133.839 euros à la production indépendante (sa participation obligatoire s'élève à 5.104.934 soit 3,1%).

Répartition du budget affecté à la coproduction indépendante



Audiences 2007

Télévision

Durant l'année 2007, les chaînes de la RTBF ont progressé de près de deux points d'audience. L'essor est d'autant plus spectaculaire qu'elles évoluent dans un univers où toutes les chaînes généralistes, et publiques en particulier, sont en recul.

Evolution entre les périodes	du 11.09.05 – 21.06.2006	au 11.09.06 – 21.06.07	
La Une	14,49	14,92	+ 0,43 %
La Deux	3,14	4,55	+ 1,41 %

L'information notamment a progressé. Le JT de 13h enregistre une hausse de +0,7 %, **Au quotidien** de +0,8%, **Le JT de 19h30** de +0,5% et **Le 12 minutes** de +1,1%. Les émissions culturelles sont également en progression, avec une hausse moyenne de près de 1 %.

Radio

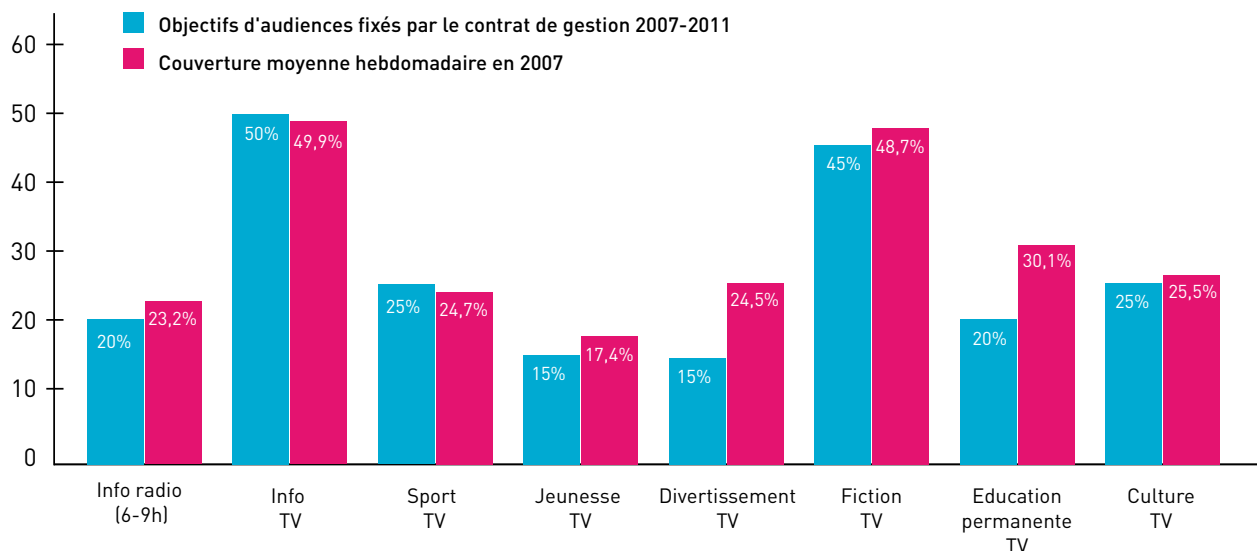
Les résultats des vagues 13 et 14 du CIM portent sur l'année 2007. Ceux-ci sont majoritairement en hausse par rapport à l'année 2006.

Tableaux de bord

Le contrat de gestion 2007-2011 a prévu d'évaluer les activités de la RTBF en matière de consommation. Cette évaluation est synonyme d'objectifs d'audience fixés à la radio-télévision publique :

- En 2007, 99,5 % de la population 4 + ont regardé la télévision pendant 15 minutes au moins, soit 65 % chaque jour. La RTBF a cumulé 96,6 % de téléspectateurs pendant quinze minutes au moins et 35,4 % chaque jour, avec respectivement 95,6 % et 29,7 % pour La Une et 93,4 % et 12,5 % pour La Deux.
- En 2007, 87,7 % de la population 12+ ont écouté la radio pendant 10 minutes au moins chaque semaine et 75 % chaque jour. La RTBF cumulait 42,7 % d'auditeurs pendant dix minutes au moins et 28,7 % chaque jour.
- L'indicateur de référence est la couverture (aussi appelée reach). Elle définit le nombre d'individus différents qui, en télévision, ont regardé un programme pendant 15 minutes. Si la durée du programme est inférieure à ce seuil, celui-ci est alors considéré dans son entièreté. En radio, le seuil est de 10 minutes par quart d'heure.
- Sept genres de programmes sont considérés : l'information (en radio et en télévision), la culture, l'éducation permanente, la fiction, le divertissement, le sport et les programmes à destination des enfants (le public visé étant, dans ce cas, celui des 4-12 ans).

PDM / SHARE	Vague 14	Vague 13	Evolution
La Première	6,3	6,5	-2%
VivaCité	11,5	10	+15%
Classic 21	5,6	4,7	+18%
Pure FM	2,8	1,3	+116%
Musiq'3	2,4	2,1	+14%
Total RTBF	28,6	24,6	+16%



Ces indicateurs quantitatifs sont appelés à être complétés par un baromètre qualitatif mesurant annuellement l'appréciation des activités de la chaîne publique.

Publicité

La RTBF respecte les dispositions légales en matière d'émissions publicitaires.

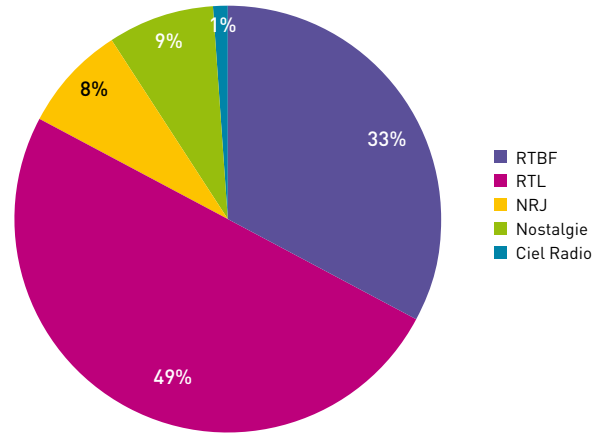
Le temps de transmission consacré aux écrans publicitaires à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne dépasse par exemple pas 12 minutes. Les écrans publicitaires et de parrainage sont par ailleurs inexistantes durant les cinq minutes qui précèdent et qui suivent une émission spécifiquement destinée aux enfants.

Le montant des recettes commerciales générées par la RTBF, plafonné à 30% maximum* de ses recettes globales, est de 56 millions 678 euros en 2007 (soit 18,6 % de ses recettes).

Avec des charges de l'ordre de 270 millions d'euros et une dotation de 186 millions d'euros, la RTBF serait incapable de remplir ses missions sans apport publicitaire. Cette nécessité est à mettre en regard du paysage audiovisuel belge qui est l'un des plus concurrentiels d'Europe.

* Pour rappel, le contrat de gestion 2007-2011 a prévu l'augmentation progressive du plafond publicitaire à 30% (27% en 2007, 28 en 2008 etc.), hors nouveaux médias (pour lesquels aucun plafond n'est prévu). Voir page 12.

Marché publicitaire radio en 2007



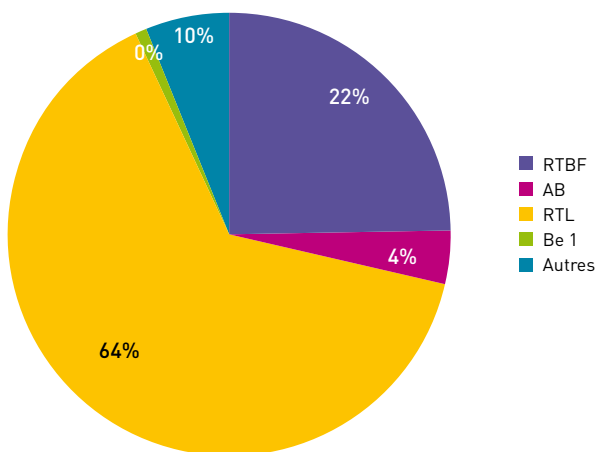
Médiation

Depuis le 30 novembre 2007, le service des relations avec le public de la RTBF (Médiation) fonctionne avec une nouvelle application de traitement des messages et courrier(l)s qui lui sont adressés. Basée sur un puissant moteur de recherche qui mène les correspondants vers les différentes pages du site RTBF où ils devraient trouver réponse à leurs questions, cette application réduit considérablement le trafic des demandes d'information auxquelles le service avait précédemment à faire face. Avec comme conséquence de réduire le pourcentage de plaintes dont une partie était générée par les recherches infructueuses !

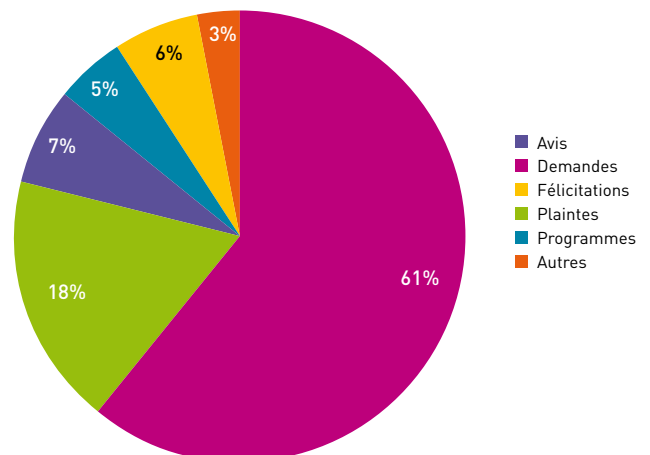
En télévision

En 2007, la Médiation de la RTBF a reçu **15.333 courrier(l)s**. La télévision représente à elle seule 72% de ceux-ci. La radio a généré 13,53% des contacts tandis que la RTBF en tant qu'institution a suscité 11,64% des réactions.

Marché publicitaire TV en 2007



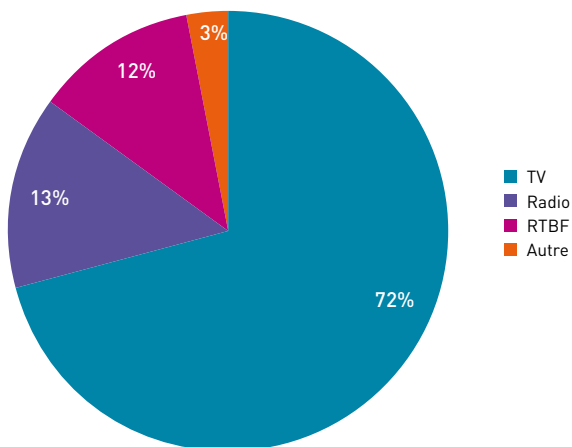
Les réactions en 2007 (par genre)



Les demandes (61%) représentent la plus grande part des courriels reçus. Viennent ensuite les plaintes (18%), les avis personnels, principalement à propos de l'actualité (7%), les suggestions à propos des programmes (5%) et les félicitations (6%).

Le contenu des programmes et la programmation constituent la majorité des demandes, tant en radio qu'en télévision.

Répartition des courriel(s) reçus en 2007



L'information suscite de nombreuses réactions, principalement des commentaires ou suggestions quant à la manière de traiter et de hiérarchiser l'information dans les journaux télévisés. On y trouve également des suggestions de thèmes à traiter, au départ d'analyses ou d'expériences personnelles de téléspectateurs. 7% des courriel(s) reçus en 2007 comprennent des avis et opinions émis à propos de l'actualité.

Le JT, programme le plus exposé de la grille TV, rassemble à lui seul plus de 10% des réactions de téléspectateurs. Les plaintes (contenu, hiérarchie) représentent 35% de celles-ci, les demandes (références, adresses) 30%, les suggestions (thèmes, sujets) 20%, les félicitations 6% et les avis personnels 10%.

Les présentatrices et présentateurs du journal télévisé, de la météo, des émissions sportives et des principales émissions de la RTBF (magazines, divertissement, culture) continuent de susciter intérêt, félicitations ou critiques plus ou moins vives (4%). L'enthousiasme, les félicitations comme les critiques portent d'abord sur des critères comme le look général (tenue, vêtements, coiffure), la manière de présenter (diction, empathie, humour), et dans une moindre mesure, sur le contenu des présentations.

Les demandes de copies d'émissions (cassettes) sont en nette diminution depuis la mise en place du podcasting (programmes téléchargeables pendant une semaine) et de la radio à la demande (ré-écoute pendant un mois).

Le site Internet (3%) donne très largement satisfaction, mais génère néanmoins quelques plaintes lorsque l'on connaît des interruptions du service (radios en ligne, JT en vidéo). Les demandes de téléchargement de programmes se font aussi plus fréquentes.

Les réactions par rapport aux émetteurs (3% des courriel(s) traités) comprennent essentiellement pour 2007 des demandes d'information concernant la TNT : demandes quant à la date de lancement et demandes d'information relatives au matériel nécessaire et à la manière de l'installer dès le lancement officiel, fin novembre 2007.

Pour le reste, les réactions des téléspectateurs se répartissent plus ponctuellement entre les éditions (catalogue, accès à la Boutique sur Internet) et la publicité (critiques sur sa présence, mais aussi demandes de copies, de références musicales).



Collaborations, promotion et contribution

Ouverte sur l'Europe et le monde, la RTBF collabore avec d'autres **télévisions et radios, francophones et français particulièrement**. Elle est membre actif de l'Union Européenne de Radiodiffusion (UER), du Conseil international des Radios Télévisions d'Expression Française (CIRTEF), des Radios Publiques Francophones (RFP) et de la Communauté des Télévisions francophones (CTF). Ces collaborations se concrétisent par des échanges de programmes (captations d'événements sportifs, cultes, concerts) ou des coproductions d'émissions, comme **Reflets Sud**.

Sur le plan national, la RTBF collabore avec les **télévisions locales et communautaires** : échange d'images, de reportages et de programmes, coproduction...

La collaboration avec **Arte, EURONEWS et TV5 Monde** s'est concrétisée en 2007 par l'échange de plus d'un million d'émissions de la RTBF ; ainsi diffusées à travers le monde.

Les journaux de la RTBF évoquent régulièrement - particulièrement en radio - avec les revues de presse quotidiennes - les différents titres nationaux et régionaux de **presse écrite**. L'ensemble des radios pratiquent régulièrement et pour plusieurs émissions de nombreux échanges rédactionnels. Les chaînes radio et TV organisent par ailleurs des échanges publicitaires avec les principaux groupes de presse de la Communauté française, en presse magazine, et avec tous les groupes de presse quotidienne.

En 2006, le montant versé par la RTBF au Fonds de développement de la presse écrite s'est élevé à 2.108.210 euros.

En **cinéma**, des partenariats multichaînes sont conclus (avant-premières...) avec la plupart des festivals et manifestations.

La RTBF collabore également avec la **communauté éducative** : annonces de programmes susceptibles d'intéresser les enseignants sur le site dédié du service de l'enseignement du Ministère de la Communauté française ; fourniture d'archive de programmes à vocation pédagogique.

En **matière culturelle**, l'organisation d'une interface culturelle entre la RTBF et les acteurs du secteur de la culture a été amorcée en 2007. Dans ce contexte, RTBF et acteurs culturels doivent pouvoir exprimer de la même manière leurs attentes et besoins, la RTBF plus particulièrement par rapport aux missions qui lui sont confiées.

La relation se concrétisera à travers un organe de base composé d'un noyau restreint de membres permanents désignés par l'administration de la Communauté française - Directions générales de la Culture et de l'Audiovisuel -, de Carine Bratzlavsky, la personne en charge de la concertation culturelle à la RTBF et d'observateurs issus du cabinet du (des) Ministre(s) ayant la Culture et l'Audiovisuel dans ses (leurs) attributions.

D'ores et déjà, les thématiques du soutien à la création, des rapports entre culture et enseignement, de la mise en valeur du patrimoine de la Communauté française pourraient être abordées.

Enfin, la RTBF a versé en date du 22 avril 2008 un montant de 265.995,45 euros au **Fonds d'Aide à la Création radio-phonique** pour l'année 2007.

**RTBF,
Radio-télévision Belge de la communauté française**

Bd Auguste Reyers, 52
1044 Bruxelles
02/737 21 11
www.rtbf.be

• RTBF Bruxelles
Boulevard Auguste Reyers, 52
1044 Bruxelles
02/737 21 11

• RTBF Liège
Palais des Congrès, esplanade de l'Europe
4020 Liège 2
et
Rue du Parc, 27-31
4020 Liège 2
04/344 73 11

• RTBF Mons
Esplanade Anne-Charlotte de Lorraine
7000 Mons
065/32 71 11

• RTBF Charleroi
Passage de la Bourse, 22
6000 Charleroi
et
Boulevard Tirou, 20
6000 Charleroi
071/20 92 11

• RTBF Namur
Avenue Golenvaux, 8
5000 Namur
081/25 98 11

• RTBF Luxembourg
Parc des Expositions, 3
6700 Arlon
063/22 52 26

• RTBF Wavre
Rue Florimont Letroye, 14
1300 Wavre
010/24 46 08

• RTBF Verviers
Rue de Verviers, 203
4821 Andrimont
087/31 71 65

• Centre PEREX (Info-traffic)
Rue Del'Grete, 22
5020 Daussoulx
081/21 95 92

RTBF, rapport annuel 2007

Editeur responsable : Bruno Deblander

Coordination : Louise Monaux

Rédaction : Louise Monaux et Françoise De Thier

Crédits photographiques : Cassandre Sturbois - Cazou asbl, Michel Leroy

Graphisme et mise en page : Service graphique DCPM RTBF, Muriel Vandevoorde