Rapport Annuel 2013

rtbf.be

Rapport Annuel 2013

rtbf.be

Sommaire

00

Introduction

4 Mot de l'Administrateur général
5 Mot de la présidente du Conseil d'administration
6 Événements marquants 2013

01

LA RTBF

12 La charte des valeurs
14 Le projet d'entreprise
18 La responsabilité sociétale
24 La RTBF Academy

02

Présentation de l'offre

28 L'offre universelle
36 L'information
42 Les sports
46 La culture
54 La musique
58 Les documentaires
62 La fiction
66 L'éducation permanente
68 La jeunesse
72 Les magazines
76 Le divertissement

03

Production propre et soutien à la production indépendante

82 Les coproductions et la production indépendante

04

Accessibilité des programmes

90

05

Médiation

92

06

RTBF au centre du paysage médiatique

96 Les collaborations avec le cinéma
97 Les collaborations internationales
98 Les collaborations avec les télévisions locales et communautaires

07

Audiences

102 Audiences Télévision
103 Audiences Radio
104 Audiences Web
106 Audiences Tableau de bord
107 Audiences de la tranche Info des radios généralistes

08

Ressources humaines

110

09

Performances financières

116 Introduction
122 Focus sur les résultats financiers
134 Comptes annuels
164 Coût net de la mission de service public

10

Filiales

170

Jean-Paul Philippot

Administrateur général
de la RTBF

On air !

Cinq lettres, celles qui font battre le cœur de tous les acteurs de l'audiovisuel, suffisent pour donner le ton de l'exercice 2013 de notre Entreprise. Elle propose ses contenus sur tous les supports, sept jours sur sept, 24h sur 24, en lien avec l'ensemble des citoyens.

En 2013, le virage numérique a laissé la place à une longue ligne droite parsemée de croisements où tous nos médias peuvent prendre des chemins de traverse pour se rejoindre, se compléter et enrichir leurs contenus au service de la diversité de leurs publics, où qu'ils se trouvent.

Le contrat de gestion, signé fin 2012 par la RTBF et son autorité de tutelle, la Fédération Wallonie-Bruxelles, est entré en vigueur le premier janvier pour baliser la route du service public de l'audiovisuel autour de quatre valeurs qui consacrent son indépendance en assurant son autonomie et sa responsabilité sociétale de façon pérenne pour les cinq années à venir.

L'audace, l'innovation, la proximité et l'excellence sont les valeurs qui nous différencient et animent collégialement l'ensemble des collaborateurs de l'Entreprise guidés par son plan stratégique.

Les réseaux sociaux se sont imposés dans le dialogue permanent entre les citoyens et leurs médias publics. La technologie a généré des liens qu'on ne soupçonnait pas il y a quelques années. Et cela ne fait que commencer. Tout est mis en place pour relever les défis qui s'annoncent. La mobilité, l'adaptabilité, la participation et la réactivité sont l'essence de nos activités où l'offre se démultiplie trop souvent de façon monochrome.

De l'info, où le décryptage, l'analyse et l'investigation s'imposent pour aller au-delà des faits bruts de l'événement, au divertissement où des talents sortent de l'anonymat, en passant par la fiction et l'animation ou la culture dans l'ensemble de ses déclinaisons : tous les chemins que nous empruntons sont ceux de la proximité et, par vocation, de la cohésion sociale. Ensemble et proches, tout en refusant le repli identitaire et en revendiquant l'ouverture et la diversité.

La créativité est la marque de notre communauté et nous ne sommes pas peu fiers d'en être un des moteurs. Telle reste notre ambition !

Jean-Paul Philippot

Bernadette Wynants

Présidente du Conseil
d'administration

360°, la transversalité

Dans le quatrième contrat de gestion conclu avec la Fédération Wallonie-Bruxelles pour les années 2013 à 2017, la RTBF réaffirme son attachement à tous les publics de Wallonie et de Bruxelles, quel que soit leur âge, leur culture, leur milieu, leur mode de consommation des médias. C'est pourquoi l'offre de la RTBF s'épanouit et se décline à présent en une multitude de plateformes et supports médiatiques, selon une logique à 360 degrés, transversale et interactive. La RTBF informe les publics chaque jour en mettant en œuvre cette logique. Avec ses déclinaisons en télévision, en radio, sur le web et les réseaux sociaux, sur les supports fixes et mobiles, The Voice a aussi contribué à jeter les bases de cette nouvelle approche, comme les opérations Cap 48 et Viva for Life, ou encore les documentaires participatifs comme Le Prince charmant.

La transversalité est un défi pour les créateurs de médias. Elle stimule leur créativité, enrichit les contenus, ouvre de nouvelles possibilités d'expression et de dialogue. Ce n'est pas un simple changement technologique ; c'est une nouvelle culture des médias de service public, qui saisissent les nouvelles opportunités de s'adresser à chacun non pas comme un consommateur passif, mais comme un citoyen critique dont la parole est digne d'être entendue.

Bernadette Wynants

Événements marquants 2013

JANVIER

le FIPA d'Or
Valéry Rosier reçoit le FIPA d'Or du meilleur documentaire de création avec « Silence radio ».

FÉVRIER

Game of Thrones
Saison 1.

César
2 coproductions RTBF cinéma lauréates à la cérémonie des César.

Les Magritte
12 coproductions RTBF récompensées aux Magritte du cinéma belge.

MARS

La Première
Corinne Boulangier nouvelle directrice de La Première.

Prix Première 2013
décerné à Hoai Huong Nguyen pour son premier roman « L'Ombre Douce ».

AVRIL

MAI

The Voice
David Madi remporte la saison 2 de « The Voice ».

JUIN

Prix Musiq'3
Mateusz Borowiak remporte le Prix Musiq'3 du Concours Reine Elisabeth de piano 2013.

CAP48
Une équipe de CAP48 à l'assaut du Mont Blanc.

Le Beau vélo de Ravel
fête ses 15 ans.

Festival Musiq'3 à Flagey le 28-29 et 30 juin

L'habitude est bel et bien prise. Le dernier week-end de juin est désormais consacré au Festival Musiq'3 qui fait résonner Flagey et ses alentours de sons divers et variés. Sur le thème de l'amour, cette troisième édition a débouché sur de multiples rendez-vous, en lien avec cette envie de faire découvrir la musique classique à tous les publics. Et quand les œuvres de Gershwin, Bach ou Samuel Barber croisent celles de Nino Rota ou.... Elvis Presley, l'audace est sans fausse note.

Musique
Méga-concert live de Stromae, Saule, Suarez et Puggy pour la fête de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Francofolies
20 ans de Francofolies de Spa illustrés par 4 CD (RTBF).

Royauté
Abdication du Roi Albert II et prestation de serment du Roi Philippe.

JUILLET

Lancement du Fonds et de l'appel à projets séries belges le 3 juillet 2013

Cet été, la RTBF en collaboration avec la Fédération Wallonie-Bruxelles a lancé un Fonds de soutien aux séries belges avec l'objectif de développer une offre diversifiée de fictions ancrées en Wallonie et à Bruxelles, à diffuser sur les antennes de la télévision publique. Plus de 140 projets ont ainsi été déposés. Parmi ceux-ci, dix projets ont été retenus en novembre. L'ambition est de proposer aux téléspectateurs belges francophones, fin 2014, début 2015, une offre récurrente de fiction de chez nous.

AOÛT

Nouveauté pour les films et séries
Lancement de la Version Multilingue (VM) pour les films et séries.

SEPTEMBRE

iRTBF
Arrivée des premières applications sur les consoles PS3 et PS4 pour suivre les programmes de la RTBF.

Radio
Lancement de Pure Vision.

Mobilité
Mobilitissimo 2.

OCTOBRE

Apothéose de l'opération CAP48
avec 4,5 millions de dons.

NOVEMBRE

A tort ou à raison
Saison 2.

Comme un chef !
Saison 3.

60 ans de la télévision
fêtés par la RTBF et la SONUMA.

Radio
Le DG des radios, Francis Goffin, est élu au comité de direction du WorldDMB (forum mondial de la radio numérique terrestre).

DÉCEMBRE

Série
Saison 2 de Typique.

Exposition
Ouverture de l'exposition « 100 ans de radio en Belgique ».

DGTE
Cécile Gonfroid, couronnée CIO de l'année en Belgique par le magazine Data News.

Formation
Lancement de la RTBF Academy.

14-18 : Apocalypse en Belgique 11 novembre 2013

En prélude à la commémoration du centième anniversaire du déclenchement de la première guerre mondiale, les éditions RTBF-Racine ont poursuivi le travail de mémoire entamé, voici quatre ans, autour de 40-45. Sous le titre « 14-18, Apocalypse en Belgique, récits patriotes », Louise Monaux et Bruno Deblander ont rassemblé les témoignages de Belges, civils, militaires, hommes, femmes ou enfants, emportés dans le tourbillon de ce conflit. L'ouvrage a constitué le prélude à l'important dispositif mis en place par la RTBF autour de 14-18.

VIVA FOR LIFE 17 - 23 décembre

Peu avant Noël, trois animateurs de la RTBF- Sara de Paduwa, Sébastien Nollevaux et Raphaël Scaini- mettent le cap sur Liège et s'enferment dans un studio de verre. Ils vont y rester six jours et six nuits sans manger avec l'ambition de sensibiliser le public belge francophone à la cause des 40.000 bébés vivant, à Bruxelles et en Wallonie, sous le seuil de la pauvreté. L'appel sera entendu puisqu'ils récolteront plus d'1,2 million pour une cause jusque que là souvent ignorée du public.

01

La RTBF

La charte des valeurs

Les piliers du projet **d'entreprise**

La RTBF a pour ambition d'être un cadre de référence pour chaque citoyen de Wallonie et de Bruxelles. Elle appartient donc à tous les publics et est un carrefour, un espace de dialogue et d'écoute dans le débat démocratique où les différences et les cultures multiples sont sources d'inspiration à la citoyenneté. La RTBF souhaite également être un pôle de référence, un repère au service de toutes et tous en participant à l'essor et à l'épanouissement des Belges francophones. À cet égard, son engagement se définit autour de deux axes : les missions d'information, de divertissement et d'éducation, d'une part, les besoins et les attentes du public, de l'autre. Forte de ses valeurs d'unicité, d'indépendance, d'impertinence, d'accessibilité, de création de lien social et de dynamisation de la société, la RTBF bâtit ainsi un projet d'entreprise. En 2013, celui-ci s'est assorti d'un nouveau contrat de gestion, d'une relecture du plan stratégique à la lumière de celui-ci, du renforcement de la responsabilité sociétale et environnementale de l'entreprise et, enfin, d'une approche nouvelle de celle-ci en termes de formation, sensibilisation et d'évolution professionnelles de ses collaborateurs.

Ces éléments, inscrits dans le cadre légal ou issus de réflexions ou initiatives internes à l'entreprise, ont comme socle commun la charte des valeurs de la RTBF et sont autant de pierres à l'édifice d'un projet d'entreprise cohérent et pérenne.

Projet d'entreprise

Le contrat de gestion

2013-2017

En 2013, le nouveau contrat de gestion conclu entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF est entré en vigueur pour une durée de cinq ans, soit jusqu'au 31 décembre 2017. La RTBF est une entreprise publique autonome à caractère culturel. Elle peut agir d'initiative et dispose d'une certaine autonomie, régie par ce contrat de gestion. Ce contrat fixe les droits et les missions de service public en termes d'information, de développement culturel, de création audiovisuelle, d'éducation permanente, de divertissement, notamment.

Très concrètement, ce nouveau contrat fait entrer de plain-pied la RTBF dans une dimension digitale et multimédia: Internet et les réseaux sociaux doivent être des médias à part entière. Les contenus s'intègrent dans des plateformes multimédias. Les défis technologiques et éditoriaux, dont l'indépendance est un pilier, sont de taille.

Ce nouveau contrat de gestion renforce aussi les valeurs et les missions de service public en termes de diffusion de programmes d'éducation permanente et de médiation avec le public (nombre fixe d'émissions de ce type à des heures de grande écoute).

Côté programmation, elle sera davantage ancrée dans les réalités économiques, sociales et culturelles de la Wallonie et de Bruxelles. Le contrat prévoit aussi l'intervention de la RTBF dans la production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires.

Le nouveau contrat apporte d'autres nouveautés, relatives notamment à des mesures d'accessibilité en faveur des malvoyants et plus uniquement des malentendants. Il définit aussi de nouvelles exigences en termes de partenariats avec la presse écrite, avec notamment la création d'un fonds de soutien aux médias d'information alimenté par la publicité générée par les contenus écrits du site d'information rtbf.be.

En termes de communication commerciale, des mesures plus restrictives sont imposées comme par exemple des conditions plus strictes pour le placement de produit, l'interdiction de la publicité et du parrainage des programmes pour enfants en VOD (Video On Demand). D'autres mesures apparaissent plus permissives comme un assouplissement des conditions d'insertion des annonces de parrainage ou la prolongation de la mesure d'exception permettant à la RTBF d'insérer des coupures commerciales dans les fictions cinématographiques. L'accord consacre par ailleurs le principe d'une troisième chaîne sans publicité.

Concernant le volet financier, 1,5 million d'euros supplémentaire a été accordé à la RTBF en 2013. Ce dernier apport de la Fédération grimpera à terme à 8 millions d'euros, la RTBF s'engageant à réaliser 28 millions d'euros d'économies structurelles sur la période du contrat de gestion.

Le plan stratégique

360°

SES DÉFIS

La RTBF les relève dans un environnement médiatique qui bouge en permanence. Ces évolutions technologiques ne laissent aucun répit, plus que dans tout autre domaine. Le traditionnel espace audiovisuel est désormais supplanté par des plateformes de communication à 360 degrés. La notion restrictive de support web fait place elle-même à une notion de « digital », tant les technologies ont fait évoluer les supports, les ont sophistiqués, multipliés, transformés. La RTBF n'est plus seulement, loin de là, un média du son et de l'image. C'est un média complet, qui se donne les moyens de construire une offre équilibrée, pour tous les publics, sur TOUS les supports, en assumant une diversification intelligente.

SES OFFRES

La RTBF les conçoit dans un contexte législatif du contrat de gestion 2013-2017. Son ambition, elle la décline au service de tous les publics, en cultivant audace et innovation, en réaffirmant sa proximité. Ses offres s'inscrivent dans un projet où la qualité éditoriale, l'innovation, l'indépendance, l'excellence et la crédibilité sont au cœur du dispositif. Un positionnement et des ambitions qui font de la RTBF un acteur majeur qui contribue au renforcement de notre Fédération Wallonie-Bruxelles. La vision stratégique à l'horizon 2016 prend appui sur trois réalités : un média moderne et complet ; une télévision pour toutes et tous ; une entreprise responsable, indépendante et pérenne.

UN MÉDIA MODERNE ET COMPLET

L'enjeu est de taille. Pour remplir ce rôle, le positionnement éditorial s'articule autour des axes suivants : développement, support, accompagnement, diversité, ouverture. Pour réussir, la RTBF cultive un regard indépendant. Elle se veut par ailleurs créatrice d'événements tout en assurant une présence sur une diversité de supports. Son dispositif tient compte de la complémentarité des médias dans le cadre d'une relation rénovée avec ses publics.

UNE TÉLÉVISION POUR TOUTES ET TOUS

L'offre de contenus est en rapport avec les attentes spécifiques de chaque tranche d'âge, ouverte sur la diversité, attentive aux proximités spécifiques. C'est une offre qui renforce la fierté d'appartenance et la confiance en soi. Pour y parvenir, la RTBF fait évoluer cette offre notamment en augmentant les contenus locaux, en prenant bien en compte la diversité culturelle, en portant un regard sur l'économie et la finance, en s'assurant d'une déclinaison de la vie quotidienne en diverses thématiques et en développant la fiction populaire.

UNE ENTREPRISE RESPONSABLE, INDÉPENDANTE ET PÉRENNE

La RTBF s'engage à mettre en contact le plus grand nombre avec ses contenus, à maîtriser le coût de grille, à adapter ses outils technologiques, à gérer et développer ses talents, à définir les activités porteuses de

valeur ajoutée, à valoriser ses capacités, à intégrer la dimension environnementale dans ses activités, à exécuter le plan d'économies 2013-2017, à développer le campus du site Reyers.

Les initiatives prioritaires

Pour concrétiser sa vision stratégique, la RTBF a défini six domaines d'initiatives majeures : enrichir et positionner l'offre de télévision et de radio ; avoir un positionnement interactif; être un média de proximité ; se diversifier et proposer de nouveaux produits médias. Ambitieux et réaliste à la fois, à la mesure des défis et de leur complexité...

– **Offre télévision.** Avec La Une la chaîne de tous les publics, La Deux la chaîne des styles de vie, La Trois la chaîne de l'enfance, l'éducation, la connaissance, le savoir, la curiosité.

– **Présence sur le web.** La RTBF doit être interactive. Elle doit répondre aux attentes de ses publics, qu'ils soient sédentaires ou nomades. Elle doit être présente sur les réseaux sociaux et développer les applications qui la rendent accessible.

– **L'offre radio** doit assumer sa migration numérique et un enrichissement de l'offre.

– **Proximité.** La RTBF doit répondre aux attentes des communautés locales.

– **Nouveaux services médias,** avec le développement de produits médias et de contenus à destination de tiers.

– **Diversification multiple :** e-commerce, industrie musicale, CD, DVD, téléphonie interactive, édition, licence de marque.

Une nouveauté : un comité **d'audit**

La RTBF a mis sur pied un comité d'audit en 2013. Ce comité a pour mission d'assister et de soutenir le Conseil d'administration dans sa mission de surveillance de la RTBF, dans les quatre domaines suivants : l'information financière, le contrôle interne, l'audit interne et l'audit externe. Ce comité est composé de cinq membres, parmi lesquels quatre administrateurs, membres effectifs du conseil d'administration, et un membre externe.

Les missions et valeurs

Un sens à l'action et à la création

Notre ambition, notre engagement, nos missions et nos valeurs scellent notre fierté de créer, notre envie et notre plaisir de partager, par tous, pour tous et partout.

NOS MISSIONS

En étant un cadre de référence pour chacun, nos métiers d'information ont évolué : les sources sont désormais illimitées. Notre rôle premier est de confirmer et de certifier une information avant de pouvoir l'expliquer puis de la mettre en perspective en plaçant l'investigation au cœur de notre démarche. En identifiant les enjeux qui animent tous les secteurs d'activités, nous donnons les clefs pour comprendre ce qui s'y passe, simplement et clairement. Nous encourageons l'initiative, l'engagement, la participation, l'émancipation et le rapprochement.

Notre rôle en tant que stimulateurs et révélateurs de talents est de divertir en animant notre fierté de créer. Le divertissement est au cœur de nos cultures, de notre vie quotidienne. Il est gage d'épanouissement et de partage d'émotions dans les moments forts.

Dans un monde où les repères fluctuent sans cesse, l'éducation permet de décoder notre environnement. L'éducation participe à l'émancipation de toutes les populations et stimule la créativité. L'accès à la connaissance, à la compréhension des enjeux et à leur analyse critique participe à notre rôle de Service Public dans un débat démocratique animé sur toutes les plateformes des nouvelles technologies numériques.

NOS VALEURS

Les valeurs de la RTBF forment le socle des convictions que nous partageons et auxquelles nous adhérons pour donner un sens à nos actions.

La RTBF est unique. Elle revendique et assume fièrement son statut de service public de l'audiovisuel francophone belge.

La RTBF dynamise la société. Elle permet à chacun de vivre et d'anticiper les changements. Elle permet de se positionner face aux grands courants sociétaux, culturels, économiques et scientifiques. Elle valorise les initiatives et les projets. Elle donne accès au meilleur de l'innovation, des technologies et de la recherche.

La RTBF est accessible. Elle s'adresse clairement à tous les publics en réponse à toutes les formes d'exigences. Elle est réseau de partage de récits. Elle s'enrichit par son offre de contenus. Elle est présente sur toutes les plateformes.

La RTBF est créatrice de liens. Elle relie les communautés, les localités, les individus, leurs talents et leurs initiatives. Elle encourage la participation de tous dans les activités divertissantes, culturelles, sportives, créatives, éducatives, économiques et scientifiques. La RTBF favorise le mieux-vivre ensemble et reflète notre diversité. La RTBF est indépendante. Elle réagit et analyse avec curiosité, intelligence et rigueur. La RTBF est libre de toute influence politique et commerciale et ose l'impertinence.

La responsabilité sociétale et environnementale

Un service public soucieux d'adopter **un comportement citoyen**

43

Actions vertes principales

Répondre aux enjeux du développement durable et intégrer des préoccupations sociales (à l'instar des actions de solidarité menées conjointement avec l'asbl CAP48 – lire par ailleurs) sont assurément des axes majeurs dans la stratégie voulue et mise en œuvre par la RTBF en matière de responsabilité sociétale. Compte tenu de ses compétences, la direction des Facilités est un des fers de lance avec des initiatives dans les domaines relatifs à la performance énergétique des bâtiments, à l'amélioration de la durabilité des services et à la pérennité des produits.
Ces actions s'accomplissent à travers 4 vecteurs d'actions en vue de diminuer l'impact de l'entreprise sur l'environnement, mais aussi de réduire sa facture énergétique.

Des actions dans 4 domaines

- Bâtiment (constructions, rénovations) ;
- Mobilité ;
- Démarches visant l'amélioration du bilan environnemental ;
- Communication, sensibilisation et formation du personnel.

03/2013

Mise à disposition de vélos électriques sur l'ensemble des sites de la RTBF.

Inauguration du parking vélo à Reyers (40 places).

06/2013

Contrat de fourniture d'électricité verte belge pour les sites wallons de la RTBF.

09/2013

Mise en service du captage d'eau souterraine à Reyers pour l'alimentation des tours de refroidissement.

Système de commande en ligne d'articles de bureau durables.

Projet-pilote d'implémentation de véhicules au gaz naturel comprimé (CNG) sur l'ensemble des sites de la RTBF : MOBILITISSIMO 2.

12/2013

Installation de ruches d'abeilles à Reyers et Wavre.

Mise en place d'éco-teams sur l'ensemble des sites de la RTBF.

Après l'électricité, le gaz !

4 000 000

C'est le nombre de kilomètres parcourus par an par les véhicules RTBF, d'où la volonté de tester des solutions de mobilité durable et économique.

La RTBF a testé avec succès une flotte de véhicules électriques en 2012. Sur cette lancée, elle a initié en 2013 Mobilitissimo 2, un nouveau projet-pilote de mobilité verte. Concrètement, entourée de l'expertise de ses partenaires Electrabel, Cofely, Ores et ARGB, la RTBF a testé la pertinence de la motorisation au gaz naturel pour couvrir ses besoins très variés de mobilité : reportages sur le terrain, déplacements entre sites, usages classiques… Le personnel a utilisé pendant six semaines quatorze voitures au gaz naturel comprimé mises à disposition par Opel, Fiat, VW, Iveco, ARGB et Fluxys. Avec à la clé une première en Wallonie : cinq stations de rechargement ont été installées sur les sites de la RTBF à Mons, Charleroi, Rhisnes, Namur et Liège. Une sixième installation se trouve sur le site de Reyers.

Des éco-teams pour favoriser **les comportements environnementaux**

Plusieurs membres du personnel, provenant de tous les sites et de toutes les directions de la RTBF ont participé aux réunions de formation des éco-teams. Ces « volontaires », divisés en dix unités opérationnelles (bureau, studio, parkings et espaces verts, mobilité, restaurant, installations techniques, …) ont été chargés de récolter des données à propos de leur centre de compétence. L'objectif était, après analyse de ces informations, de proposer des solutions pour améliorer les « comportements environnementaux ».

Offrir à la population des fenêtres de solidarité

INTERVIEW

Renaud Tockert

« CAP48 est devenu un projet commun dont on parle toute l'année. C'est très stimulant ; il y a là une véritable émulation qui nous pousse à agir et qui nous porte. C'est l'expression d'une culture qui a évolué : le personnel a l'impression que la réussite est essentiellement conditionnée par l'action du groupe. »

JEAN-PAUL PHILIPPOT, ADMINISTRATEUR GÉNÉRAL DE LA RTBF

—

« On parle souvent du repli sur soi dans notre société, mais je crois que nos auditeurs et téléspectateurs ont vraiment envie de partager, de s'engager, de découvrir des différences, de dire aussi que la solidarité, c'est près de chez soi. »

ADRIEN JOVENEAU, ANIMATEUR-PRODUCTEUR À LA RTBF

—

« Au début, j'avais du mal à aller vers les personnes handicapées. Aujourd'hui, je n'ai plus aucun malaise : cela m'a appris beaucoup de choses. Je suis maintenant très à l'aise pour appréhender des personnes différentes. »

JEAN-LOUIS LAHAYE, PRÉSENTATEUR ET ANIMATEUR DE LA RTBF

—

EN TANT QU'ADMINISTRATEUR DÉLÉGUÉ DE CAP48, VOUS ÊTES INTIMEMENT LIÉ AUX ACTIONS DE LA RTBF EN MATIÈRE DE SOLIDARITÉ. CETTE SENSIBILITÉ ET CETTE OUVERTURE DE LA CHAÎNE PUBLIQUE VERS LES AUTRES, ÇA NE DATE PAS D'HIER !

Effectivement, la RTBF (et même l'INR à l'époque) a été pionnière puisque l'opération 48.81.00 remonte à 1957. C'était la première opération de solidarité humanitaire portée par un média. Nous sommes à la source d'un mariage qui deviendra par après très fréquent entre le témoignage journalistique et l'action solidaire de terrain. D'abord centrée sur les pauvres de Bruxelles, l'action s'est diversifiée au gré des situations d'urgence (séisme à Agadir, inondations à Fréjus, retour précipité des familles belges du Congo, ...) en se centrant sur la récolte d'objets. C'est en 1967 que la RTBF crée une asbl « Opérations de solidarité 48.81.00 » et introduit le handicap et l'aide à la jeunesse parmi ses préoccupations, avec deux missions constantes : informer et mobiliser. Depuis lors, à l'occasion des campagnes de mobilisation, CAP48 et les différents médias de la RTBF éveillent les mentalités, contribuent à une citoyenneté responsable, ouvrent des fenêtres de solidarité. Nous sommes en quelque sorte un vaccin de rappel pour dire : « On doit faire attention à l'autre ! ».

Enfin, grâce à la couverture médiatique importante et récurrente, nous avons fait évoluer significativement et positivement la représentation du handicap dans la société.

LA GRANDE NOUVEAUTÉ EN 2013, CE FUT L'OPÉRATION VIVA FOR LIFE. POURQUOI CE NOUVEAU CONCEPT ?

L'info de la RTBF a lancé ces dernières années, deux grandes opérations importantes sur le thème de la pauvreté : « Hiver 2012 » et « Why Poverty ? ». Cette fois, dans le cadre de Viva for Life, ce sujet s'est imposé naturellement. Avec une priorité : une action en faveur des 0-3 ans et de leur famille, vivant sous le seuil de pauvreté. Soit une famille sur 4 en Wallonie !

Viva for Life a apporté, grâce à son format moderne et innovant, une nouvelle manière de faire passer un message vers un public, qui en majorité ignorait la gravité de la situation. Avec les équipes de la RTBF, et sous la direction de Francis Goffin, le directeur de la radio, nous avons trouvé les mots justes pour un sujet grave. Et le grand public a répondu favorablement à la fois par sa présence, ses témoignages sur antenne, mais aussi par sa très forte générosité. Plus de 1,2 million d'euros ont été récoltés ! Cette opération a été menée par la RTBF en totale transversalité entre les différents médias. Ce qui a donné une puissance et une nuance extraordinaires à l'émission. Associer ainsi un tel professionnalisme, au bénéfice d'une cause tellement grave, ne pouvait que rassembler le public et les partenaires pour donner un beau signal de solidarité en cette fin d'année 2013. Et cette réussite n'a pas empiété sur nos traditionnels rendez-vous

4 500 000

C'est le **montant des dons** récoltés lors de **la soirée CAP48**

« Les plus grands artistes sont venus, parce que c'est CAP48. C'est une priorité pour les maisons de disques. Pour d'autres émissions de variétés, les vedettes sont beaucoup plus difficiles sur les horaires et les répétitions. »

LESLIE CABLE, PRODUCTRICE À L'UNITÉ DIVERTISSEMENT DE LA RTBF

—

EXTRAITS DU LIVRE « CAP48 HISTOIRES DE CŒUR – QUAND BANDE DESSINÉE RIME AVEC SOLIDARITÉ » DE DOMINIQUE MARICQ, PARU AUX ÉDITIONS RACINE EN 2012.

—

de CAP48 avec en point d'orgue la soirée au cours de laquelle le record de dons a une nouvelle fois été battu, avec 4,5 millions d'euros récoltés !

COMMENT VOYEZ-VOUS L'AVENIR ?

Les services rendus sur le terrain sont énormes, grâce aux moyens apportés par CAP 48 et Viva for Life. Les collaborations et les partenariats sont nombreux, solides et durables. Notre réseau de bénévoles, qui compte à ce jour plus de 10.500 personnes est fort actif, rajeuni et bien organisé. La bonne volonté portée par d'excellents résultats qualitatifs et quantitatifs fait en sorte que nous sommes devenus incontournables sur les terrains du handicap. La souplesse de nos financements permet également aux associations de développer des nouvelles pratiques, et de réinventer leur métier. Forts de ces résultats, nous allons poursuivre et renforcer notre position d'acteur de la solidarité. Notre ambition reste la même : donner l'occasion à chaque citoyen, à chaque entreprise d'être solidaire et de contribuer ainsi au bien-être des concitoyens de notre communauté.

Le Mont Blanc, terrain d'exploits **pour une équipe CAP48**

Tous ont prouvé **que c'est avec sa tête que l'on marche,** et pas avec ses jambes

Tenter l'ascension du toit de l'Europe ! Voilà le défi lancé par David Bertrand, journaliste à la RTBF. Des équipes mixtes associant des personnes handicapées mentales, des personnes à mobilité réduite et des personnalités de la RTBF (Delphine Simon, Jonathan Bradfer et Eby Brouzakis) sont ainsi parties à l'assaut du Mont Blanc au profit de CAP48. Thomas de Dorlodot, un des meilleurs parapentistes au monde, a accompagné cette quinzaine d'aventuriers inexpérimentés en haute montagne. Chacun s'est surpassé, chacun a vécu une expérience humaine et sportive inoubliable, chacun a atteint son sommet ! « Tous ont prouvé que c'est avec sa tête que l'on marche, et pas avec ses jambes » a rappelé l'initiateur du projet. « A travers ce projet, notre groupe, comme dopé à la solidarité, a ouvert des portes et montré qu'avec de l'envie et de la volonté, beaucoup de choses sont possibles. » Cette belle aventure a été retracée dans un documentaire diffusé sur la RTBF.

Émotion et talents **pour un record** de générosité

La grande soirée CAP48 a de nouveau atteint des sommets. Un moment magique d'abord, avec l'extraordinaire prestation de Lou Bolland. La solidarité enfin, avec un compteur affichant un montant inégalé.

Plus de 1,2 million d'euros ont été récoltés par Viva for life !

La formation est une priorité **stratégique** pour la RTBF.

RTBF Academy

Un projet stratégique

INTERVIEW
Frédéric Olivier

L'ÉVOLUTION DES MÉTIERS définit les priorités en formation.

LA RTBF ACADEMY A ÉTÉ LANCÉE EN 2013, AVEC OUVERTURE OFFICIELLE DE SES LOCAUX EN NOVEMBRE. FRÉDÉRIC OLIVIER EN EST LE RESPONSABLE. IL S'AGIT D'UNE PRIORITÉ STRATÉGIQUE POUR LA RTBF. EN QUOI CONSISTE CETTE RTBF ACADEMY ?

Désormais, c'est l'évolution de notre métier qui définit les priorités. La formation devient une priorité pour toute l'entreprise. Pourquoi ? Nous devons non seulement accompagner ce changement mais surtout faire en sorte que les collaborateurs soient acteurs de ce changement. Cela impacte beaucoup la culture d'entreprise: les collaborateurs doivent être amenés à prendre en main leur propre développement pour être acteurs de ce changement.

LE CHANGEMENT CELA SIGNIFIE QUOI ?

Dans notre secteur, l'évolution technologique est permanente. Nos métiers demandent de plus en plus de mobilité, de polyvalence, de transversalité. Nous devons être prêts face à ces mutations constantes. Et nous devons en parallèle être fiers de nos succès face à ces changements que nous assumons. Ces changements sont nécessaires parce que le public change son comportement avec une multiplication des supports et le développement de l'interactivité. Nous devons cultiver la capacité d'assumer cette vision 360 degrés.

COMMENT FONCTIONNEZ-VOUS CONCRÈTEMENT ?

Afin de traduire la stratégie de l'entreprise en actions concrètes de formation, un comité de pilotage avec des représentants de chaque direction a été constitué. Un dialogue régulier avec les organisation syndicales est également organisé. En tant que telle, la RTBF Academy est une petite équipe qui travaille en « mode projets » avec des experts de différents secteurs. Concrètement, lorsqu'un collaborateur souhaite s'inscrire à une formation, il doit prendre contact avec le manager RH de sa direction.

ET L'AVENIR ?

Les projets ne manquent pas : formation continue en lien avec les nouveaux outils et les innovations technologiques, mise en place de trajets de formations pour les managers en fonction des étapes de carrière, développement d'ateliers liés au changement, à l'agilité et à l'innovation. Plus largement, conscientiser les collaborateurs aux enjeux du changement et contribuer à l'accompagner. Notre grand atout : la passion qui anime les collaborateurs !

02

Présentation de l’offre

L'offre universelle

360°, c'est la vision d'avenir

INTERVIEW
Aurélie Berckmans
Sophie Berque

Aurélie Berckmans responsable de la cellule recherche & développement Global Media, et Sophie Berque, en charge des contenus transmédias et webcréations pour RTBF Interactive, incarnent la transversalité et l'ouverture de la RTBF à tous les médias.

Riche de ses contenus et de sa panoplie d'outils, la RTBF assume le virage numérique.

LE MULTIMÉDIA est une réalité de plus en plus affirmée à la RTBF.

QUELLES SONT LES SPÉCIFICITÉS DE L'OFFRE DE LA TÉLÉVISION PUBLIQUE ?

A. BERCKMANS La RTBF offre une richesse de contenus énorme, avec 4 chaînes de télévision (sans compter OUFtivi), 5 chaînes de radio et une multitude de sites web. C'est une force de frappe importante si nous travaillons main dans la main. Chaque support bénéficie à l'autre.

S. BERQUE RTBF Interactive développe toute l'offre internet de la RTBF : web, mobile (smartphones, tablettes), TV Interactive, Smart TV, consoles et réseaux sociaux. Tous ces outils reprennent des contenus des chaînes de radio et de télévision, mais ils bénéficient également d'une production propre. L'objectif est de créer des contenus et des expériences pour un maximum de supports et de publics. Nous ajoutons la volonté de créer des interactions avec nos publics : la dimension réseaux sociaux permet ainsi une écoute proactive et permanente. C'est un outil très utile pour nos projets.

2013, C'ÉTAIT PLUS QUE JAMAIS L'ANNÉE DE L'APPROCHE MULTIMÉDIA ?

A. B. Absolument, et les exemples de réussite foisonnent. Citons d'abord la saison 2 de The Voice : cette émission est 360 degrés dans son ADN ! C'est un « case study » qui a permis de mettre les prémices de cette approche dans un contexte plus global à l'échelle de la RTBF. Nous l'avons, par exemple, appliqué à l'annonce de l'abdication du Roi. Nos services ont fait l'effort de se mettre ensemble pour aborder de manière cohérente cet événement sur le plan rédactionnel, mais également sur le plan de la promotion corporate : un lien renvoyait vers un site annonçant l'agenda complet de notre couverture sur les différents supports. Cette approche du 360 degrés a aussi été mise en œuvre sur la notion de « crowdsourcing ». La RTBF a ainsi créé un documentaire participatif. « Mon 21 juillet » faisait appel aux vidéos de témoignages du public. L'émission a connu un beau succès d'audience ; ce style correspond donc aux attentes. Enfin, Viva For Life constitue un autre exemple emblématique : cette fois, c'est une initiative de la radio qui a été déclinée sur tous les médias.

S. B. Nous avons également développé des actions au départ du web. Par exemple, le site télévision a été renouvelé, les premières applications sur les consoles PS3 et PS4 ont été lancées. Ces nouveautés illustrent notre volonté d'aller vers d'autres publics, notamment plus jeunes.

En outre, les projets sont désormais pensés transmédias. C'est notamment le cas du documentaire « Le Prince charmant » ou de la web série « Typique ». On assiste donc à une évolution des modes de diffusion, en plus de l'émergence de projets issus du web qui rayonnent dans les autres médias.

QUELLE EST VOTRE VISION POUR L'AVENIR ?

A. B. Nous avons envie que la transversalité soit plus marquée ; cette évolution nécessite du temps et du respect vis-à-vis des personnes pour qui ce virage est moins évident. La RTBF a besoin d'une stratégie globale et non de stratégies morcelées. Une nouvelle façon de travailler apporte un regard neuf, source de créativité. Les approches se complètent et se croisent, procurant une nouvelle vision. Tous les projets ne doivent toutefois pas être à 360 degrés ; il importe d'opérer des choix pertinents sur les bons projets afin de démultiplier l'impact. La RTBF répond en fait à une tendance sociétale : les jeunes sont multi-tâches et regardent par exemple la télévision avec une tablette ou un smartphone entre les mains. Un des objectifs est donc d'aller chercher des formats TV qui ont aussi une vie sur d'autres médias.

S. B. L'utilisateur de la RTBF vit une expérience différente selon son mode de consommation (sédentaire, nomade avec une tablette, ...). Il sera toujours plus actif et plus connecté. Il est donc primordial de créer des contenus pour des communautés particulières, comme les jeunes. Nous devons penser transmédias et utiliser la spécificité de chacun des médias.

Contenu linéaire et non linéaire

La série « Typique » exemplative

« Typique » est un nouveau phénomène web belge incontournable ; c'est aussi un laboratoire pour la RTBF.

TYPIQUE SAISON 2.0
RTBF.BE/TYPIQUE

C'est l'histoire de Max et de sa bande de copains qui traversent des situations anecdotiques et typiques de la vie estudiantine, une série lancée à l'initiative d'étudiants de l'Institut des Arts et Diffusion (IAD), de l'Université Libre de Bruxelles (ULB) et de la MET Film School of London.

La saison 2 de « Typique », produite par la RTBF, a enregistré près de 400.000 vues. La télévision publique contribue ainsi à son développement avec des jeunes talents et des créateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Les 12 épisodes de 5 minutes ont été diffusés sur tous les supports web de la RTBF, mais aussi sur La Deux et Youtube. Entre les épisodes, les personnages vivent également sur les réseaux sociaux.

Pour la RTBF, cette websérie constitue aussi en quelque sorte un laboratoire, un terrain d'expérimentation sur les usages du public.

Télévision

Quatre chaînes pour une offre moderne et diversifiée

La Une
- La chaîne de tous les publics
- Généraliste, familiale et populaire
- Au cœur de l'information
- Du divertissement et de la fiction

La Deux
- La chaîne de la découverte
- Pour approfondir ses connaissances
- Tournée vers l'avenir
- Le sport et le direct

La Trois
- La chaîne de la culture et de la jeunesse
- Ouverte sur le monde et multiculturelle
- Pour mieux savoir et explorer
- Sans publicité

Arte Belgique
- Une fenêtre belge sur Arte
- Un bouillon de culture
- Une diversité de regards
- 50° degrés Nord et Quai des Belges

Radio

Cinq chaînes pour une offre **complémentaire**

La Première
- La chaîne de la curiosité
- Généraliste et définitivement la référence en information
- Plus de 65 heures de programmes en lien avec l'actualité
- Sans oublier l'humour et la musique

Vivacité
- La chaîne de la convivialité
- Généraliste et familiale
- Au cœur des régions et des événements
- La référence du sport

Musiq'3
- La chaîne de la musique classique
- Des repères et de la qualité
- Plus de 700 concerts
- Plus un festival

Classic 21
- La chaîne du rock et de la pop de 1950 à nos jours
- De la mémoire et du son
- De l'expertise et de la passion
- De l'info-trafic

Pure FM
- La chaîne des nouvelles tendances musicales
- Ludique et impertinente
- Défricher et découvrir
- Sur le web et les réseaux sociaux

RTBF International
- Pour rester à l'écoute
- Partout et ailleurs
- Le meilleur de la Belgique et de son actualité

100 ans de radio **en Belgique !**

C'est le 28 mars 1914 que la première émission de radio a été diffusée en Belgique. Les festivités du centenaire ont toutefois débuté en 2013 avec, dès la mi-décembre, l'ouverture d'une grande exposition célébrant ce média si populaire.

L'exposition « Vu à la radio », mise en place par la société Tempora (avec le soutien de la RTBF, du groupe RTL et du groupe Nostalgie/NRJ), se tient jusqu'au printemps 2014 à Tour et Taxis à Bruxelles. Elle présente ce que les auditeurs écoutent depuis un siècle, mais leur offre également un aperçu des ondes du futur. Construite autour d'un véritable studio radio, l'exposition permet aussi la diffusion en direct et en public de nombreuses émissions radio.

Complémentairement, les éditions de La Renaissance du Livre ont publié l'automne dernier un livre simplement intitulé «100 ans de radio en Belgique». Cet ouvrage est le fruit de la collaboration de Philippe Caufriez (RTBF), Nicolas Gaspard (Nostalgie) et Brice Depasse (Nostalgie). Richement illustré de documents d'époque et de photographies inédites, ce livre invite à revisiter les plus grands moments de radio, notamment liés à l'actualité. C'est aussi un retour vers des émissions cultes (Le jeu des dictionnaires, La valise, Demandez le programme, Stop ou encore, etc.) et des vedettes de l'antenne qui ont marqué un siècle de diffusion radiophonique (Théo Fleischman, Luc Varenne, Jean-Claude Menessier, Jacques Mercier, Claude Delacroix, Marc Moulin, Marc Ysaye, Zappy Max, Pierre Bellemare, Philippe Bouvard, Fabrice, François Pirette, ou Armand Bachelier, etc.).

Internet

Revoir des contenus ou vivre **l'actualité** dans l'immédiateté

RTBF.be/info
- Au cœur de l'info mise à jour en temps réel
- Des chroniques, articles, critiques
- Le journal télévisé en live

RTBF.be/sport
- L'actu sportive en flux tendu
- Les commentaires et analyses de nos journalistes sportifs
- Des directs-live

RTBF.be/culture
- Agenda culturel complet
- Accès à des contenus exclusifs en vidéo
- Concours interactifs

RTBF.be/OUFtivi
- L'offre RTBF adaptée aux jeunes de 3 à 12 ans
- Complémentaire à l'offre TV de La Trois
- Une webradio, des concours, des jeux

RTBF.be/video
- Une offre riche de vidéos issues de divers canaux :
  – Les 3 chaînes TV (La Une, La Deux, La Trois)
  – Contenu produit spécifiquement
  – Web (youtube, dailymotion, etc.)

RTBF.be/tv
- Annuaire des vidéos issues des 3 chaînes TV et disponibles à la demande durant une période déterminée

RTBF.be/radio
- Radio on demand (ROD) et diffusion webcam
- Vidéos en relation avec les émissions des différentes radios

Video on demand / Mobile

FILMS, SÉRIES, ÉMISSIONS
sont disponibles en VOD sur tous supports, mobiles ou non.

Le grand écran partout sur **le petit écran**

La télé à la carte grâce à la RTBF, c'est une réalité ! Le catalogue de VOD s'allonge considérablement avec de nombreuses émissions, mais aussi des séries et des films. Aujourd'hui, plusieurs centaines de programmes sont disponibles, y compris des épisodes de séries en avant-première (en VOD) avant leur passage en télévision. En outre, des films diffusés en 'prime' en télévision tels que Intouchables, Drive ou The Artist en 2013 ont été disponibles à la demande.

Cette richesse est présentée chaque semaine dans l'émission « Lunettes noires et lunettes blanches » proposée par Anthony Mirelli et Philippe Reynaert, spécialistes du cinéma. Réalisée de manière nerveuse et graphique par Xavier Istasse, cette émission courte joue, à l'instar de ses présentateurs, sur l'opposition du noir et du blanc. Elle est entièrement modulaire et prête à être diffusée, en tout ou en partie, sur le net où les parti pris graphiques de la mise en image procurent une identité particulièrement affirmée.

7 JOURS
avant la diffusion en télévision, la RTBF propose des exclusivités en vidéo.

À (re)voir sur le web **et le mobile**

Toutes les productions vidéo fabriquées par les équipes de la RTBF, à destination des différents médias (télévision, web, radio), sont à disposition sur le site web pour une durée déterminée. C'est également le cas pour les contenus d'information (type journal télévisé et météo) disponibles gratuitement. Sur le Web, TV Interactive, Smart TV, Tablettes et Smartphones, toutes les vidéos diffusées en télévision, pour lesquelles la RTBF dispose des droits de diffusion non linéaire, sont mises à disposition gratuitement pour les utilisateurs durant une période de 7 jours.

L'information

Tous les médias se parlent, **s'entendent** et convergent

INTERVIEW
Jean-Pierre Jacqmin

L'INFORMATION doit être fiable, crédible et professionnelle !

VOUS ÊTES DIRECTEUR DE L'INFORMATION ET DES SPORTS DE LA RTBF. QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES DU SERVICE PUBLIC EN LA MATIÈRE ?
L'information doit évidemment d'abord être fiable, crédible et professionnelle. Il importe aussi d'être au rendez-vous avec le public ; être capable de réagir, d'amener l'information, de la préciser, de l'inscrire en débat, de la mettre à disposition et de permettre à tout le monde de l'appréhender. Cette approche vaut particulièrement pour les médias de service public actuellement. Notre rôle est de permettre la cohésion sociale en offrant des sujets de débats et de discussions que les gens se partagent, y compris en dehors de leur propre communauté. Nous avons aussi besoin de la confiance et de la présence nombreuse du public pour nos émissions. J'ose parler de la nécessité d'un lien affectif. La diversité est également essentielle : chacun doit pouvoir se reconnaître dans nos programmes, appelés à représenter l'ensemble de la société.

J'ajouterai quelques spécificités essentielles comme la nécessité de la pertinence et de l'impertinence, ou encore le maintien de notre capacité d'investigation et de débat (avec par exemple Transversales, Face à l'info, Questions à la une, On n'est pas des pigeons !, etc.).

DANS CETTE OPTIQUE, LE 360 DEGRÉS REVÊT UNE IMPORTANCE CAPITALE, NON ?
Je parlerai même à présent de 480 degrés, soit la télévision + la radio + le web + les réseaux sociaux. Si on ne met pas l'information à disposition du public, il ne viendra pas à nous ! On collecte l'information pour la partager dans toute la rédaction, et ensuite en l'élaborant de manière à la mettre en conformité avec chaque mode de consommation. Le médium, c'est le message : voilà qui implique une réflexion et une nouvelle manière de travailler. Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont une plateforme de diffusion de l'information comme les autres. Il convient donc d'être aussi vigilant et exigeant que lorsqu'on s'exprime sur un autre média. En fait, à présent, la RTBF parle à quelqu'un qui peut lui répondre. C'est chronophage, car cet univers reste méconnu ; ce n'est toutefois pas la jungle, mais une zone avec de multiples chemins à emprunter. Les réseaux sociaux constituent une source d'aventures et de découvertes passionnantes plutôt que d'angoisses. Personne ne peut nous dire que nous nous trompons. Chaque expérience s'avère utile et j'engage les équipes à l'expérimentation.

COMMENT S'EST DÉROULÉE L'ANNÉE 2013 ?
Ce fut l'année de la maturité après la réforme de l'ensemble de nos formats en télévision (journaux, sports, débats, ...) en 2011.

2013 était l'année qui ne s'annonçait pas (sans élections, sans grandes compétitions sportives, etc.), mais qui a vécu trois événements mondiaux et historiques : les démissions du roi Albert II et du pape Benoît XVI, ainsi que

Éditions spéciales (Live radio et télévision) **du 5 et 21 juillet = 60 heures de directs hors journaux.**

L'INFO MOBILE onze véhicules multi-usages disponibles.

Initié en 2013, le projet des infos mobiles se concrétise cette année. Onze véhicules multi-usages permettront à tous les médias de recueillir de l'information, de tourner et monter des images, mais aussi de diffuser du contenu sur toutes les plateformes.

la mort de Mandela. La capacité de mobilisation de la RTBF s'est exprimée avec succès à ces occasions et le public a largement suivi. On a joué à fond sur tous les médias ; on aurait pu être asphyxié, mais on s'est davantage déployé. On a cultivé la terre pendant longtemps et là, les fleurs sont sorties. Cela soude les équipes, cela apporte de la fierté !

Enfin, la qualification des Diables Rouges pour la coupe du monde a généré des audiences remarquables – qui en augurent d'autres ! – à l'image d'une progression généralisée (les journaux télévisés, Question à la une, Mise au point, etc.) en la matière.

COMMENT APPRÉHENDEZ-VOUS LE FUTUR ?
Il importe de faire évoluer notre organisation pour amener le contenu vers là où les publics consomment l'information. Nous devons aussi approfondir le « nous », entre les différents secteurs de la RTBF. Cette approche a progressé en 2013 et chacun a trouvé son équilibre. C'est génial de travailler ensemble, avec l'enthousiasme des équipes. La transversalité doit imprégner tous les étages. Tous les médias se parlent, s'entendent et convergent. Cette évolution exige de penser autrement, d'utiliser son temps autrement. Mais on doit avoir aussi le droit à l'essai/erreur pour oser. Aujourd'hui, la valeur ajoutée porte sur les contenus – propres pour se différencier du brouhaha général – et sur les contenants.

Je suis assez enthousiaste. Regardez l'émission « On n'est pas des pigeons ! » : elle réunit l'investigation, l'humour, le populaire, le multimédia et l'audience.

On n'est pas des pigeons !

HISTOIRE DE NE PAS SE FAIRE PLUMER

Le magazine de consommation « On n'est pas des pigeons ! », pour mieux informer le consommateur.

Les chiffres de la RTBF

RADIO

273 Journaux et flashes d'information chaque semaine, de l'aube à la nuit tombée.

68 Plus de 68 heures consacrées chaque semaine à l'actualité.

10 Plus de 10 rendez-vous chaque semaine consacrés au débat.

TV

1 398 Journaux télévisés diffusés en 2013.

51 974 Sujets couverts dont 28,61% relatifs à l'actualité internationale.

14 871 Séquences internationales au journal télévisé.

WEB

15 854 796 Nombre de vidéos vues à la demande sur le site rtbf.be/Info.

67 486 Nombre de visiteurs uniques par jour sur le site rtbf.be/Info (moyenne 2013).

265 000 Page Facebook du site rtbf.be/Info : plus de 265.000 commentaires en 2013.

Un guide des bons usages des réseaux sociaux

Ils ont pris une telle importance qu'il convenait de fixer un cadre. C'est désormais une réalité : la RTBF a son guide. Pourquoi les réseaux sociaux sont-ils importants à la RTBF ? Que peuvent-ils apporter ? Comment bien utiliser les réseaux sociaux et se protéger ? Voilà quelques-unes des questions traitées. Le guide aborde aussi l'ABC des réseaux sociaux selon la fonction occupée : employé / collaborateur, journaliste, personnalité, communicant derrière un compte d'émission ou une thématique.

ABC DES RÉSEAUX SOCIAUX

LE DOCUMENT FOURNIT AUSSI LES 10 POINTS LES PLUS IMPORTANTS :

1. Identifiez-vous clairement : nous encourageons l'authenticité sur les réseaux sociaux. Utilisez votre vrai nom et, sur Twitter notamment, complétez votre biographie pour pouvoir être identifié par vos interlocuteurs de façon claire et rapide. Un profil bien complété permettra d'asseoir votre crédibilité.

2. Préservez vos données personnelles et votre vie privée. Il est toujours utile de rappeler que des personnes mal intentionnées sont présentes sur internet. Evitez dès lors de partager votre adresse, votre numéro de téléphone, votre numéro de carte bancaire ou mot de passe (et ce même par mail). De même que quand vous partez en vacances, ne le criez pas à l'ensemble du web !

3. 'Privé', une notion qui reste relative sur internet ! Une fois un message publié (et même directement effacé), il n'y a plus moyen de contrôler ce que les internautes – même vos "amis" sur Facebook – vont en faire : capture d'écran, partage, etc. Tout contenu publié doit être considéré comme l'étant de manière définitive et publique. Soyez donc vigilants et pensez à régler au mieux vos paramètres de confidentialité !

4. Respectez la loi, les règles en vigueur à la RTBF et les règles de savoir-vivre : une bonne utilisation des réseaux sociaux commence par le respect : notamment, pas de commentaires à caractère injurieux, diffamatoires et/ou racistes. Il s'agit d'avoir une présence maîtrisée en ligne (politesse, transparence, maturité, responsabilité, ...).

5. Zen soyons zen ! Les réseaux sociaux sont un espace où tout le monde peut publier du contenu et réagir sur le contenu publié par d'autres. Il se peut parfois que votre avis diverge des commentaires d'un autre internaute et l'agressivité peut rapidement apparaître. Evitez de perdre votre sang-froid.

6. Esprit d'équipe : dénigrer des produits ou des productions de la RTBF (et donc de vos collègues) n'est vraiment pas la preuve d'un bon esprit corporate. Soyez fair-play !

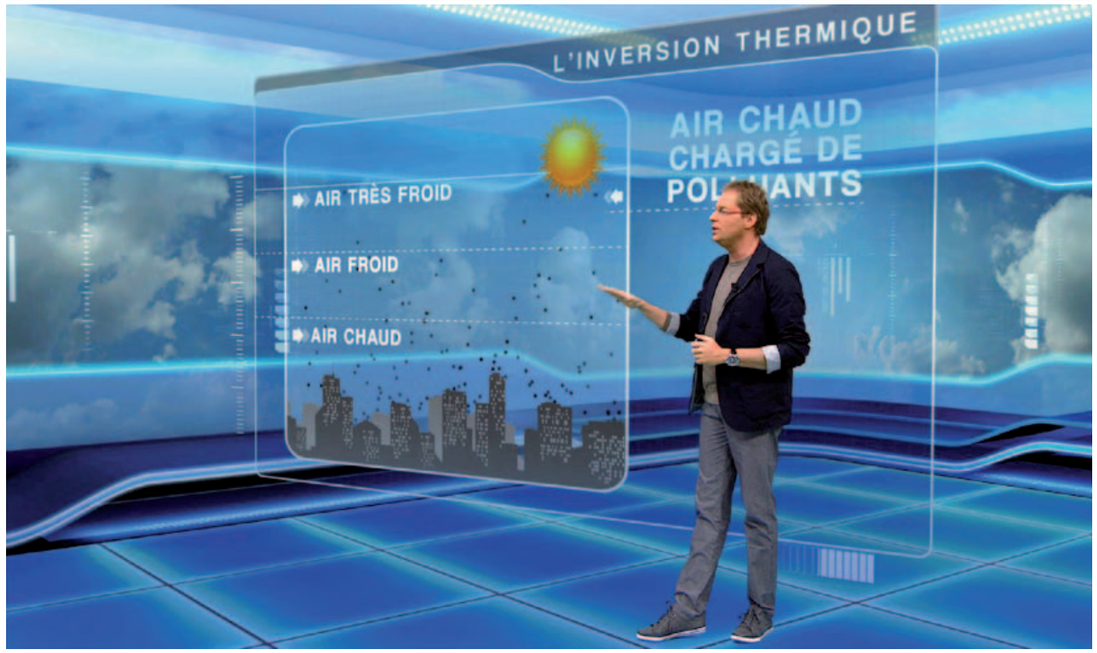
7. Fair-play jusqu'au bout ! Dénigrer des produits ou des productions de médias concurrents n'est pas en phase avec les valeurs de l'entreprise.

8. Soyez pertinents ! Dialoguer sur internet, c'est échanger avec des gens, c'est aussi partager son expertise et ses passions. Mieux vaut savoir de quoi on parle si on ne veut pas donner une mauvaise image de soi... et de la RTBF. Assurez-vous de la pertinence, de la véracité et de l'exactitude de vos propos.

9. Protégez vos comptes ! Après vous être connecté sur un de vos comptes, veillez à bien vous déconnecter si vous êtes sur un ordinateur public ou à verrouiller votre ordinateur si vous quittez votre bureau : on n'est jamais à l'abri d'une mauvaise blague. De même que si vous vous connectez souvent depuis votre smartphone, pensez à verrouiller votre écran à l'aide d'un code ou schéma.

10. En cas d'hésitation sur un contenu que vous souhaitez diffuser sur les réseaux sociaux, posez-vous cette question : « Est-ce que je dirais ceci dans un espace public ? »

Services / Météo



« Quel temps ! » pour comprendre le climat

En mars 2013, La Une a officiellement lancé une nouvelle tranche météo, car s'informer sur le climat et ses enjeux est primordial.
Plus qu'un simple bulletin météo, « Quel temps ! » plonge le spectateur au cœur de l'univers de la climatologie. Grâce à l'imagerie 3D, réalisée dans les studios de Keywall, l'immersion est totale.

Le programme débute par un tour d'horizon, à la découverte d'images prises aux quatre coins du monde, et met en avant des phénomènes atmosphériques particuliers. Ensuite, la séquence explicative prend le relais ; enrichie de graphisme 3D en temps réel, elle permet de décortiquer ces phénomènes météorologiques souvent cités, rarement expliqués. Enfin, arrive la séquence Focus, reportage dynamique ayant pour ambition de répondre aux nombreuses questions que tout un chacun se pose sur le climat : pourquoi le ciel est-il bleu, fait-il toujours chaud dans le désert, etc. ? La conclusion est confiée au téléspectateur par la mise à l'honneur d'un cliché partagé par celui-ci.

Le présentateur entre dans un monde virtuel

Dans un souci d'interactivité et de dynamisme du bulletin météo, le décor prend une forme plus visuelle. Le présentateur peut désormais s'appuyer sur 2 outils supplémentaires :
– Un menu tactile qui s'active sur un simple toucher de la main ;
– Un système de caméra Kinect qui, repérant les mouvements du présentateur, déclenche l'ouverture de cartes, l'affichage d'informations, etc., de manière automatique.
Adieu la télécommande. Le présentateur, beaucoup plus libre de ses mouvements, évolue dans un véritable espace virtuel !

Services / Mobilité

Coyote et RTBF partenaires pour une meilleure information

2013 a commencé sur les chapeaux de roues pour RTBF Mobilinfo ! En effet, depuis le mois de janvier, le centre Perex reçoit des informations routières directement transmises par Coyote Systems Benelux. Le but ? Localiser tout type d'événement sur les routes, en temps réel, c'est-à-dire les accidents, les bouchons, les travaux, etc. Au fil des années, le constat reste clair : l'augmentation de la circulation mène indéniablement à plus d'embouteillages, de risques d'accidents et de perturbations du trafic en général. C'est une raison supplémentaire pour la RTBF d'ajouter un outil à son Mobilinfo diffusé largement sur les différentes chaînes radio. Une information plus fiable, plus précise et toujours fraîche, c'est l'objectif de ce partenariat !

La qualification pour le Brésil ! Historique, ce 11 octobre 2013 **en Croatie !**

Les sports

Diversité, expertise et **approche 360°**

INTERVIEW
Michel Lecomte

LA RTBF
"La" télévision des Diables !

EN TANT QUE RESPONSABLE DES SPORTS À LA RTBF, QUELLES SONT POUR VOUS LES SPÉCIFICITÉS DE L'OFFRE SPORTIVE DE LA TÉLÉVISION PUBLIQUE ?

Je la définirais en trois mots clés. La diversité d'abord. Sur le marché européen, la RTBF est une des télévisions qui a le plus de droits sportifs. Nous sommes présents sur tous les terrains, qu'il s'agisse autant des sports les plus populaires comme le football, le cyclisme ou la Formule 1 que des sports moins médiatisés. L'expertise ensuite. Nous avons des équipes de grande qualité qui assurent sur tous ces sports une expertise reconnue. La vision 360 degrés, enfin. Nous diffusons énormément d'images sur le web. Certaines l'ont même été exclusivement sur notre site, comme des spéciales de rallyes. L'actualité sportive de la RTBF est aussi relayée sur les réseaux sociaux de manière spectaculaire.

QUELS ONT ÉTÉ À VOS YEUX LES TEMPS FORTS DU SPORT À LA RTBF EN 2013 ?

Les « Diables Rouges » sont incontournables. Le match gagné en Croatie 1-2 le 11 octobre 2013 pour la qualification à la phase finale de la Coupe du Monde au Brésil en 2014 a battu tous les records. En audience et en émotion ! Et la RTBF peut être fière d'avoir obtenu les droits de diffusion des rencontres des Diables, tant à domicile qu'à l'extérieur, pour toutes compétitions confondues.

J'épingle aussi l'arrivée de la Moto GP sur nos écrans. Les scores d'audience sont excellents. Et puis je veux mettre en exergue une vraie démarche de service public, la série « En terrain inconnu ». Cette émission est consacrée chaque mois à une discipline sportive peu médiatisée découverte et mise en valeur par une personnalité sportive ou non. C'est une véritable initiation à ces sports moins médiatisés en Fédération Wallonie-Bruxelles comme le rugby, le BMX, le beach volley, le baseball, l'escalade, etc. C'est la « griffe » du service public !

2013 aura été aussi l'année du repositionnement réussi de « La Tribune » et de la refonte éditoriale complète du « Week-end sportif », une des plus anciennes émissions de la RTBF qui est aussi la seule émission « multisports » de la Fédération Wallonie-Bruxelles !

QUELS SONT LES ENJEUX POUR L'AVENIR ?

L'enjeu majeur, c'est maintenir la qualité éditoriale en assumant notre positionnement de précurseur : nous voulons faire travailler ensemble les équipes télévision, radio et web. Une transversalité des moyens, des équipes, des journalistes. Notre expertise doit percoler sur tous nos supports ! Et dans le contexte de concurrence accrue, qui dépasse largement le cadre de notre communauté, soyons imaginatifs et créatifs et cultivons l'exigence et l'excellence. Nous avons les équipes pour relever ces défis.

LA RTBF attentive **aux performances** de nos sportifs

NAFISSATOU THIAM

La télévision publique a accordé une attention particulière aux compétitrices : Nafissatou Thiam, Charline Van Snick, ainsi qu'à nos équipes nationales de volley et de hockey, etc.

JOACHIM GÉRARD

La RTBF a aussi suivi de très près les prestations de nos athlètes moins valides, comme le tennis-man en chaise Joachim Gérard.

Le site a ses exclusivités

Web...

Le site www.rtbf.be/sport a mis en valeur les disciplines et les grandes compétitions pour lesquelles la RTBF a acquis des droits :
Le football (Jupiler Pro League, Diables Rouges, Coupe du Monde, Euro, etc.), le cyclisme (classiques, championnat du monde et le Tour de France), le tennis (Roland Garros), la F1 ; la Moto GP, le rallye et l'athlétisme.

Le site a proposé aussi des pages consacrées à d'autres sports moins médiatisés :
Basket, hockey, athlétisme, rugby, volley, natation, golf, judo, etc. À l'exception de la F1, tout ce qui a été diffusé en télévision l'a aussi été en streaming live sur le web et sur les autres plateformes, en live et en catchup.

La plateforme a enrichi l'offre de live par rapport à la télévision.
Ce fut le cas pour le tournoi de tennis de Roland Garros : le site a diffusé plusieurs matches en simultané. Idem pour les Mondiaux d'athlétisme : la télévision a ciblé ses diffusions, le site a diffusé l'ensemble des compétitions.

Le site a aussi diffusé des événements pour lesquels la télévision n'a pas les droits.
Lorsque des organisateurs ont eu un partenariat avec des plateformes telles que Youtube ou Dailymotion pour offrir la diffusion en live de leur événement : certaines manches du championnat du monde d'endurance (FIA WEC) ; les derniers championnats du monde de judo et des événements de sports extrêmes.

Jonathan Borlée au baseball **avec les « Angels »** de Namur

« EN TERRAIN INCONNU »

L'émission a permis d'aller à la rencontre de sports peu médiatisés en faisant appel sur le terrain à des vedettes du sport ou à des célébrités en dehors du sport. Au mois d'octobre, Jonathan Borlée s'est essayé au baseball avec les « Angels » de Namur.

500 directs **radio !**

291 — **directs en football**
dont 188 pour la Division 1 et 24 pour la coupe d'Europe.

26 — **directs pour le basket**

75 — **directs en cyclisme**
dont le Tour de France et les grandes classiques, mais aussi le Tour de la Région wallonne, le GP Cérami, le GP de Wallonie, etc.

22 — **directs d'athlétisme**
dont le meeting de Liège, les 20 kms de Bruxelles, Perche en ville à Namur.

48 — **directs pour le tennis**
les grandes compétitions, mais aussi l'Ethias Trophy de Mons.

9 — **directs en automobilisme**
dont les Legend Boucles de Spa, le rallye du Condroz, etc.

+ D'autres directs dans des disciplines moins médiatisées (hockey, volley, jumping, etc.).

Aïda
Elargir le public en diffusant toute la saison **de l'Opéra Royal de Wallonie.**

La culture

Un cercle vertueux qui entraîne des ambitions

INTERVIEW
Corinne Boulangier

SUR LE TERRAIN DE LA PROXIMITÉ
Ça se passe près de chez vous, c'est le rendez-vous imaginé en 2013 et concrétisé en 2014.

CORINNE BOULANGIER EST LA DIRECTRICE DE LA PREMIÈRE DEPUIS LE PRINTEMPS 2013. ELLE EST AUSSI CONNUE POUR SON EXPÉRIENCE ET SA SENSIBILITÉ CULTURELLE. QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES DE LA RTBF DANS CE DOMAINE ?

Les spécificités du service public reposent au moins sur cinq piliers fondamentaux. La diversité d'abord : la RTBF parle, s'intéresse et concerne tous les publics, quels que soient les âges, les cultures, les critères socio-professionnels, etc. Elle est à la fois leur reflet et leur soutien. Le révélateur ensuite : la RTBF a une vocation de découvreur, voire d'incubateur de talents. À côté de réussites fulgurantes, il existe des artistes à accompagner sur le long terme. On doit se permettre de ne pas exiger une éclosion immédiate quand on repère un artiste émergent. La curiosité aussi : il est aujourd'hui facile de créer des buzz, mais il importe également de faire découvrir la créativité et l'effervescence culturelle sans se contenter de l'écume des vagues. La RTBF a donc aussi pour mission d'éveiller l'appétit du public vers des champs culturels plus difficiles d'accès. Quatrième axe lié au précédent, le plaisir et l'accessibilité à la culture : la RTBF doit être un facilitateur et un média entre toutes les formes d'expressions culturelles. Il n'y a pas de petite et de grande culture : il convient que chacun puisse trouver son public. La fierté et la connaissance de soi enfin : la culture – à travers notamment le patrimoine – raconte aussi ce que nous sommes. Dans un espace comme la Belgique, on a besoin de reconnecter le « d'où nous venons » au « vers où nous allons ». La culture peut y aider.

QU'EST-CE QUI A MARQUÉ L'ANNÉE 2013 ?

La RTBF soutient des talents pendant parfois de longues années et 2013 a par exemple vu l'explosion de Stromae et de Puggy. Cette année a aussi été riche en inaugurations largement couvertes par la RTBF : Théâtre de Liège, BAM (Beaux-Arts Mons) et son exposition Andy Warhol, musée Fin-de-Siècle à Bruxelles. Ces (ré)ouvertures s'inscrivent dans le développement de villes qui, à l'instar de certaines homologues en France ou en Angleterre, construisent leur redéploiement autour de projets culturels. La RTBF a largement couvert ces événements et est un partenaire permanent de ces opérateurs culturels.

Je retiendrai encore dans l'année 2013 le succès du film d'animation Ernest et Célestine nominé aux Oscars. C'est une production belge tellement éloignée des machines de guerre commerciales révélant tous les talents – notamment techniques – encore trop souvent méconnus que recèle notre pays.

CONCOURS REINE ELISABETH

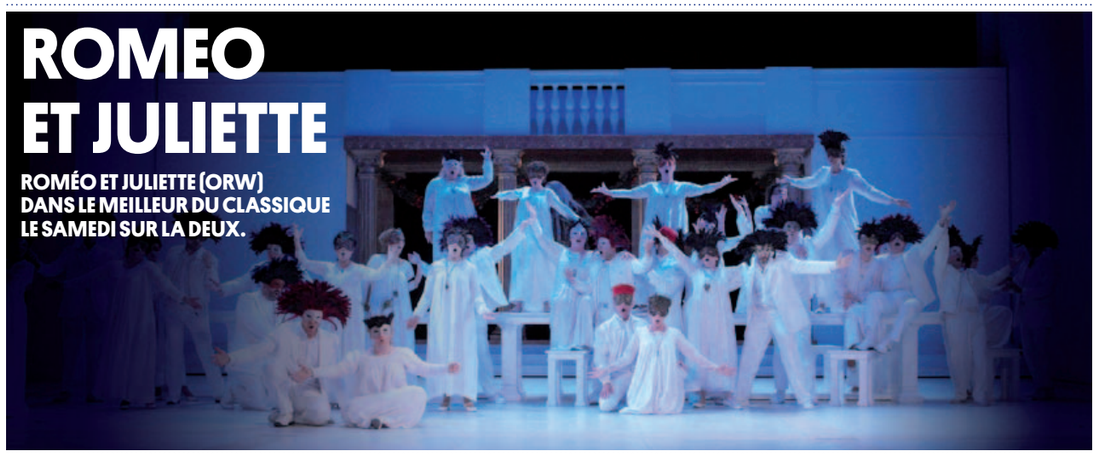
LA LEÇON DE PIANO

C'est une première : une cheffe, Marin Alsop, a dirigé l'orchestre national de Belgique à l'occasion de la 76e édition du Concours musical Reine Elisabeth.

QUELLE VISION PORTEZ-VOUS SUR L'AVENIR ?

En culture, chaque euro rapporte davantage que ce qu'il coûte. Pourtant, la culture trinque souvent, surtout dans une situation économique difficile et dans un contexte de repli culturel. C'est justement dans cette période qu'il importe de faire preuve de vigilance pour réaffirmer le soutien aux enjeux culturels. Une société qui se rend compte que ses productions culturelles fonctionnent, c'est un cercle vertueux qui entraîne des ambitions (de formation, économiques, entrepreneuriales, etc.) et de l'émulation. L'élaboration d'un projet de société gagne à intégrer la culture alors qu'on a souvent tendance à l'exclure.

Par ailleurs, les médias évoluent considérablement notamment en termes de numérisation et de consommation. La RTBF a la chance d'assurer une production numérique, télévisuelle et radio. Cette dernière, par exemple, tend vers la smart radio : dorénavant, elle se lit aussi et se regarde. Chacun des projets doit donc se travailler en transversalité.



ROMEO ET JULIETTE

ROMÉO ET JULIETTE (ORW) DANS LE MEILLEUR DU CLASSIQUE LE SAMEDI SUR LA DEUX.

La RTBF couvre l'inauguration du Musée Fin-de-Siècle

Le Musée inauguré en décembre 2013, se range dans le sillage des Musées royaux des Beaux-Arts de Belgique.

Ernest et Célestine a rencontré un magnifique succès

Ernest et Célestine, film d'animation belgo-franco-luxembourgeois réalisé par Stéphane Aubier, Vincent Patar et Benjamin Renner a été élu meilleur film aux Magritte 2014.

Les spectacles et scènes

La scène devient multiforme

INTERVIEW
Philippe Longtain

140
artistes dont plus de 90 issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles ont été mis à l'honneur dans D6bels on stage.

VOUS ÊTES RESPONSABLE DU SECTEUR SCÈNES. QUELLES SONT LES PARTICULARITÉS DE LA RTBF EN MATIÈRE D'OPÉRA, DE MUSIQUE POP/ROCK ET DE THÉÂTRE ?

Quand on fait de la musique au sens général en télévision, l'important, ce sont les événements et la périodicité. Mais la qualité de la captation est aussi capitale. À cet égard, la RTBF atteint un très bon niveau sur le plan de l'image et du son. Nous rendons très bien la fusion entre un artiste et son public. Cette approche participe à la communion, à la fête. Par ailleurs, la RTBF agit toujours dans la défense et la mise en avant des talents de la Fédération Wallonie-Bruxelles. L'émission D6bels on stage est exemplative : elle valorise nos artistes. Notre télévision se caractérise également par la captation et la diffusion de pièces de théâtre, notamment en langue wallonne.

QUELS ONT ÉTÉ LES MOMENTS FORTS DE L'ANNÉE 2013 ?

La captation de la fête de la Fédération Wallonie-Bruxelles à Bruxelles a incontestablement constitué un succès exceptionnel pour un concert live. Au programme, quatre artistes de la Fédération Wallonie-Bruxelles : Saule, Suarez, Puggy et Stromae. En termes d'audience, la RTBF a réuni 330.000 téléspectateurs en direct, auxquels se sont ajoutées 110.000 personnes lors de la rediffusion en fin d'année. La RTBF a été à la hauteur sur le plan technique. Beaucoup de chaînes de télévision françaises ont demandé des extraits ; c'est un signe qui ne trompe pas. D'autre part, la diffusion de pratiquement toute la saison de l'Opéra Royal de Wallonie reste une valeur forte de la RTBF. Le taux de remplissage de la salle atteint 95% : nous allons donc chercher un public qui n'irait pas à l'opéra.

COMMENT VOYEZ-VOUS LE FUTUR ?

L'avenir ne s'arrête jamais. Une émission de télévision se renouvelle de façon permanente : nous innovons ainsi sans cesse en matière de technique, de fabrication ou encore de contenu. Une émission comme D6bels on stage doit aussi s'interroger sur l'impact du web, qui touche d'ailleurs tous les arts. Il rend possible une spontanéité que la télévision ne permettait pas. Nous sommes attentifs aux commentaires postés à vif ou plus réfléchis. Personnellement, je m'inscris dans cette communauté ; c'est ma famille. Il ne faut plus parler en termes de médias séparés : c'est tout en un et le spectateur ne fait plus la différence. Par ailleurs, puisque de nombreuses sessions accoustiques sont de plus en plus proposées sur le web, beaucoup d'artistes et groupes bénéficient ainsi de prestations live audiovisuelles.

Je constate aujourd'hui que les artistes confirment toujours l'impression qu'un passage en télévision est vécu comme une sorte d'aboutissement voire de première consécration. Une session accoustique sur le web est quelque chose de plus commun, alors qu'un passage en télévision, avec tout ce qui l'entoure reste un must. L'avantage supplémentaire d'un passage en télévision est qu'il est automatiquement déclinable sur le web, en tout ou en partie (interviews, chroniqueurs, prestations live). À l'inverse, on ne peut pas en dire autant – en tout cas aujourd'hui – des sessions accoustiques sur le web qui ne sont pas encore toutes naturellement diffusables en télévision. De toute façon, la force ultime est le 360 degrés : web + radio + télévision. Et c'est sur cette force-là que fonctionne D6bels on stage.

330 000

C'est le nombre de téléspectateurs **en direct** pour **le concert live** de Saule, Suarez, Puggy et Stromae.

D6BELS ON STAGE, une carte de visite pour les artistes

On connaît l'émission de télévision qui propose habituellement une locomotive confirmée et un groupe émergent ou ayant juste émergé. Mais en fait, quand un artiste est invité à D6bels on stage, il reçoit un véritable package 360 degrés: l'émission bien entendu, la promotion en télévision et en radio (chacune des émissions étant en synergie avec une chaîne radio). La visibilité augmente avec une présence sur la page Facebook et sur la page web de l'émission et de la radio partenaire où l'internaute peut par exemple retrouver son groupe favori.
La matière disponible sur internet est précieuse et flatteuse pour les artistes. Grâce à D6bels on stage, ils disposent d'images tournées dans les meilleures conditions (éclairage, son, public) parfois utilisées dans le cadre d'interviews réalisées à l'étranger. Dans l'autre sens, les extraits de l'émission passent notamment sur les pages Facebook des artistes, permettant à la RTBF de toucher d'autres publics. Grâce au web, il est ainsi possible de donner envie de regarder la télévision et d'écouter la radio.

Une plateforme de concertation, des projets **et des évènements**

Instaurée dans le contrat de gestion, une plateforme de concertation rassemble la RTBF, le Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles et les différents secteurs de l'audiovisuel, de la culture, de la jeunesse, de l'éducation permanente, de l'éducation aux médias et de l'enseignement de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ce groupe a abordé plusieurs projets, parmi lesquels des événements exceptionnels : les 100 ans de la radio et le projet de couverture de la commémoration 1914-1918 pour 2014. La plateforme a également dressé un état des lieux de la plateforme de diffusion web des archives de la RTBF à destination des enseignants. Diverses initiatives ont également été prises en matière de formation (RTBF Academy, collaborations avec les Hautes Ecoles) ou encore de culture (semaine du cinéma européen, portail internet culture, etc.).

Des fenêtres belges **sur** ARTE **Belgique**

Pour ARTE Belgique, l'année 2013 a commencé sous les meilleurs auspices puisque les fenêtres belges sur ARTE ont été inscrites au nouveau contrat de gestion 2013-2017, installant durablement ARTE Belgique dans le paysage audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Elles y font l'objet de missions spécifiques en matière de programmes culturels dans le cadre de collaboration avec ARTE, les producteurs audiovisuels indépendants et la VRT.

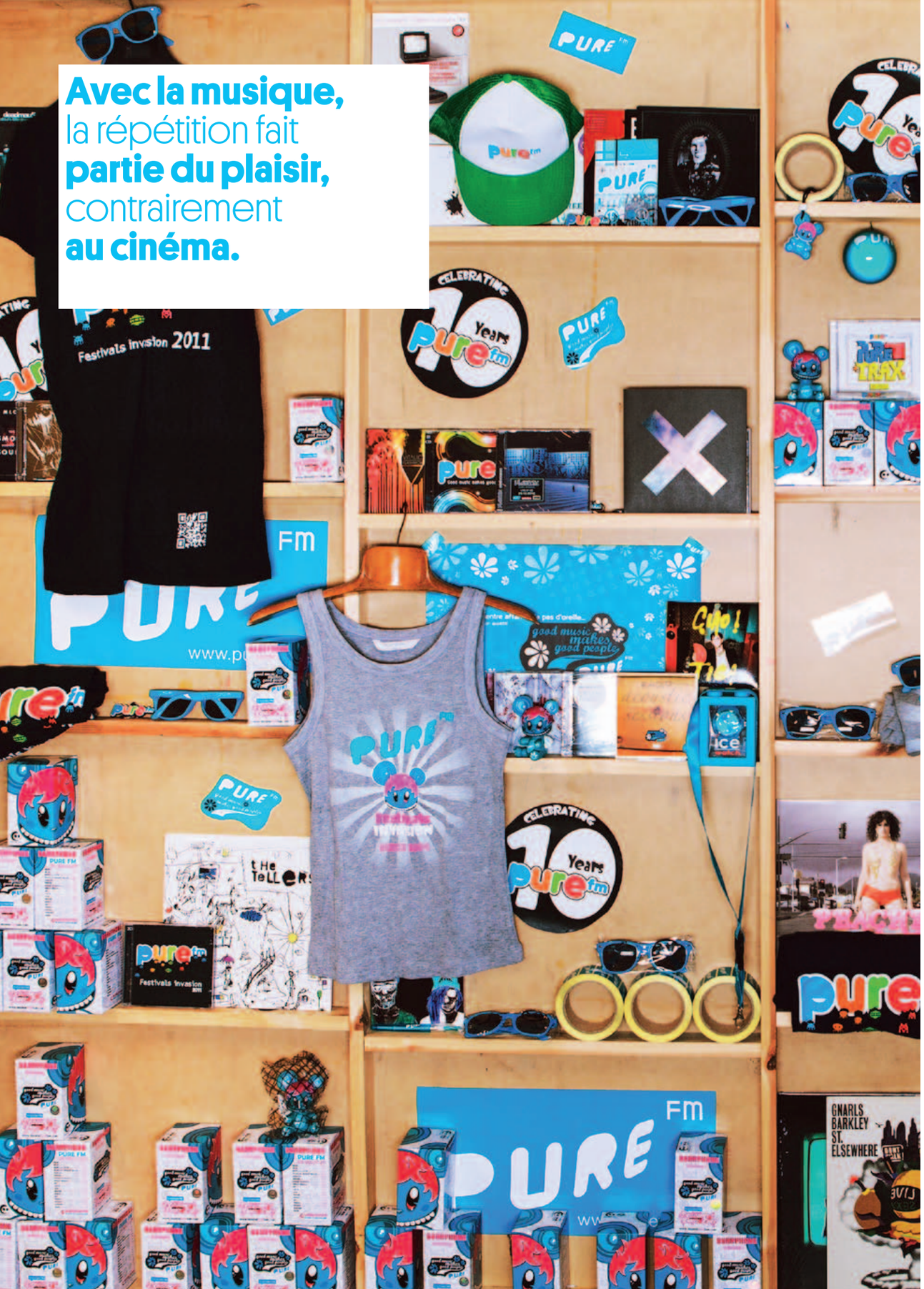
C'est ainsi que pendant l'année 2013, 50 degrés nord a continué à sillonner, plus que jamais, la Fédération Wallonie-Bruxelles pour se faire la vitrine de notre vie culturelle foisonnante, à la plus grande satisfaction des artistes, des opérateurs, mais surtout au fil des ans, du grand public ; satisfaction mesurée notamment à la popularité de nos présentateurs.

Entre le Théâtre Royal de la Monnaie, le Festival International du Film Francophone à Namur, le nouveau Théâtre de Liège, le BAM à Mons et son expo Andy Warhol, les 50 ans du Théâtre 140, les 75 ans de la Cinematek, le Mac's, le Centre belge de la Bande dessinée, le musée Fin-de-Siècle, notre studio mobile s'est déplacé partout. Egalement à Flagey, pour le Festival Anima, mais aussi pour 5 soirées exceptionnelles enregistrées au Studio 4 qui retracent, témoignages à l'appui d'anciens de la radio et de la télévision, la grande histoire de Flagey. Avec des intermèdes musicaux en live, et la présence des chefs du « Brussels Jazz Orchestra et du Brussels Philharmonic. »

50 degrés nord

Quai des Belges

De son côté, l'émission Quai des Belges a poursuivi ses soirées avec, chaque mois, la mise en avant d'un documentaire avec un panel d'invités, réunis en plateau par Hadja Lahbib, dans un lieu illustrant la thématique. Qu'ils soient culturels ou de société, les sujets abordés reflètent des réalités de chez nous vues par des auteurs de chez nous. De François Schuiten à Simon Gronowski et Koenraad Tinel, en passant par l'artiste peintre Evelyne Axell, le cinéaste Gérard Corbiau, Yves Mora et ses tatouages ou les films d'étudiants de l'INSAS, la programmation éclectique est devenue la marque de cette émission itinérante.



Avec la musique, la répétition fait **partie du plaisir,** contrairement **au cinéma.**

La musique

Une diffusion riche, multiple **et diversifiée selon** les supports

INTERVIEW
Rudy Léonet

14,94%

d'œuvres de la Fédération Wallonie-Bruxelles sur La Première, Vivacité et Pure FM.

VOUS ÊTES DIRECTEUR DE PURE FM. QUELLES SONT LES PARTICULARITÉS DU SERVICE PUBLIC EN MATIÈRE DE MUSIQUE ?

Nous bénéficions d'abord d'une liberté éditoriale absolue. La musique est abordée avec une forme de déontologie et d'éthique, à l'image de tous les domaines traités par la RTBF d'ailleurs. Cette ligne éditoriale est nourrie d'éléments qui font partie des outils des programmateurs (être à l'écoute de ce qui se fait à l'extérieur, à l'étranger, du côté des auditeurs, et bien sûr user de sa propre expertise au regard de la chaîne qui est visée). Avec les réseaux sociaux, nous avons une perception plus précise des attentes du public que par le passé ; à nous de nous positionner et de nous ajuster. Cet ensemble d'éléments s'inscrit évidemment dans la stratégie de chacune des chaînes de radio.

La spécificité de la RTBF s'exprime également en termes de contenu. Il existe une part de risque très importante : le rôle d'un service public est aussi de défricher, d'ouvrir des portes. Cette approche vaut également en matière technologique avec le DAB+ ou la mise en place d'un player commun pour toutes les radios de la Fédération Wallonie-Bruxelles qui permet au média radio de conserver son auditoire.

Enfin, la RTBF veille à s'adresser à tous les publics à travers son éventail de 5 chaînes qui sont aussi 5 marques distinctes et identifiables. En radio, on promotionne d'abord la marque/la chaîne alors qu'en télévision, le public a davantage rendez-vous avec une émission plutôt qu'une chaîne.

QUELS ONT ÉTÉ LES FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2013, PARTICULIÈREMENT POUR PURE FM ?

Ce fut essentiellement le passage des programmes radio en Pure Vision. Depuis le 9 septembre 2013, nous disposons d'un nouveau studio conçu et équipé avec une ergonomie agencée et éclairée en fonction des images prises par 5 caméras. Les émissions sont ainsi diffusées sur le web avec, la diffusion du clip parallèlement au lancement de la chanson sur la radio. Beaucoup d'artistes ont ainsi la possibilité de se faire voir et pas seulement entendre. La situation a évolué ; aujourd'hui, un jeune auditeur ne sait que faire d'une radio s'il ne dispose pas d'écran. Pour lui, ce média a un manque d'attractivité par sa nature même. L'internet mobile a pris une partie des atouts de la radio (temps réel, souplesse, mobilité, etc.) en apportant l'interactivité. Pure Vision répond à ces attentes. Le développement sur les réseaux sociaux et le site web s'inscrit dans cette évolution, avec un contenu supplémentaire, mais aussi de nombreuses vidéos. Petit à petit, la radio devra devenir visuelle et interactive, on parle déjà de smart radio. Aujourd'hui, Pure FM est une marque qui se décline sous différentes formes se renvoyant l'une à l'autre. Il existe à chaque fois une forme d'expression particulière même sur un contenu parfois identique.

3 000 000

C'est le nombre de vues des **700 vidéos** diffusées sur la chaîne **YouTube** de **Pure FM.**

COMMENT L'AVENIR SE PRÉSENTE-T-IL ?

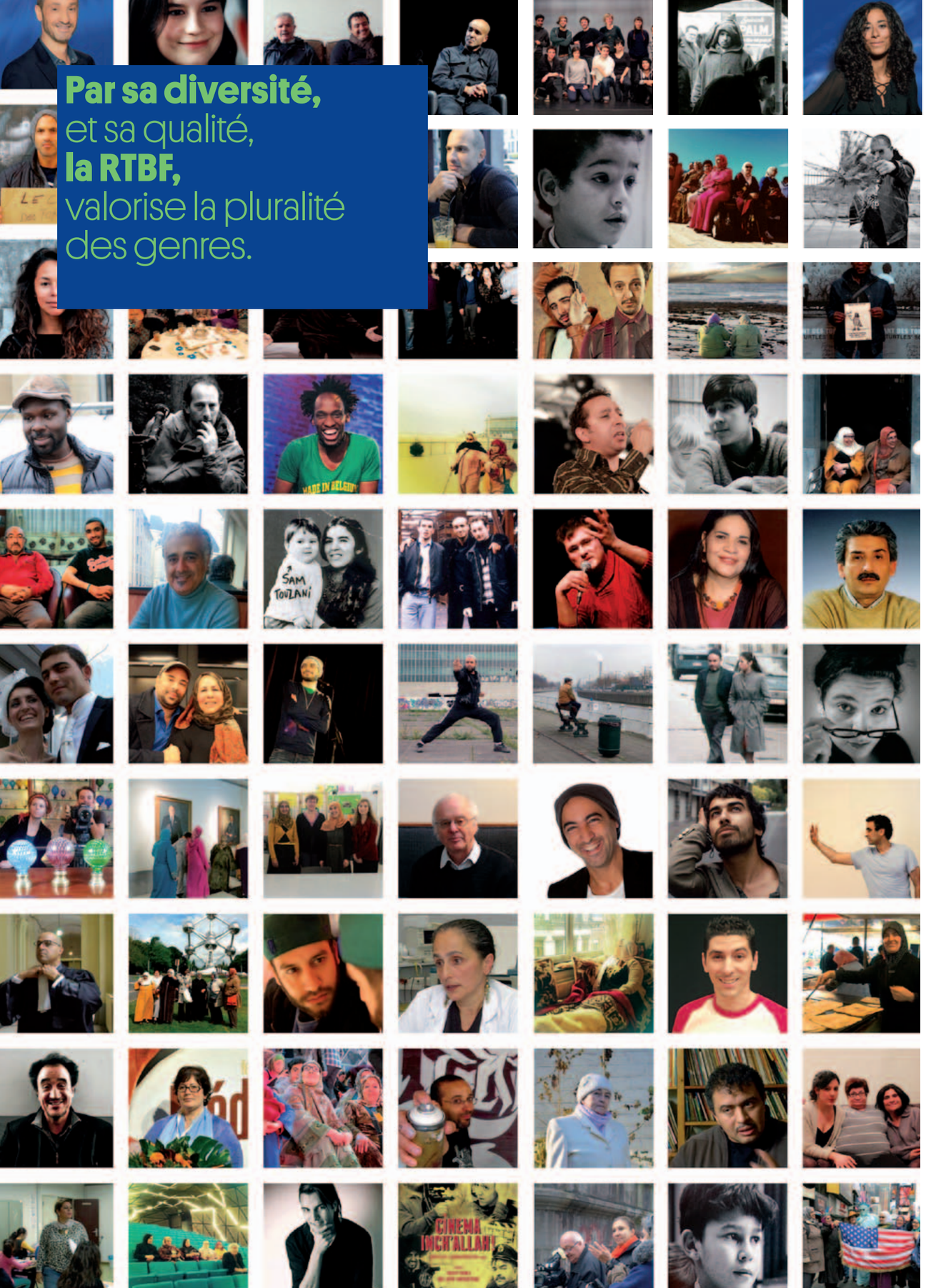
Plus on avance, plus le contenu à traiter prend des formes diverses. Il est plus riche quand on part à la rencontre de personnes qui ont une consommation pas seulement radiophonique. C'est le règne du « où je veux quand je veux ». Avant, le média imposait son rythme ; aujourd'hui, le public choisit, il existe des séances de rattrapage avec le podcast par exemple, qui devient un service indispensable. Une radio comme Pure FM se définit de plus en plus comme une marque, un portail, avec différentes formes de déclinaisons et de grammaire selon la plateforme : radio, webradio, radiovision, web, facebook, twitter, youtube, etc.

L'activité radiophonique se pérennisera si elle arrive à s'entourer d'outils complémentaires qui l'enrichissent. C'est déjà vrai pour Pure FM qui s'adresse en priorité aux jeunes adultes, mais également bientôt pour d'autres radios. Notre public actuel plus exigeant deviendra le leur dans les prochaines années.

Une vitrine pour les artistes **émergents tels que Noa Moon**

Un studio en son et en images : **PureVision !**

Beaucoup d'artistes diffusés sur Pure FM proviennent de la Fédération Wallonie-Bruxelles. La découverte musicale spécifiquement et en particulier le soutien aux artistes émergents figurent d'ailleurs parmi les missions de la chaîne. Les interviews diffusées en radio et sur le web, les sessions acoustiques (y compris la musique vivante qui permet aux artistes de jouer en studio dans les conditions du direct) et la promotion des événements constituent quelques-unes des actions qui contribuent à développer une scène locale riche et variée. Dans tous les pays, les chaînes musicales des radios publiques ont bien compris l'importance de l'ancrage local. À côté des grands standards internationaux pour lesquels toutes les radios figurent sur un pied d'égalité, les artistes locaux procurent une spécificité, une proximité et une identité. Même s'ils ont atteint une dimension internationale, ces acteurs locaux restent accessibles pour les médias de leur pays. Aujourd'hui, les groupes musicaux et les métiers environnants se sont professionnalisés : tout un système s'est mis en place. Pure Vision leur offre ainsi une exposition plus large encore, y compris grâce à des clips. La radio est une fenêtre d'exposition supplémentaire et tout le monde y gagne : diffuseurs, diffusés et bien sûr le public !



Par sa diversité,
et sa qualité,
la RTBF,
valorise la pluralité
des genres.

Les documentaires

Qualité et diversité

Le documentaire reste en 2013 un cheval de bataille de la RTBF. Tant par sa diversité que par sa qualité, la RTBF valorise le genre. De quoi épingler quelques programmations remarquables…

Le Festival des Libertés

Chaque automne, le Festival des Libertés mobilise, à Bruxelles, « toutes les formes d'expression pour se faire le témoin de la situation dans le monde, inciter à la résistance et promouvoir la solidarité ». À cette occasion, La Trois a proposé, tous les soirs durant la semaine du 17 au 26 octobre, une sélection de documentaires, pour la plupart inédits, liés à cette thématique des libertés et des droits de l'homme.

Les rendez-vous du documentaire

La Une a proposé à plusieurs reprises, le vendredi en deuxième partie de soirée, des documentaires à destination du grand public consacrés à des artistes reconnus, tels que Romy Schneider, Michel Galabru et Jacques Brel, ce dernier documentaire étant coproduit par la RTBF.

Jacques Brel a passé les dernières années de sa vie aux Marquises avant de revenir s'éteindre en Belgique.

Les documentaires inédits

Le quatrième pouvoir retrace l'histoire de la presse quotidienne en Belgique francophone.

Tous les mercredis soir, dès septembre, La Une a diffusé en deuxième partie de soirée, deux films documentaires destinés à tous les publics : « Global gâchis », « Fantasmes ! Sexe, fictions et tentations ».

Du côté des coproductions RTBF, épinglons une soirée consacrée au réalisateur Thierry Michel avec notamment son dernier documentaire tourné au Congo : « L'irrésistible ascension de Moïse Katumbi » qui dresse le portrait de ce gouverneur du Katanga et richissime homme d'affaires. On a découvert également une biographie de Jean-Florian Collin, le fondateur d'Etrimo, qui a marqué l'urbanisme des années 60, un documentaire de David Deroy et Mathieu Frances. Autre documentaire qui relate une page de notre histoire : « Le quatrième pouvoir » de Tristan Bourlard et François de Smet, film en deux parties qui retrace l'histoire passionnante de la presse quotidienne en Belgique francophone. Epinglons aussi « Silence Radio » du jeune réalisateur belge Valéry Rosier lauréat du FIPA d'Or du meilleur documentaire de création. Ce film dresse un portrait tendre et décalé d'une région rurale et de ses habitants à travers celui d'une radio locale qui leur apporte un soleil nostalgique. À travers elle, ils se parlent, se tiennent compagnie, échangent, rient, chantent, se replongent dans leur passé : portrait d'une radio qui fait reculer l'exclusion et la solitude.

Les documentaires de création

Henri Storck, un « maître » qui a inspiré bien des « élèves »...

Tous les lundis soir, à partir de septembre, La Trois a fait la part belle à la nature au travers de documentaires dont une série de films animaliers. La série s'est ouverte avec le film « Le Royaume de Machli », documentaire anglais sur la tigresse la plus célèbre du monde.

Autre documentaire inédit à épingler : « Le chant de la fleur » de Jacques Dochamps, coproduit par la RTBF et qui nous emmène en Equateur. Il suit le combat du peuple indien Sarayaku contre la déforestation. À noter également, une soirée spéciale en octobre à l'occasion du 19e Festival Nature Image. Ce festival sensibilise le grand public à une écologie plus responsable.

Le jeudi soir, La Trois est devenue la case des documentaires de création, coproduits par la RTBF. Après le programme Fenêtre sur doc de l'été, La Trois a proposé en automne une série de documentaires belges du XXe siècle en écho à un livre de La Cinémathèque de la Fédération Wallonie-Bruxelles intitulé « Regard(s) sur le réel : 20 documentaires du 20e siècle » : de Henri Storck à Thierry Michel, en passant par Manu Bonmariage, les frères Dardenne, Anne-Lévy Morelle ou Jean-Jean-Andrien, une anthologie de 20 œuvres majeures du documentaire belge du siècle passé.

La nuit du documentaire

50

lieux de projection

La Trois a proposé en novembre une nuit du documentaire en écho au week-end du documentaire initié par le Centre du Cinéma de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Durant trois jours, le cinéma documentaire belge francophone a été mis à l'honneur dans plus de cinquante lieux de projection : des salles de cinéma, mais également des centres culturels, des médiathèques, des bibliothèques ou encore des cafés-restaurants. Par le biais de projections thématiques et de rencontres, cette opération vise à valoriser et faire connaître ce cinéma du réel auprès d'un large public, un objectif largement partagé par la RTBF. Bon nombre des dizaines de films présentés ont été coproduits par la RTBF. La Trois a donc été partie prenante de cette première édition en proposant, elle aussi, une sélection de films documentaires, des créations originales réalisées en collaboration avec la RTBF et représentatives de la diversité des genres. À noter qu'Arte Belgique a proposé le 13 novembre une émission spéciale Quai des Belges consacrée au week-end du documentaire. Cette émission a été tournée au cœur de quatre lieux alternatifs de la projection à Bruxelles et en Wallonie.

Intouchables
un succès
exceptionnel.

La fiction

Tous les genres, pour tous les goûts

La RTBF a accordé en 2013 toute son attention à la fiction en étant notamment très active dans son rôle de coproductrice. Au-delà de la poursuite de la série télévisée « A tort ou à raison » et de la websérie « Typique », les rendez-vous de qualité n'ont pas manqué en 2013. Une valeur ajoutée supplémentaire a été apportée : la version multilingue. Elle offre au téléspectateur le choix entre la version française et la version originale sous-titrée. Cette solution consiste à diffuser deux canaux audio VF et VO en simultané et une piste de sous-titrage VF (différente de la piste de sous-titrage pour sourds et malentendants), exactement comme sur un DVD. Cela complète l'offre déjà en vigueur en VO sur La Trois qui permet de découvrir de nombreux films, en plus des séries, en VO sous-titrée.

Séances VIP : incontournable

La Une est restée l'incontournable point de rendez-vous des soirées ciné le lundi avec les meilleurs films du box-office. La programmation est éloquente avec notamment De rouille et d'os, succès coproduit par la RTBF, Le Prénom, The Artist, Drive, Tintin et le secret de la licorne, Intouchables, etc.

Séances VIP : incontournable

La Une a accueilli The Mentalist tous les jeudis soir, une cinquième saison à succès. Mais ce ne fut pas la seule... Person of Interest, Unforgettable, Rizzoli and Isles : autant de séries qui ont captivé les amateurs du genre. À noter également la mini-série World Without End (Un monde sans fin), dans la lignée des Piliers de la Terre.

Les rendez-vous de la fiction

Le mardi, La Deux a permis de découvrir ou de redécouvrir des grands moments de fiction avec notamment Public Enemies, Transformers 2 : La Revanche produit par Steven Spielberg, ou encore The Town réalisé par et avec Ben Affleck. Le mercredi, la part belle a été faite aux films d'action avec Blood Diamond, Le Pacte, inédit avec Nicolas Cage, ou Le Guetteur, coproduction RTBF avec Daniel Auteuil. Place à la famille le vendredi avec notamment Madagascar 2 et Les Chroniques de Spiderwick. Fiction inédite en mode aventure le samedi, avec Post Impact et Le Jugement dernier !

Les films d'auteur

Le mercredi, les coproductions cinéma RTBF ont trouvé leur place sur La Trois : films d'auteur, premiers films, films belges, etc. Une programmation qui s'est voulue en phase avec l'actualité cinématographique marquée notamment par le Festival International du Film Francophone de Namur ou la Semaine du Cinéma Européen. En deuxième partie de soirée, ce sont les courts métrages qui ont été mis à l'honneur. Les soirées du samedi ont été dédiées aux coproductions téléfilms RTBF. De quoi revoir des adaptations de grandes œuvres littéraires comme Nana de Zola.

La semaine du cinéma européen

La première semaine de décembre, la RTBF et 26 autres télévisions publiques européennes se sont mobilisées pour promouvoir le cinéma européen à travers une programmation unique dans le cadre de la première édition de l'Eurovision Film Week. La Une et La Trois ont fait découvrir de nombreux films inédits, 100% made in Europe, dont Faut que ça danse avec Jean-Pierre Marielle. Les chaînes Radio La première, Musiq'3, Classic 21 et Pure FM ont également participé à cette semaine exceptionnelle.

L'émission MediaLog, une mission **concrète d'éducation** aux médias.

Les émissions et métiers abordés **dans la saison 2013**

On n'est pas des Pigeons **chroniqueur TV**
Sans Chichis **réalisateur TV**
Nouvelle Météo **infographiste TV**
Emission radio : 5 heures **réalisateur radio**
L'Info 360° **monteur(se) TV**

La Tribune **assistant(e)-réalisatrice(eur)**
Hep Taxi ! **scripte**
Archiviste **documentaliste TV**
Mise au Point, l'Indiscret & Revu et Corrigé **cameraman**
Spéciale radio : La Première **journaliste radio**

L'éducation permanente

Décoder et expliquer **l'envers du décor**

En matière d'éducation permanente, la RTBF propose l'émission MediaLog. Ce joli mot-valise est le nom d'un magazine télé d'information, d'éducation aux médias et de médiation. Il s'adresse aux téléspectateurs, auditeurs et internautes qui s'interrogent sur ce qu'ils écoutent, regardent, lisent chez nous ou ailleurs.

MediaLog a pour mission de déchiffrer et d'expliquer les pratiques journalistiques, l'évolution du monde des médias et, plus globalement, tout ce qui se passe de l'autre côté de l'écran. L'émission a pour ambition de s'adresser à tous les publics en usant d'une pédagogie claire et attractive. L'alternance séquences filmées/débats en plateau rythme l'émission. En fait de débats, il s'agit plutôt de discussions entre Thierry Bellefroid et des « experts » et/ou des professionnels du terrain qui permettent d'approfondir le sujet en témoignant de leur expérience vécue. Les descriptions liées aux différentes émissions analysées ainsi qu'aux différents métiers des médias étudiés répondent en fait au plan stratégique « Education aux médias » inscrit dans le contrat de gestion de la RTBF.

L'autre partie de MediaLog est centrée sur les interactions avec le public. Une dizaine d'émissions ont jalonné l'année 2013, passant en revue différents programmes de la RTBF. MediaLog décrit les coulisses d'une émission ; elle décode et retrace pour le téléspectateur le processus de « fabrication » d'une émission RTBF. La rubrique « MediaFactory » se penche sur un métier de l'audiovisuel et des médias : elle explore et étudie le quotidien de cette profession et la filière de formation ou le cursus pour y accéder.

Quand « On n'est pas des pigeons ! » **se fait décrypter...**

C'est un renversement de situation : la première de MediaLog a en effet été consacrée à l'émission « On n'est pas des pigeons ! », qui décortique notre société de consommation. Le magazine lui-même a ainsi été analysé sous toutes les coutures : voilà la preuve que la RTBF peut se regarder elle-même dans le miroir avec un regard critique.

Le producteur Olivier Evrard et un des éditeurs, Xavier Guilitte, ont guidé le téléspectateur dans les coulisses de ce programme qui allie humour et information sur un ton unique, sous la houlette de Sébatien Nollevaux et de son équipe. MediaLog a abordé une série de questions telles que : à quel besoin répond cette émission, comment est-elle fabriquée, sur quelle ligne éditoriale, avec quelle liberté, etc. ?

Pour répondre aux interpellations des internautes, le présentateur Thierry Bellefroid a apporté une attention plus spécifique à deux problématiques avec ses invités Jean-Claude Verset (chroniqueur « technologies » à la RTBF) et Stéphane Hoebeke (juriste à la RTBF). Est-il difficile voire impossible de parler de technologie sans citer de marques ? Comment couvrir les nouveautés technologiques de notre société ? Où se situe la limite entre information et publicité dans ces cas-là ? La problématique des écrans partagés, permettant de diffuser de la publicité pendant les génériques de films, a également été abordée.

OUFtivi offre
3 000 heures
de programmes
par an.

La jeunesse

OUFtivi, ça se regarde, **ça se surfe,** ça s'écoute **et ça se vit** aussi !

INTERVIEW
Coralie Pastor

L'ÉQUIPE D'OUFTIVI entretient des échanges fructueux avec les parents via une page Facebook.

EN TANT QUE RESPONSABLE JEUNESSE À LA RTBF, QUELLES SONT POUR VOUS LES SPÉCIFICITÉS DE LA TÉLÉVISION PUBLIQUE EN LA MATIÈRE ?

OUFtivi, c'est le label jeunesse qui se décline dans tous les médias : un site web, une télé, une radio, des événements, soit une offre de 360 degrés à destination des enfants de 3 à 12 ans. Avoir une vision panoramique de la jeunesse implique aujourd'hui l'ouverture à un nouveau mode de consommation des médias, l'extension des compétences à des domaines voisins et complémentaires afin de croiser les contenus.

OUFtivi, c'est une chaîne dans la chaîne, diffusée sur la Trois, sans publicité, elle offre du divertissement intelligent. À côté par exemple des héros classiques belges (Tintin, les Schtroumpfs, Spirou, ...) et du célèbre journal d'informations « Les Niouzz », nous proposons des programmes novateurs, parmi lesquels diverses coproductions. Nous constatons que les enfants viennent chercher à la RTBF de la différence. À nous d'offrir une ligne éditoriale riche en contenus ludo-éducatifs, originaux, impertinents, divertissants et questionnants.

L'accès aux héros préférés des enfants « garantis sans pub et sans liens sortants de notre site », donne une valeur ajoutée à notre label. Protéger nos jeunes téléspectateurs et internautes, c'est aussi la mission du service public.

LA PROXIMITÉ, C'EST UN LEITMOTIV QUI FIGURE EN BONNE PLACE DANS LES NOUVEAUTÉS 2013 ?

C'est en effet une préoccupation de tous les instants : rencontrer les enfants, se mettre à leur écoute, comprendre et répondre à leurs besoins. À la RTBF, les enfants participent à la vie de la chaîne et deviennent les acteurs. Par exemple, nous créons des équipes de « OUFtivi reporters » qui partent sur le terrain, ou, grande nouveauté depuis l'an dernier, nous organisons des « Soirées Pyjamas ». Ce concept original n'existe nulle part ailleurs ! Nous invitons les enfants à découvrir des programmes et à donner leur avis. Cette formule permet d'élargir les horizons, de tester des émissions – par exemple autour d'une thématique particulière – mais aussi de tisser des liens. Cette interactivité contribue au succès spectaculaire de notre label OUFtivi.

QUELLE EST VOTRE VISION DE L'AVENIR ?

Je pressens que nous pourrions devenir une plateforme-test pour le public. Beaucoup de producteurs et distributeurs nous contactent par exemple pour mettre à l'épreuve leurs séries ou projets. Les enfants belges vivent dans une culture melting pot, avec une grande capacité d'adaptation et d'ouverture d'esprit. Ils ont un appétit démesuré, un humour démentiel et surréaliste qui dépasse les frontières !

WEB / UN PORTAIL D'ÉCHANGES

OUFtivi décline une offre 360°.
À côté des programmes diffusés à la télévision sur la Trois, le label propose un portail riche, dynamique et interactif. Les 3/6 ans bénéficient d'une navigation intuitive, visuelle et sonore. Des mots-clés servent de fil conducteur. Les enfants ont aussi l'opportunité de découvrir des histoires lues par la conteuse de l'équipe.

Les 6/12 ans profitent de contenus plus étoffés avec une navigation qui pousse à l'action.
On retrouve les Niouzz, des vidéos tournées avec les enfants, des jeux, des articles, des pages dédiées aux héros et aux séries, des idées de sorties, des nouveautés bouquins/BD/DVD, des interviews exclusives, des potins de stars, des concours, etc.
Les enfants disposent aussi d'une web radio avec une programmation 24h/24 à laquelle ils peuvent contribuer individuellement ou en groupe.

UNE RECONNAISSANCE INTERNATIONALE

OUFtivi a terminé deuxième aux CARTOON TRIBUTES 2013
dans la catégorie « Chaîne de l'année », remportée par Super RTL (D). La RTBF précède Channel 5 – Milkshake ! (UK), France Télévisions (F) et LNK TV (LT). Le classement a été établi au Forum Cartoon par 850 professionnels de la production de séries télévisées et du long métrage d'animation européen.

OUFtivi sur le terrain

CODE AVENTURE

C'est une nouvelle séquence réalisée en association avec une ONG et la Coopération Belge au Développement. Entourés par une équipe des Niouzz, des enfants partent à la découverte d'un pays du sud. De plus, l'aventure des Niouzz se poursuit depuis 13 ans avec une nouvelle formule: un journal télévisé tous les jours de la semaine présenté par les enfants eux-mêmes.

La RTBF a dynamisé la [co]production jeunesse

LES P'TITES HISTOIRES EN CATHYMINI

Ce sont des histoires lues et illustrées: une manière originale de promouvoir la littérature jeunesse de chez nous et d'éveiller le plaisir de la lecture dès le plus jeune âge. À voir sur le site et en télévision. La saison 2013-2014 annonce aussi l'arrivée de 5 nouvelles co-productions : « Wich is witch », « Le Parfum de la carotte », « Kika & Bob », « The chicken Town 2 » et « Mon chevalier et moi ».

Les soirées pyjamas

Les soirées pyjamas offrent des moments d'échanges exceptionnels entre les enfants et les responsables d'OUFtivi.

Le TOP 10 des programmes 2013 :
1. Les douze travaux d'Astérix (long métrage) **2. Tintin et le lac aux requins** (long métrage) **3. C'est pas sorcier !** (émission) **4. Spirou & Co** (série) **5. Scooby-Doo ! Mystères associés** (série) **6. Astérix le Gaulois** (long métrage) **7. Quoi d'neuf Scooby-Doo** (série) **8. WEB TIVI** (production OUFtivi) **9. Mia et moi** (série) **10. Les Niouzz** (production OUFtivi)

Mia et moi fait partie des programmes les plus regardés par les jeunes téléspectateurs de la RTBF.

Avec 60 000 fans sur Facebook, **Sans chichis,** rencontre l'intérêt du public sur **les réseaux sociaux.**

Les magazines

La diversité des genres et des publics

INTERVIEW
Sandrine Graulich

LA JOURNÉE HISTORIQUE DU 21 JUILLET 2013 a été l'occasion d'une collaboration entre les secteurs information et magazines.

VOUS ÊTES RESPONSABLE DE PLUSIEURS MAGAZINES À LA RTBF ; VOUS QUI DITES ÊTRE « UNE ENFANT DE LA RTBF », QUELLES SONT DONC LES SPÉCIFICITÉS DE LA TÉLÉVISION PUBLIQUE DANS VOTRE DOMAINE ?

La RTBF se caractérise par une grande diversité dans son offre magazine. Une série d'émissions figurent d'ailleurs dans l'ADN du service public et contribuent à sa force. Elles résultent d'un travail journalistique et bénéficient d'une crédibilité énorme. Notre télévision doit être au service et en lien avec son public ; nos magazines sont donc ouverts aux gens, que ce soient des experts ou messieurs-tout-le-monde. Nous sommes à leur écoute, y compris pour traiter certains des sujets proposés. Résultat : nous créons des communautés. L'exemple le plus emblématique est le magazine « Sans chichis » avec 60.000 fans sur sa page Facebook. Cette notion de partage s'inscrit également dans l'émission « 1001 Belges », une nouvelle plateforme web unique qui permet aux Belges de se rencontrer autour de leurs passions. L'impertinence constitue aussi une caractéristique de notre programmation.

QUELS ONT ÉTÉ LES TEMPS FORTS EN 2013 ?

Je citerai en premier lieu la journée du 21 juillet marquée par la collaboration entre les secteurs de l'information et du magazine. L'émission « C'est du belge » s'est imposée avec un apport d'expertise et de regard différent. Nos services se sont renforcés, illustrant la devise « L'union fait la force ». Cette collaboration constitue un message positif vis-à-vis du citoyen quant au fonctionnement de la RTBF. Ensuite, la soirée de la Fédération Wallonie-Bruxelles du 27 septembre. Ce fut l'occasion d'une nouvelle collaboration interne entre l'Unité Magazine et l'Unité Divertissement et Scènes, en présence de nos meilleurs artistes. « C'est du Belge » a fédéré son public habituel et le public du concert. Enfin, je retiendrai aussi l'émission spéciale réalisée dans le cadre des 60 ans de la télévision. Ces exemples illustrent la nécessité de proposer des rendez-vous récurrents, mais aussi événementiels.

QUEL REGARD PORTEZ-VOUS SUR L'AVENIR ?

Je rappellerai l'importance de renforcer le lien, mais aussi l'ancrage dans notre communauté. Le développement de nos magazines passe par une impulsion plus forte vers les intérêts liés à notre communauté, sans oublier personne. Partons de ce qu'on vit et de ce qu'on a vécu chez nous. C'est ainsi par exemple que la thématique de l'histoire peut rassembler les plus jeunes et les plus âgés. Préoccupons-nous de ce qui intéresse les gens et pas de ce qui nous intéresse ! Soyons ouverts, curieux et attentifs. L'avenir s'écrit aussi sur la valorisation de tout ce qu'on fait en Fédération Wallonie-Bruxelles, sur les personnes moteurs dans cet environnement. Notre politique repose sur une vision multimédia, sachant que chaque outil peut renforcer l'autre.

Un libre échange entre des étudiants

et une personnalité hors du commun

Hubert Reeves, premier invité de l'émission « Libre Echange »

Ils étaient plus de 200 jeunes, entre 18 et 25 ans, à envahir le Parlement Européen de Bruxelles pour assister au premier numéro de « Libre Echange » et poser leurs questions à Hubert Reeves !

Cette émission diffusée le 26 décembre 2013 était la première d'une série destinée à permettre à la jeunesse belge de rencontrer, au cœur de nos institutions européennes, des personnalités d'envergure internationale. Autour de la création de ce nouveau programme, il y a eu d'emblée la volonté d'encourager les jeunes à s'engager dans une citoyenneté active, de les mettre au cœur du débat et qu'ils puissent poser les questions qui concernent leur génération.

Rediffusée sur TV5 Monde, cette émission est aussi une belle occasion pour une personnalité au parcours exemplaire de partager son savoir, ses valeurs et ses réflexions sur l'Europe et le monde qui nous entoure. Dès le premier numéro, toute l'équipe de production a été impressionnée par la richesse du débat et la qualité des interventions. C'est un autre regard sur une jeunesse curieuse et avide de connaissances et d'échanges.

Des émissions anciennes **et récentes, mais emblématiques**

LE JARDIN EXTRAORDINAIRE

L'incontournable rendez-vous avec Claudine Brasseur.

LES CARNETS DU BOURLINGUEUR

Philippe Lambillon se lance dans les aventures les plus folles.

TÉLÉTOURISME

10 ans de collaboration avec l'Institut du Patrimoine Wallon !

The Voice
Une équipe
de 150 personnes

Le divertissement

The Voice, un élément déclencheur pour la transversalité **à la RTBF**

INTERVIEW
Leslie Cable

2 300
candidatures auditionnées en ligne par The Voice

1 000
candidatures auditionnées en live par The Voice

120
candidats en Blind Auditions

VOUS ÊTES LA PRODUCTRICE DE « THE VOICE BELGIQUE » QUI EST RESTÉ LE PHÉNOMÈNE DE L'ANNÉE 2013 EN MATIÈRE DE DIVERTISSEMENT SUR LA RTBF. COMMENT EST-CE QUE CETTE ÉMISSION S'EST IMPOSÉE AVEC SUCCÈS SUR UNE TÉLÉVISION PUBLIQUE ?

Quand on a découvert ce format, il avait déjà été produit par les Pays-Bas, précisément par John Demol, le créateur de la télé-réalité. « The Voice » est pourtant le contraire de ce format. Le programme mise sur l'authenticité. La RTBF souhaitait un concours pour découvrir des talents ; c'est en effet une fierté pour la population, à l'instar de ce qui se fait déjà en Flandre qui a ses « bekende vlamingen ». Nous voulions aller vers les gens, inciter des candidats à se présenter, mettre en avant nos artistes. « The Voice » est une démarche positive en faveur de notre communauté, bien dans l'esprit de la notion de service public. Enfin, les coaches de la RTBF prennent réellement en charge nos candidats sélectionnés : c'est ça aussi la différence. Le concept a été adapté à la sauce service public et belge francophone.

UNE DES PARTICULARITÉS DE CE PROGRAMME, C'EST SON ASPECT 360 DEGRÉS DÈS LE DÉPART, NON ?

Notre étude préalable montrait que cette émission toucherait les jeunes. Dans la « bible » de ce format, il apparaît clairement que la transversalité fait partie de son ADN. C'était le bon moment pour la RTBF qui amorce le virage numérique. En fait, « The Voice » attire les jeunes tout en gardant les plus âgés ; c'est un programme familial. Le lancement de ce programme a constitué un élément déclencheur pour la transversalité à la RTBF. Au-delà des supports, cet état d'esprit se matérialise aussi dans notre mode de fonctionnement ; ainsi, chaque mercredi, tous les chefs de poste se réunissent. Un projet, c'est le contenu, mais aussi une stratégie globale avec ses différentes composantes qui font partie du succès de l'émission.

2013, C'ÉTAIT LA SAISON 3 : QUELLES ÉVOLUTIONS AVEZ-VOUS REMARQUÉ ?

Il existe une sorte de club des Voiciens qui commentent les émissions via des Tweets. La première année, tant qu'on tweetait, on était content ! Désormais, cette communauté souhaite du contenu dans les tweets. Par ailleurs, nous constatons aussi que notre public a très rapidement reconnu des coaches et évidemment des candidats qui n'étaient pas nécessairement connus au départ ; c'est la preuve que notre ambition de départ fonctionne. À l'image de l'émission « Comme un chef ! », nous mettons en évidence des talents de chez nous.

COMMENT APPRÉHENDEZ-VOUS L'AVENIR ?

La télévision a encore une très belle vie devant elle. Il existe encore des talents, des audiences et des forces en interne. La RTBF a attiré un nouveau public ; il est important d'aller à sa rencontre et de le conserver. Et l'avenir, c'est aussi aller plus loin dans le 360 degrés.

L'année des duels et des duos

Anne-Laure Macq et Michel Lecomte (qui a fait une infidélité au sport) ont soumis aux candidats de l'émission Versus des défis inédits, insolites et souvent spectaculaires, opposant à chaque fois deux adversaires totalement inattendus. Place aussi à la convivialité avec Walid (soutenu par Jérôme de Warzée en voix off) durant l'été : le jeu Dotto a rassemblé des duos de candidats invités à répondre à des questions mi-culture, mi-réflexion.

Le meilleur de l'humour et de la gastronomie

L'année 2013 a provoqué le rire à la RTBF à travers des spectacles des plus grands noms internationaux de l'humour, et des captations inédites d'artistes bien de chez nous avec par exemple « Le plus Belge de tous les Galas du Monde » enregistré au Théâtre Saint-Michel à Bruxelles.
La 3e saison de « Comme un chef ! » sur La Une permet une expérience de formation unique et exceptionnelle pour 6 jeunes cuisiniers, immergés dans les plus hauts lieux de la gastronomie.

03

Production propre et le soutien à la production indépendante

Les coproductions et la production indépendante

La RTBF, pilier de notre cinéma

INTERVIEW
Arlette Zylberberg

2013 FUT UNE ANNÉE BIEN REMPLIE!

RESPONSABLE DES PRODUCTIONS ET COPRODUCTIONS DE FICTION, ARLETTE ZYLBERGBERG LIT ENTRE 70 ET 100 SCÉNARIOS PAR AN. SOUS SON IMPULSION, ET AVEC SON ÉQUIPE, LA RTBF EST UN ACTEUR INCONTOURNABLE DE NOTRE CINÉMA. LA RTBF PILIER DU CINÉMA BELGE ?

En 2013, la RTBF a été pleinement partie prenante dans le développement du cinéma belge francophone. La RTBF peut être considérée comme le pilier de notre cinéma. Notre travail s'articule autour de quatre axes. Il y a d'abord les « premiers films », c'est l'axe « découverte de talents ». Il y a ensuite les deuxièmes films et suivants, l'accompagnement qui mène à la reconnaissance, vers les César, les Palmes d'or, etc. pour nos créateurs. Le troisième axe est la coproduction de films minoritaires belges à travers lesquels la RTBF accompagne et soutient les producteurs de notre communauté. Et last but not least, l'aide au développement qui donne un coup de pouce aux producteurs pour les supporter dans l'écriture des scénarios. Dans ce quadruple cadre, nous avons travaillé et travaillons, aux côtés des producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, avec tous les grands talents belges, réalisateurs et acteurs, mais aussi avec de grands talents étrangers.

LA SPÉCIFICITÉ DE 2013 DANS CE CONTEXTE ?

2013 a vu du côté belge le retour de Yolande Moreau avec « Henri », de Stefan Liberski avec « Baby balloon », de Stijn Coninx avec « Marina », de Benoît Mariage avec « Les rayures du zèbre » et l'arrivée de nouveaux talents dont Joël Franka avec « Une chanson pour ma mère » et Riton Liebman avec « Je suis supporter du Standard ». Du côté des coproductions minoritaires, nous avons coproduit notamment « La vie d'Adèle », Palme d'or au dernier Festival de Cannes, « L'écume des jours » de Michel Gondry et bien sûr « Je fais le mort » de Jean-Paul Salomé. On découvrira prochainement le nouveau film des frères Dardenne « Deux jours, une nuit ».

Y A-T-IL VRAIMENT UNE TYPOLOGIE DE NOTRE CINÉMA ?

Oui, je le pense. Il est fondé sur deux axes. Un axe lié à notre héritage des grands documentaristes belges, qui nous donne des films plus sociaux, ancrés dans la réalité, dans notre quotidien et un axe plus surréaliste qui nous vient de la peinture, de la bande dessinée.

VOUS ENVISAGEZ L'AVENIR COMMENT ?

Nous allons poursuivre sur notre lancée en gardant le cap. Permettre à de beaux films de voir le jour, voilà ce qui nous anime depuis plusieurs années et qui continuera à nous animer. Il nous reste un très gros défi, faire venir le public dans les salles obscures voir des films belges. Si nos films, nos comédiens et nos techniciens sont reconnus internationalement, on aimerait aussi que ce soit le cas en Belgique francophone. Nous avons un rôle important à jouer dans cette reconnaissance.

La RTBF a coproduit « La vie d'Adèle », Palme d'or au Festival de Cannes.

La RTBF s'est engagée dès 2008 dans le développement d'une nouvelle série belge, judiciaire cette fois. « A tort ou à raison » est initiée par la RTBF et To Do Today Productions.

Plus de 50 coproductions de documentaires par an !

LE THÉ OU L'ÉLECTRICITÉ
DE JÉRÔME LE MAIRE

a remporté 10 prix internationaux, plus le Magritte du Meilleur Documentaire 2013.
Il raconte l'histoire épique de l'arrivée de l'électricité dans un village isolé et enclavé au cœur du haut atlas marocain.

SILENCE RADIO
DE VALÉRIE ROSIER

dresse le portrait d'une radio qui fait reculer l'exclusion et la solitude en Picardie rurale. Ce documentaire a gagné 3 prix importants au FIPA.

THE GATEKEEPERS
DE DROR MOREH

donne la parole à cinq membres du Shin Beth, les services de sécurité intérieure et de renseignements d'Israël, qui s'expriment sur le conflit palestinien. Cette coproduction franco-belgo-israélienne a été nominée aux Oscars.

Téléfilms et séries, la garantie de nombreuses exclusivités

JULIE LESCAUT
LE SANG DE LA VIGNE
DOC'MARTIN
CLEM
Les grands classiques dans lesquels la RTBF a investi.

À côté des coproductions dans le cinéma et dans les séries belges, la RTBF participe également à des coproductions de téléfilms et de séries étrangères, essentiellement françaises.

« Julie Lescaut », « Le sang de la vigne », « Doc'Martin », « Clem » constituent quelques exemples des grands classiques dans lesquels la RTBF a investi.

« Nous lisons beaucoup de scénarios » précise Anne Leduc, productrice en charge de la coproduction des téléfilms et des séries (à l'exception des séries 100 % belges). « Nous privilégions les fictions populaires grand public focalisées sur deux genres : le policier et la comédie ».

Contrairement au cinéma et à l'inverse de la France, les téléfilms attirent moins les professionnels belges, qu'ils soient acteurs, producteurs, techniciens. « Il n'y a plus de téléfilms majoritairement belges, mais nous essayons de susciter l'intérêt de nos compatriotes à travers des séries belges » relève Anne Leduc.

Le bénéfice de ces coproductions se traduit surtout par des exclusivités pour les chaînes de la RTBF, d'autant que les droits portent sur 15 ans. « C'est donc très intéressant pour la programmation ! C'est aussi une fierté pour la chaîne publique d'offrir certains téléfilms à son public ».

en chiffres...

71 téléfilms inédits diffusés en 2013.

108 projets reçus en 2013.

255 téléfilms rediffusés cette année.

64 projets acceptés.

Trois coproductions exemplatives, dans trois formats différents

CE SOIR, JE VAIS TUER L'ASSASSIN DE MON FILS

Téléfilm dressant un portrait de la lâcheté ordinaire, ne laisse personne indifférent.

CLEM

LA SÉRIE FAMILIALE

La série remporte d'excellentes audiences.

CROSSING LINES

LA SÉRIE INTERNATIONALE

La première saison a été vendue dans plus de 180 pays et permet à la RTBF d'être associée à un programme international prestigieux.

Trois coproductions avec trois comédiens belges talentueux

PAS SON GENRE

PAR LUCAS DELVAUX AVEC EMILIE DEQUENNE

Sortie en mai 2014. « C'est le film le plus abouti de Lucas Delvaux, certainement son film le plus émouvant, le plus personnel, celui dans lequel il se dévoile le plus. Emilie Dequenne y est fantastique ».

ARLETTE ZYLBERBERG

DEUX JOURS UNE NUIT

PAR LES FRÈRES DARDENNE AVEC MARION COTILLARD

Sortie en mai 2014. « Un film très fort, remarquable. Marion Cotillard y est étonnante aux côtés de Fabricio Rongione, comédien belge de grand talent. Nous suivons les frères Dardenne depuis toujours. Pour la RTBF c'est une belle fidélité de leur part ». ARLETTE ZYLBERBERG

LA RANÇON DE LA GLOIRE

PAR XAVIER BEAUVOIS AVEC BENOÎT POELVOORDE

Sortie en 2014. « Nous avions envie de travailler avec Xavier Beauvois. Réalisateur et comédien très talentueux. Un très beau rôle pour notre incontournable Benoit Poelvoorde avec un beau clin d'œil à Charlie Chaplin... » ARLETTE ZYLBERBERG

Magritte du cinéma : 13 prix **pour** les coproductions **RTBF !**

C'est Emilie Dequenne qui a présidé la cérémonie 2013 des Magritte du cinéma. La RTBF a particulièrement été récompensée.

Meilleur film : Ernest et Célestine de Benjamin Renner & Stéphane Aubier & Vincent Patar, produit par LA PARTI PRODUCTION

Meilleure réalisation : Ernest et Célestine : Stéphane Aubier et Vincent Patar

Meilleur Premier Film : Une chanson pour ma mère de Joël Franka

Meilleur film étranger en coproduction : La vie d'Adèle de Abdellatif Kechiche

Meilleur scénario original ou adaptation : Tango libre : Philippe Blasband et Anne Paulicevich

Meilleure actrice : Pauline Etienne pour son rôle dans « La religieuse »

Meilleure actrice dans un second rôle : Catherine Salée pour son rôle dans « La vie d'Adèle »

Meilleur son : Ernest et Célestine : Frédéric Demolder, Emmanuel de Boissieu, Luc Thomas, Franco Piscopo

Meilleurs décors : Tango libre : Véronique Sacrez

Meilleurs costumes : Vijay and I : Catherine Marchand

Meilleure musique originale : Ozark Henry pour « Le monde nous appartient »

Meilleur montage : Kinshasa kids : Marie-Hélène Dozo

Meilleur long métrage documentaire : La nuit qu'on suppose de Benjamin d'Aoust

Quotas de service public : **mise en valeur** des œuvres **européennes.**

Diffusion d'œuvres européennes

Objectif de **55%** **Atteint à fin 2013** **79,31%**

Diffusion d'œuvres francophones

Objectif de **35%** **Atteint à fin 2013** **73,13%**

04

Accessibilité des programmes

Émissions pour sourds et malentendants

1 479 h

de programmes télévision sous-titrés (journal télévisé, météo, magazines divers y compris de sécurité routière, documentaires, séries télévisées, messages royaux, communication gouvernementale et tribunes électorales)

Interprétation en langue des signes

365 j / 365 j

le journal télévisé de 19H30 sur La Deux

mais aussi :

le journal télévisé pour enfants « NIOUZZ » pendant la période scolaire

- l'émission clôturant CAP48
- la journée spéciale 21 juillet

Météo

2 970

séquences, réparties en 7 bulletins par jour

200

émissions « Quel temps ! »

Cotes et cours

258

séquences « Bourse »

Émissions concédées

52

« OpinionS », (magazine sociétal)

- 28 émissions politiques
- 24 émissions économiques et sociales

63

émissions « En quête de sens » (émissions religieuses et de morale laïque)

Messages du Roi

2

Messages de Sa Majesté le Roi Albert II diffusés :

- Les 20 et 21 juillet à l'occasion de la Fête Nationale
- Les 24 et 25 décembre à l'occasion de la Noël et des vœux du Nouvel an

Sécurité routière

52

émissions « Contacts »

Cultes

29

célébrations catholiques

6

célébrations protestantes

2

célébrations israélites et laïques

1

célébration orthodoxe

05

Médiation

Quand la RTBF interagit avec ses publics

La médiation et les relations avec les publics sont des préoccupations grandissantes au sein de la RTBF.

Les exemples sont multiples et largement explicités dans ce rapport. À travers bien des canaux et divers programmes, les chaînes publiques entretiennent un dialogue permanent avec leurs téléspectateurs, auditeurs, internautes, etc.

La multiplication des supports et des outils (360 degrés) a amplifié ce phénomène. La RTBF est donc bien au-delà des objectifs assignés dans le volet « médiation » du plan stratégique de l'entreprise.

L'émission MediaLog s'inscrit pleinement dans cette dynamique. Les sujets abordés dans sa deuxième partie, consacrée à la médiation, illustrent d'ailleurs les préoccupations des publics.

Le service des visites guidées, qui accueillent 10.000 visiteurs par an, se développent également dans une démarche d'éducation aux médias et en lien de plus en plus étroit avec la médiation.

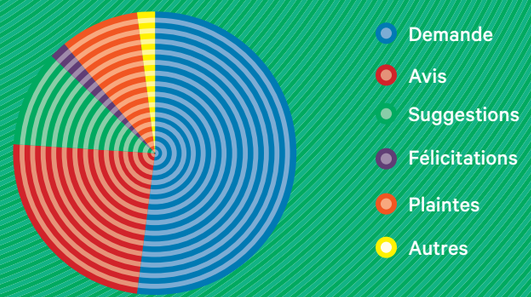
Quelques sujets de préoccupation du public

6 300

contacts pris en 2013.

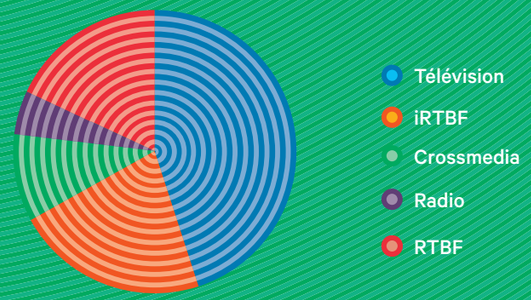
- La publicité déguisée sur les chaînes de télévision
- La suspension ou non de la série Derrick après la révélation du passé nazi de l'acteur principal ?
- Le traitement de la violence à la télévision
- La modération des réseaux sociaux, blogs & forums de discussion.
- La programmation et le choix des émissions proposées en VOD.
- Le boycott ou non sur les antennes de la RTBF du groupe de Bertrand Cantat.

5 755 dossiers traités



Les demandes constituent la plus grande part (52%) des dossiers traités. Les avis (24%), les suggestions (11%) et les félicitations (2%) complètent l'éventail des contacts qui se situent dans le contexte d'un service de relations avec le public. Les plaintes qui relèvent, elles, d'un service de médiation, constituent 9% des contacts traités tout au long de l'année 2013.

Quels contacts pour quels médias ?



Les contacts en lien avec des programmes de télévision sont largement majoritaires, devant les contacts relatifs à iRTBF (22%), la direction chargée de l'implantation et de la gestion du troisième média de la RTBF, internet et toutes ses déclinaisons : télévision en ligne, réseaux et médias sociaux. Pour rappel, cette dernière composante s'était largement implantée dans le public de la RTBF en 2012 avec l'émission The Voice. Une tendance qui s'est confirmée en 2013 avec l'ensemble des pages Facebook et comptes Twitter des émissions de la RTBF.

L'offre et le public touché par les développements de iRTBF sont en croissance et génèrent en conséquence de plus en plus de contacts avec la RTBF, notamment sous forme de plaintes lorsque les mises en ligne se font avec retard ou que les internautes rencontrent des difficultés à suivre le journal télévisé en streaming.

06

—

RTBF au centre du paysage médiatique

—

Les collaborations

avec le cinéma

65

avant-premières organisées par la RTBF en 2013.

Plus d'une avant-première par semaine !

C'est systématique : tout film belge coproduit par la RTBF bénéficie d'une avant-première dans une salle de cinéma de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Deux à trois semaines avant sa programmation en salle, la télévision publique s'associe donc au lancement du film grâce au soutien de l'une ou l'autre chaîne. « Le choix du média s'effectue en fonction du film » souligne Monique Dodémont, producteur en chef et responsable du pool cinéma. « S'il est très porteur, on joue sur tous les supports. »

À côté des œuvres belges, la RTBF organise aussi des avant-premières de films européens 75% et américains 25% porteurs et grand public. « Ces films doivent avoir un contenu et leur image doit correspondre à celle de la RTBF » prévient Monique Dodémont. À travers des campagnes de spots et la reprise du logo sur les affiches par exemple, la chaîne publique se trouve en effet étroitement associée au produit dévoilé au public. L'émission Screen diffuse systématiquement la bande-annonce des avant-premières qui, lors de leur sortie, bénéficient aussi parfois d'une visibilité dans l'autre émission cinéma de la RTBF, Ciné Station. Les séances, organisées dans différentes villes francophones (Bruxelles, Liège, Namur, Charleroi, Mons, Louvain-la-Neuve, Braine- L'Alleud) et concentrées sur certaines périodes plus propices, constituent une opportunité d'aller à la rencontre des auditeurs/téléspectateurs. « Leur profil varie fort selon la chaîne de radio » constate Monique Dodémont. En général, les films sont diffusés en télévision deux ou trois années après leur avant-première.

Une chanson pour ma mère (de Joël Franka avec Patrick Timsit et Dave)
Grand Central (de Rébécca Ziotowski avec Lea Seydoux et Olivier Gourmet)
Une place sur la terre (de Fabienne Godet avec Benoît Poelvoorde)
La vie d'Adèle (de Abdellatif Kechiche avec Adèle Exarchopoulos et Lea Seydoux)
Henri (de Yolande Moreau avec Pippo Delbono)
Django Unchained (de Quentin Tarentino avec Leonardo DiCaprio et Jamie Foxx)
The Hobbit : the Desolation of Smaug (de Peter Jackson avec Martin Freeman)
Les Garçons et Guillaume, à table ! (de/avec Guillaume Gallienne)

Les collaborations

internationales

Une dynamique de coproduction avec ARTE

Le 4 février 1993, la RTBF devint la première chaîne partenaire associée d'Arte G.E.I.E. Depuis cette date, des accords de coproductions nous permettent de coproduire des programmes avec la chaîne européenne et des producteurs indépendants de Belgique à hauteur d'environ 500.000 € par an. Parmi les programmes proposés pour l'ensemble des cases, notons une dizaine de documentaires dont « Fini de rire », documentaire sur les caricatures de presse, réalisé par Olivier Malvoisin et accompagné d'un web-documentaire produit pour Arte ; « À la recherche du Prince Charmant », qui, diffusé avec succès sur La Une et le web, a fait l'objet d'une version Arte ; « Le roi du Mont Ventoux », diffusé sur Arte à l'occasion du Tour de France ; ainsi que 2 films sur la Belgique vue d'en haut : « La Belgique vue du ciel », confié à Henri de Gerlache ; Jean-Jacques Andrien revenait, lui, sur le monde paysan avec « Il a plu sur le grand paysage ».

En 2013, une série d'opéras ont également été captés pour Arte, en particulier pour Arte Live Web, la plateforme dédiée aux spectacles vivants : une collection de 5 opéras à l'Opéra Royal de Wallonie.

Fini de rire (web-docu produit pour Arte)
À la recherche du Prince Charmant (Une version Arte)
Le roi du Mont Ventoux (diffusé sur Arte)
La Belgique vue du ciel (Henri de Gerlache)
Il a plu sur le grand paysage (Jean-Jacques Andrien)

Les collaborations

avec une multitude d'acteurs belges ou internationaux

UN ACTEUR au service de son territoire

800 INITIATIVES soutenues et promues par la RTBF

Producteur, coproducteur, partenaire économique ou solidaire, au présent comme au futur, la RTBF est un acteur du développement économique, social et culturel de la Wallonie et de Bruxelles. L'activité de coproduction qu'elle déploie, en télévision comme au cinéma, constitue aussi bien en fiction que dans le genre du documentaire, un volet essentiel de ces collaborations inlassablement tissées avec l'industrie audiovisuelle, d'une part, et avec ses auteurs et créateurs, d'autre part. Les projets amorcés ou concrétisés en 2013 et qui concernent le fonds des séries belges comme la collection « Et après » en témoignent en suffisance.

Mais ce volet compte plusieurs battants, parfois tellement évidents qu'on les oublie. De nombreuses émissions dites de flux sont aussi coproduites en télévision. « Tournée générale », « Le beau vélo de Ravel », « Les Belges du bout du monde », « Alors on change », « Starter », « 50° nord » : ces collaborations participent toutes à créer et à développer, à des degrés divers, des synergies avec l'ensemble de la production audiovisuelle belge francophone. On ne peut pas ne pas les mentionner, comme il serait dommage de ne pas évoquer l'aide à la création radiophonique qui débouche, dans un genre finalement moins exposé et médiatisé, sur plusieurs heures de création originale d'auteurs de Wallonie ou de Bruxelles.

Mais les synergies initiées par la RTBF occupent aussi le terrain, lorsqu'il s'agit de soutenir des institutions (théâtres, musées, associations culturelles) ou des événements exceptionnels ou récurrents. La majorité des festivals musicaux de l'été, les Foires de Libramont et du Livre, la Fureur de lire comme la Fête de la musique, la plupart des festivals de cinéma sont partenaires de la RTBF et de ses chaînes de radio et de télévision. Ce sont ainsi plus de 800 initiatives qui sont soutenues et promues par la RTBF.

D'autres formes de collaboration avec le monde économique, social et culturel belge francophone existent encore. Qu'il soit question d'échanges éditoriaux, de mutualisation des moyens ou de projets industriels, la RTBF œuvre en partenariat avec les télévisions locales, dans le respect de la spécificité des uns et des autres. Le projet d'implantation conjointe de la RTBF et de Télésambre à Charleroi en est la preuve, comme nombreux sont les témoignages de synergies tissées avec des partenaires internationaux. L'Eurovision TV Summit s'est ainsi tenu à Bruxelles en mai 2013 et ce n'est qu'un exemple des passerelles existant aujourd'hui au niveau européen ou mondial avec la CTF, Euronews, le Cirtef, l'Urti, Arte ou TV5.

Enfin, que ce soit à Liège en lien avec le Pôle Images, à Charleroi en collaboration avec Keywall ou Dreamwall, partout en Wallonie ou à Bruxelles avec les Twist et Cionet, la RTBF veille à agir comme levier dans le développement de nouvelles compétences audiovisuelles dans un univers auquel le virage numérique a donné un nouvel élan.

Les Belges du bout du monde et Alors on change

Ces deux émissions contribuent à créer et à développer des synergies avec l'ensemble de la production audiovisuelle belge francophone.

07

Audiences

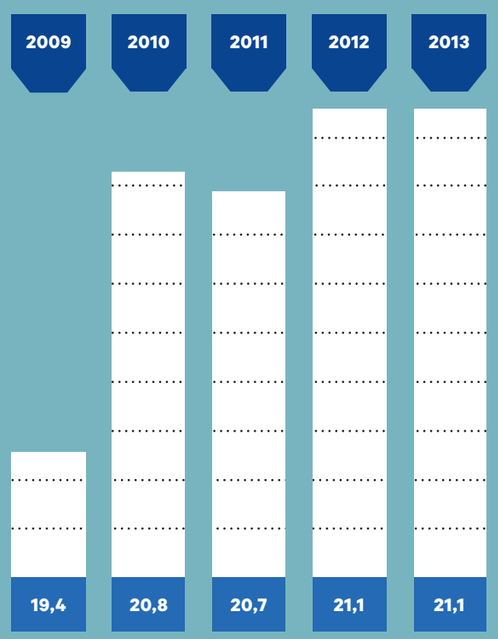
Audiences **Télévision**

3 971 623 *

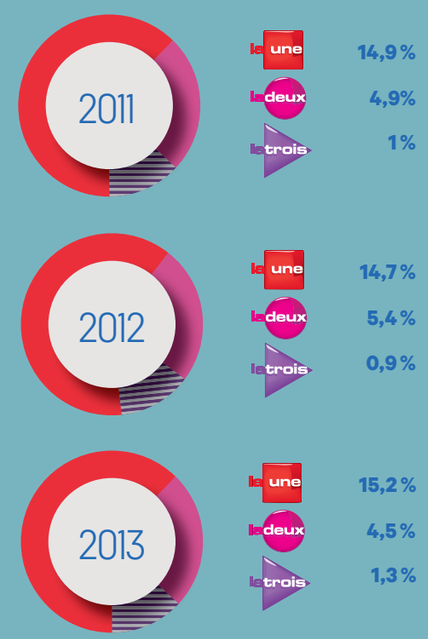
En moyenne hebdomadaire,
l'offre des 3 chaines Tv de la RTBF
touche 3.971.623 téléspectateurs en 2013.

L'année 2013 est signe de consolidation pour la RTBF.

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ EN % (4+) **



ÉVOLUTION DES PARTS PAR ANTENNE **



* Source: weekly rch – seuil de vision 15min – cible 4+ – Live+0 – CIM/Audimétrie
** Source: CIM Audimètrie – 4+ - Live+0

CONSTAT EN PART D'AUDIENCE:
La Une gagne 0,5 points en 2013 (14,7% en 2012 contre 15,2% en 2013). Le recul de La Deux s'explique par la forte présence, en 2012, de sport sur la chaîne, compte tenus de l'Euro 2012 et des Jeux Olympiques de Londres.
La Trois connait une belle progression avec 1,3% de parts de marché, notamment grâce à OUFtivi. L'âge moyen du public de la RTBF pour cette année 2013 est de 54,2 ans, contre 54,8 ans en 2012 et 55,8 ans en 2011.

Le téléspectateur de La Une est en moyenne âgé de 55,4 ans (56,2 ans en 2012 et 57,6 ans en 2011; soit 2 ans de moins en 2 ans), et ce grâce aux effets bénéfiques de The Voice Belgique, mais aussi des fictions du lundi et des séries. Le public de La Deux est âgé en moyenne de 52,9 ans (53,2 ans en 2012) tandis que celui de La Trois a un âge moyen de 43,9 ans (45,4 ans en 2012): 34 ans dans les tranches horaires OUFtivi et 53 ans entre 18h30 et 23h.

Audiences **Radio**

1 802 650 *

auditeurs en moyenne
chaque semaine à l'écoute
d'une de ses 5 chaînes.

Vivacité, Classic 21 et Pure FM rassemblent ensemble leur meilleure part d'audience historique: 25,6 % de part de marché, soit 13,9 % pour VivaCité, 8,4 % pour Classic 21 et 3,3 % pour Pure FM!

RADIOS **	AUTOMNE 2012 (vague 2012-3)	PRINTEMPS 2013 (vague 2013-1 + 2013-2)	AUTOMNE 2013 (vague 2013-3)	ÉVOLUTION (1 an)	ÉVOLUTION (dernière vague)
VIVACITÉ	12,1%	13,2%	13,9%	14,9%	5,3%
La Première	6,9 %	6,8%	6,5%	-5,8%	-4,4%
Classic 21	9,8 %	8,3%	8,4%	-14,3%	1,2%
pure fm	2,3 %	2,5%	3,3%	43,5%	32,0%
MUSIQ3	2,0 %	2,1%	1,7%	-15,0%	-19,0%
Total RTBF	33,1%	33,0%	33,7%	1,8%	2,1%

* Source: Étude tactique Radio-CIM 12 + sud (W2013-3)
** Source: Étude tactique Radio-CIM 12 + sud (W2012-3/W2013-1+2/W2013-3)

PREMIER CONSTAT EN PART D'AUDIENCE:
Par rapport à la vague précédente (avril-juin 2013), où la RTBF avait réalisé 33,1 % de part de marché, l'offre radio du service public progresse en confortant globalement son leadership dans le paysage radiophonique belge francophone, position que la RTBF occupe clairement sans discontinuer depuis janvier 2012, consécutivement dans les six vagues de sondage et deux années complètes.

DEUXIÈME CONSTAT:
la RTBF recrute de nouveaux auditeurs: 17.266 auditeurs de plus chaque jour et 61.211 auditeurs de plus chaque semaine (soit une hausse de 3,5 %).
Avec 1.802.650 auditeurs par semaine, la RTBF devient pour la première fois de son histoire également n° 1 sur ce troisième critère du weekly reach (nombre d'auditeurs par semaine). La progression de la part de marché de la RTBF dans cette vague se construit sur le succès des trois chaines créées en 2004: VivaCité, Classic 21 et Pure FM, qui réussissent chacune à progresser tant en nombre d'auditeurs qu'en part d'audience.

DANS CE TRIO GAGNANT, PURE FM RÉUSSIT UNE PERCÉE SIGNIFICATIVE:
d'une part en recrutement de nouveaux publics (gain de 22.734 auditeurs quotidiens (+17 %) et de 36.043 auditeurs par semaine (+12 %)) et, d'autre part, avec une hausse de sa part de marché de 0,8 point.

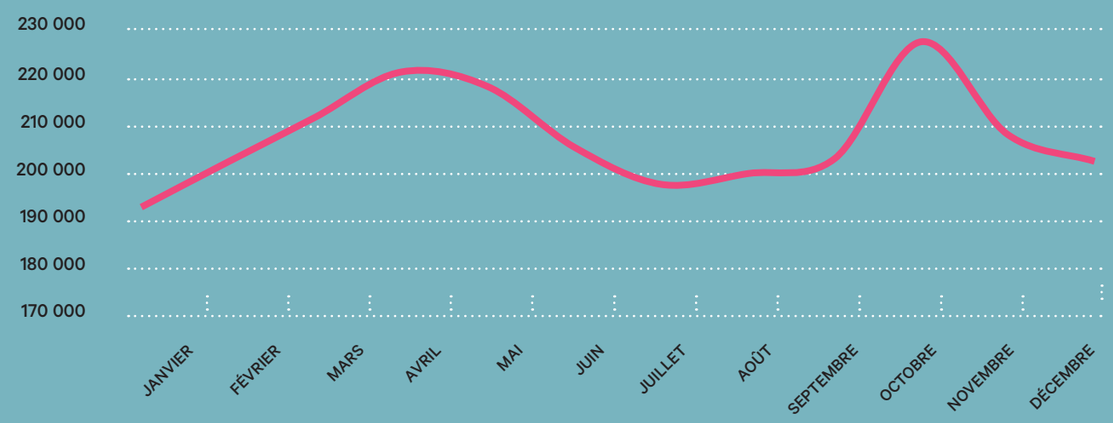
Cette forte progression sur ces trois critères fait de Pure FM la grande gagnante de cette vague d'audiences.

Audiences **Web**

(Note interne : suite à un changement d'étude, nous ne pouvons plus utiliser la référence des visiteurs réguliers mensuels. Nous repartons donc sur une autre définition, les visiteurs uniques par jour. Pour la même raison, nous n'avons plus un ensemble RTBF Info comparable à l'ensemble de l'année passée.)

Nous constatons une progression générale du nombre de visiteurs uniques par jour en 2013 en comparaison avec 2012.

1. RTBF Groupe



2. RTBF TV

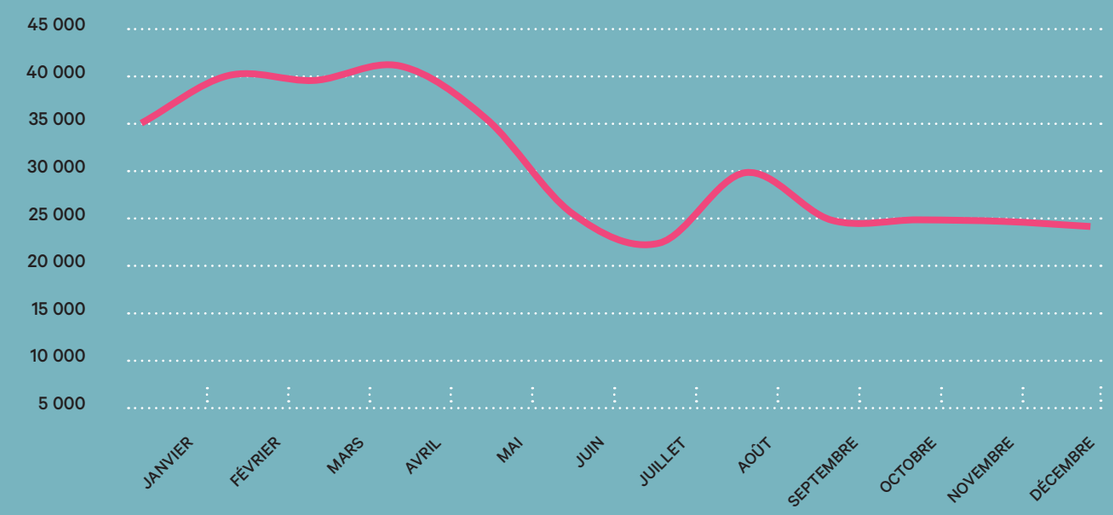
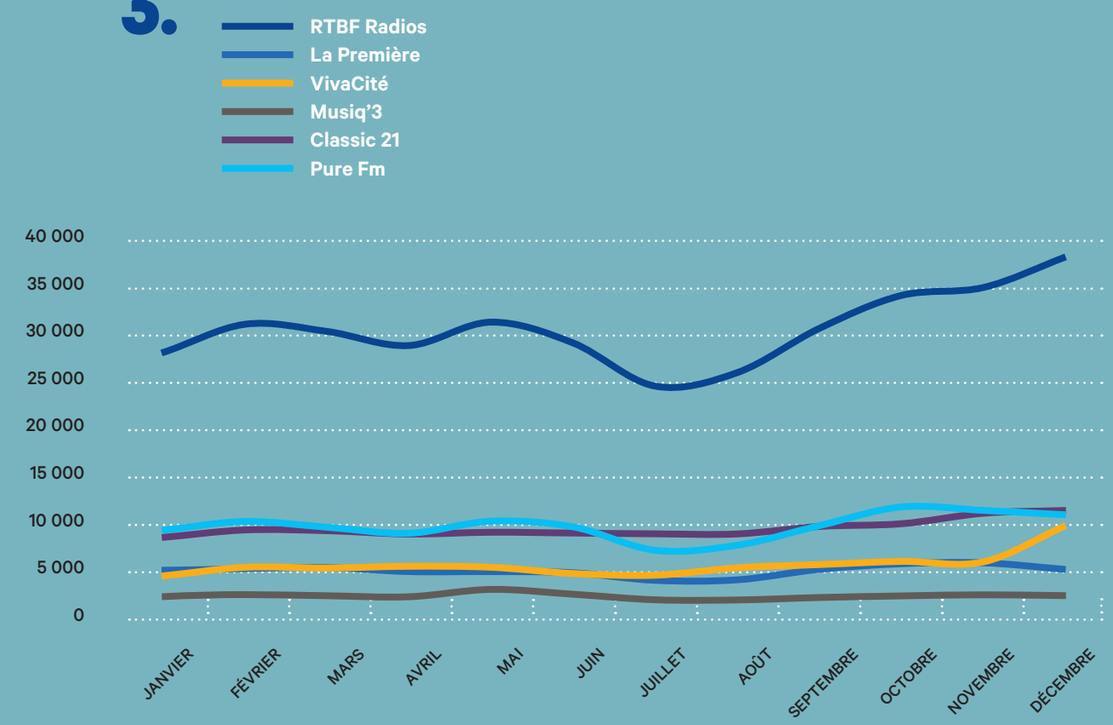


TABLEAU 1.
En 2013, le Groupe RTBF progresse de 24% attirant une moyenne de 206.501 visiteurs uniques par jour pour une moyenne de 166.566 visiteurs uniques par jour en 2012. L'année a été assez stable avec un creux estival dès juin lié à l'absence d'actualité sportive.

TABLEAU 2.
En 2013, RTBF TV progresse de 6%. En 2012, la moyenne du nombre de visiteurs uniques par jour était de 29.111 et elle progresse à 30.843 en 2013. Ce succès plus modeste est lié au lancement d'un nouveau site TV en septembre 2013 et au transfert de l'offre vidéo à la demande vers le site RTBF Vidéo.

3.

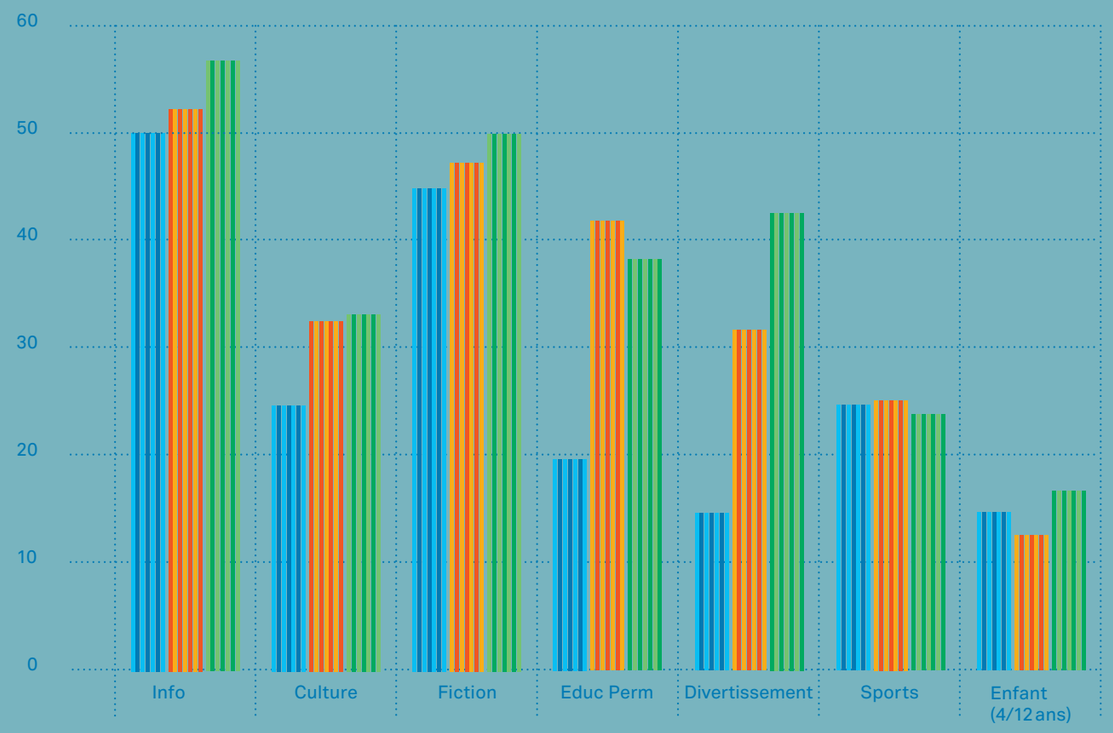


Source : CIM/Internet – moyenne de visiteurs uniques par jour

TABLEAU 3.
Le groupe Radios progresse de 27 % en 2013. En 2012, la moyenne du nombre de visiteurs uniques par jour était de 23.897 et en 2013, la moyenne est de 30.442. Toutes les radios progressent : Vivacité de 44%, Classic21 de 32 %, Pure FM de 31%, La Première de 29 % et Musiq3 de 28 %.

Audiences **Tableau de bord**

Couverture moyenne hebdomadaire **en télévision**



Objectif 4+ (%) 2012 2013

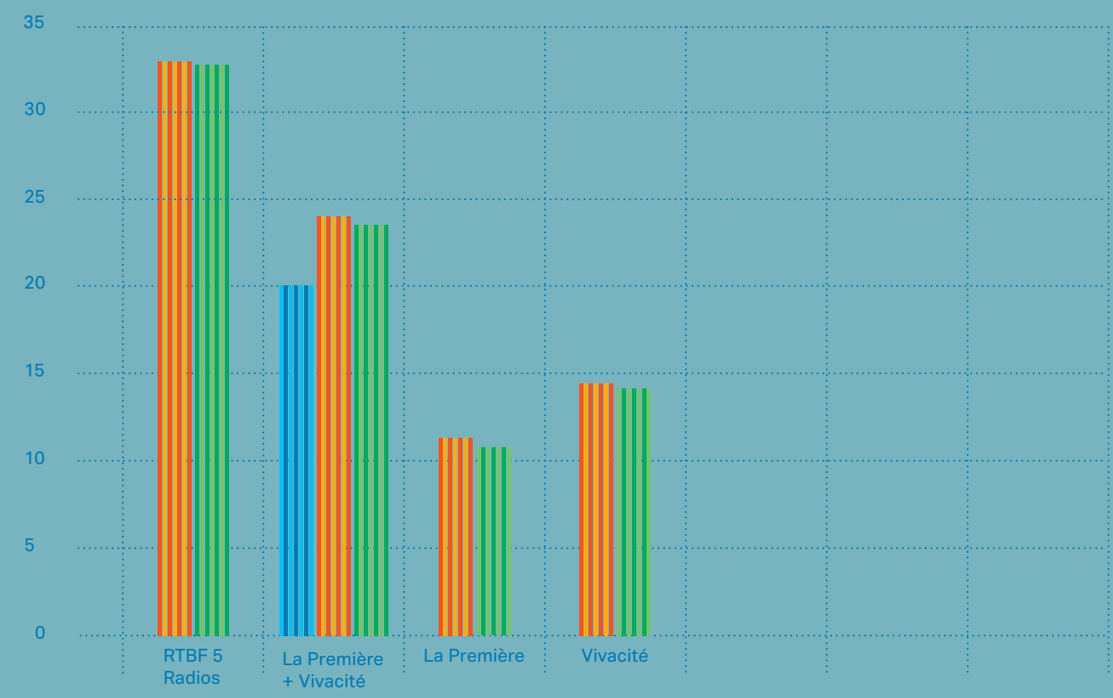
Source : CIM Audimétrie – 4+ - Live+0

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

En 2013, l'ensemble des objectifs d'audience fixés par le contrat de gestion est atteint, excepté pour le sport qui connaît un léger recul par rapport à 2012, année résolument sportive avec les Jeux Olympiques de Londres et l'Euro 2012 en Pologne et en Ukraine.

Audiences **de la tranche Info**

des radios généralistes



Objectif (20%) 2012 2013

Source : Étude tactique Radio CiM 12+sud

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

En 2013, les émissions diffusées entre 6h et 9h sur les deux radios généralistes de la RTBF, La Première et Vivacité, rassemblaient hebdomadairement 23,5% en 2013 contre 24,1% en 2012. Le cumul des 5 radios de la RTBF rassemble sur cette même tranche horaire 32,6% en 2013 contre 32,9 % en 2012.

08

Ressources humaines

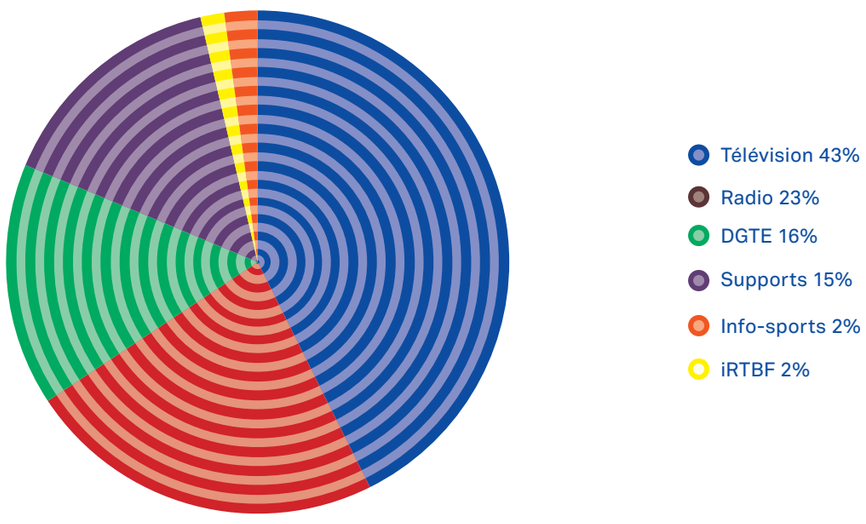
Ressources humaines

La RTBF se classe dans le top 20 des employeurs les plus attractifs de Belgique en 2013 et plus récemment dans le top 10 ! C'est ce qui ressort d'une étude auprès de 14.000 personnes âgés de 18 à 65 ans effectuée par le bureau ICMA International à la demande de Randstad. Les répondants se sont exprimés sur le degré d'attractivité de la marque d'employeur des principaux employeurs en Belgique.

Cette attractivité contribue à responsabiliser et à motiver l'entreprise dans sa gestion des ressources humaines. La RTBF Academy lancée en 2013, avec l'ouverture officielle de ses locaux en novembre en est une preuve. Investir dans la formation et dans le développement des compétences constitue une priorité stratégique pour la RTBF.

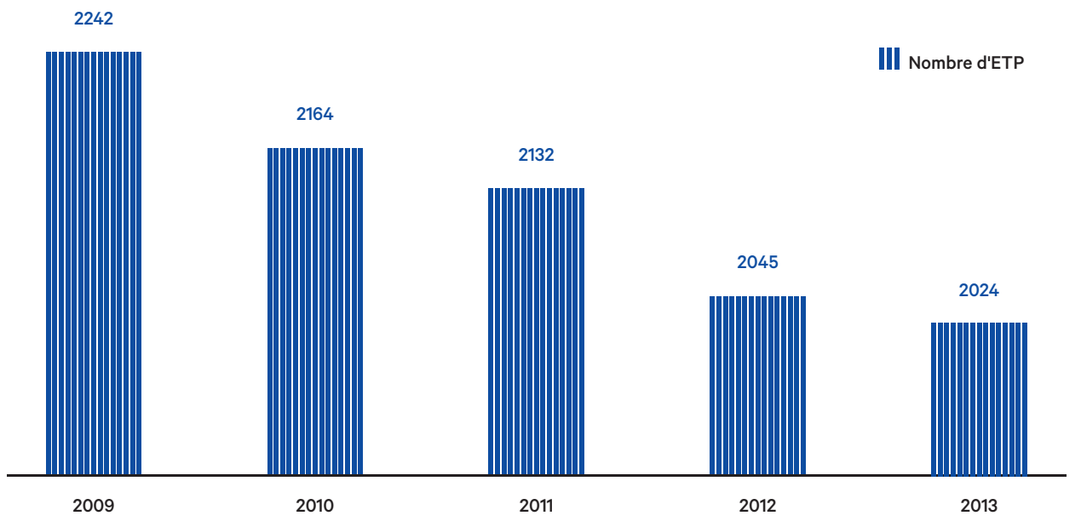
Au 31 décembre 2013, le nombre de collaborateurs s'élève à 2024.

Répartition des effectifs par direction au 31.12.2013



Évolution des effectifs sur 5 années

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



Organigramme 2013

CONSEIL D'ADMINISTRATION

ADMINISTRATEUR GÉNÉRAL – Jean-Paul Philippot

MARKETING OPÉRATIONNEL Vincent Crabbé	**MARKETING STRATÉGIQUE** Laurence Lorie	**MÉDIATION** — Françoise de Thier	**COMMUNICATION** — Bruno Deblander	**SIPP** — Jean-Claude Bray	**AUDIT INTERNE** Alexandra Daco	**RELATIONS INTERNATIONALES** Jacques Briquemont
DIRECTION DE L'INFORMATION ET DES SPORTS Jean-Pierre Jacqmin	**DIRECTION iRTBF** — Fabrice Massin	**DIRECTION DES ÉMETTEURS** — Franco Fantuzzi	**DIRECTION GÉNÉRALE DES TECHNOLOGIES ET EXPLOITATIONS** — Cécile Gonfroid	**DIRECTION GÉNÉRALE DE LA TÉLÉVISION** — François Tron	**DIRECTION GÉNÉRALE DE LA RADIO ET DES PARTENARIATS** Francis Goffin	**DIRECTION GÉNÉRALE DES RESSOURCES HUMAINES** Stephan Van Lierde
DIRECTION FINANCIÈRE Chris Vandervinne	**DIRECTION DES FACILITÉS** Emmanuel Robben	**DIRECTION JURIDIQUE** Simon-Pierre de Coster				

Bilan social

État des personnes occupées

Travailleurs pour lesquels l'entreprise a introduit une déclaration DIMONA ou qui sont inscrits au registre general du personnel

Au cours de l'exercice	Codes	Total	1. Hommes	2. Femmes
NOMBRE MOYEN DE TRAVAILLEURS				
Temps plein	1001	2.062,1	1.295,5	766,6
Temps partiel	1002	149,0	63,3	85,7
Total en équivalents temps plein (ETP)	1003	2.151,3	1.334,3	817,0
NOMBRE D'HEURES EFFECTIVEMENT PRESTÉES				
Temps plein	1011	3.462.620	2.189.535	1.273.085
Temps partiel	1012	140.556	57.580	82.986
Total	1013	3.603.186	2.247.115	1.356.071
FRAIS DE PERSONNEL				
Temps plein	1021	142.690.720	89.493.638	53.197.082
Temps partiel	1022	7.116.751	3.421.394	3.695.357
Total	1023	149.807.471	92.915.032	56.892.439
Montant des avantages accordés en sus du salaire	1033			

Au cours de l'exercice précédent	Codes	P. Total	1P. Hommes	2P. Femmes
Nombre moyen de travailleurs en ETP	1003	2.200,6	1.375,3	825,3
Nombre d'heures effectivement prestées	1013	3.692.897	2.323.691	1.369.206
Frais de personnel	1023	150.081.268	98.240.011	51.841.257
Montant des avantages accordés en sus du salaire	1033			

Travailleurs pour lesquels l'entreprise a introduit une déclaration DIMONA ou qui sont inscrits au registre general du personnel (suite)

A la date de clôture de l'exercice	Codes	1. Temps plein	2. Temps partiel	3. Total en équivalents temps plein
Nombre de travailleurs	**105**	**2.051**	**135**	**2.133,6**
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	110	1.914	113	1.982,4
Contrat à durée déterminée	111	105	22	119,2
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	112			
Contrat de remplacement	113	32		32
Par sexe				
Hommes	120	1.281	59	1.317,8
Femmes	121	770	76	815,8
Par catégorie professionnelle				
Personnel de direction	130	9		9
Employés	134	1.936	133	2.017
Ouvriers	132	106	2	107,6
Autres	133			

Personnel intérimaire et personnes mises à la disposition de l'entreprise

Au cours de l'exercice	Codes	1. Personnel intérimaire	2. Personnes mises à la disposition de l'entreprise
Nombre moyen de personnes occupées	150	144,9	
Nombre d'heures effectivement prestées	151	286.290	
Frais pour l'entreprise	152	2.997.145	

Tableau des mouvements du personnel au cours de l'exercice

Entrées	Codes	1. Temps plein	2. Temps partiel	3. Total en équivalents temps plein
Nombre de travailleurs pour lesquels l'entreprise a introduit une déclaration DIMONA ou qui ont été inscrits au registre général du personnel au cours de l'exercice	**205**	**113**	**15**	**121,9**
PAR TYPE DE CONTRAT DE TRAVAIL				
Contrat à durée indéterminée	210	25	1	25,5
Contrat à durée déterminée	211	66	13	73,9
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini v	212			
Contrat de remplacement	213	22	1	22,5
Sorties	**Codes**	**1. Temps plein**	**2. Temps partiel**	**3. Total en équivalents temps plein**
Nombre de travailleurs dont la date de fin de contrat a été inscrite dans une déclaration DIMONA ou au registre général du personnel au cours de l'exercice	**305**	**121**	**21**	**131,5**
PAR TYPE DE CONTRAT DE TRAVAIL				
Contrat à durée indéterminée	310	86	15	92,9
Contrat à durée déterminée	311	21	4	23,3
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	312			
Contrat de remplacement	313	14	2	15,3
PAR MOTIF DE FIN DE CONTRAT				
Pension	340	11	1	11,8
Chômage avec complément d'entreprise	341	49	10	53,1
Licenciement	342	9		9
Autre motif	343	52	10	57,6
— Dont : le nombre de personnes qui continuent, au moins à mi-temps, à prester des services au profit de l'entreprise comme indépendants	350			

Renseignements sur les formations pour les travailleurs au cours de l'exercice

	Codes	Hommes	Codes	Femmes
INITIATIVES EN MATIÈRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE À CARACTÈRE FORMEL À CHARGE DE L'EMPLOYEUR				
Nombre de travailleurs concernés	5801	527	5811	251
Nombre d'heures de formation suivies	5802	7.148	5812	4.400
Coût net pour l'entreprise	5803	883.932	5813	544.110
— dont coût brut directement lié aux formations	58031	883.932	58131	544.110
— dont cotisations payées et versements à des fonds collectifs	58032		58132	
— dont subventions et autres avantages financiers reçus (à déduire)	58033		58133	
INITIATIVES EN MATIÈRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE À CARACTÈRE MOINS FORMEL OU INFORMEL À CHARGE DE L'EMPLOYEUR				
Nombre de travailleurs concernés	5821		5831	
Nombre d'heures de formation suivies	5822		5832	
Coût net pour l'entreprise	5823		5833	
INITIATIVES EN MATIÈRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE INITIALE À CHARGE DE L'EMPLOYEUR				
Nombre de travailleurs concernés	5841		5851	
Nombre d'heures de formation suivies	5842		5852	
Coût net pour l'entreprise	5843		5853	

09

Performances financières

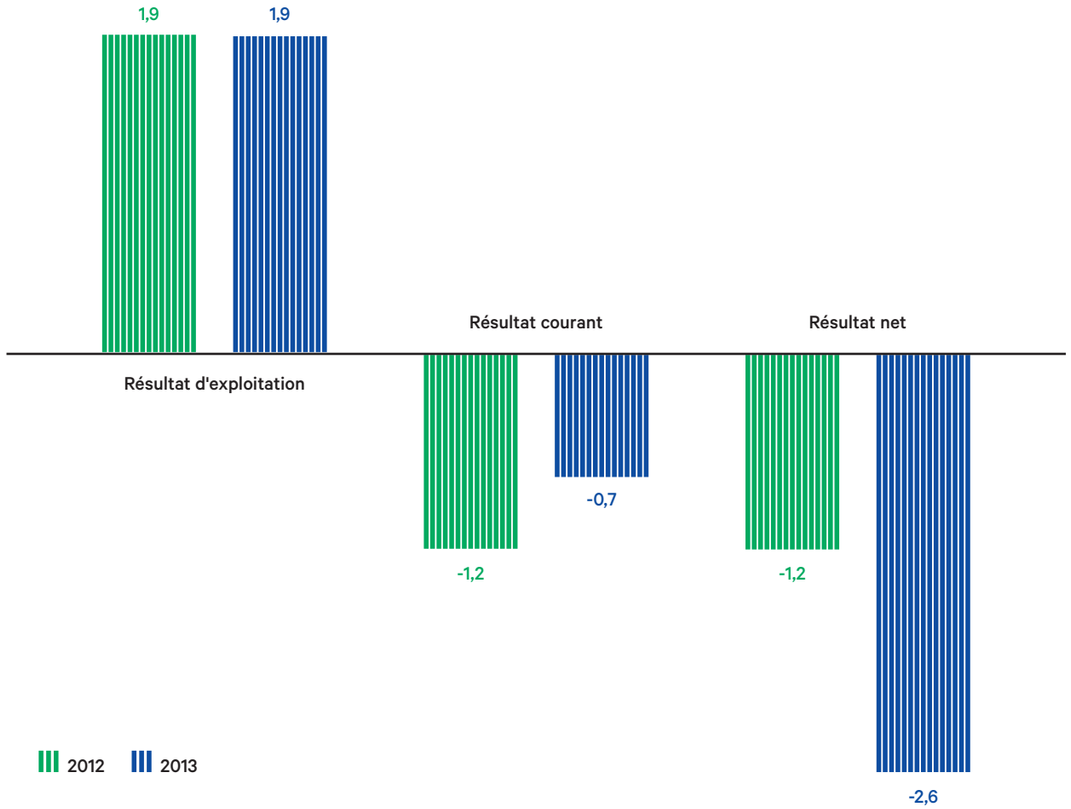
1. Introduction

Résultats

En 2013, le résultat d'exploitation reste positif pour la septième année consécutive à 1,9 million d'euros.

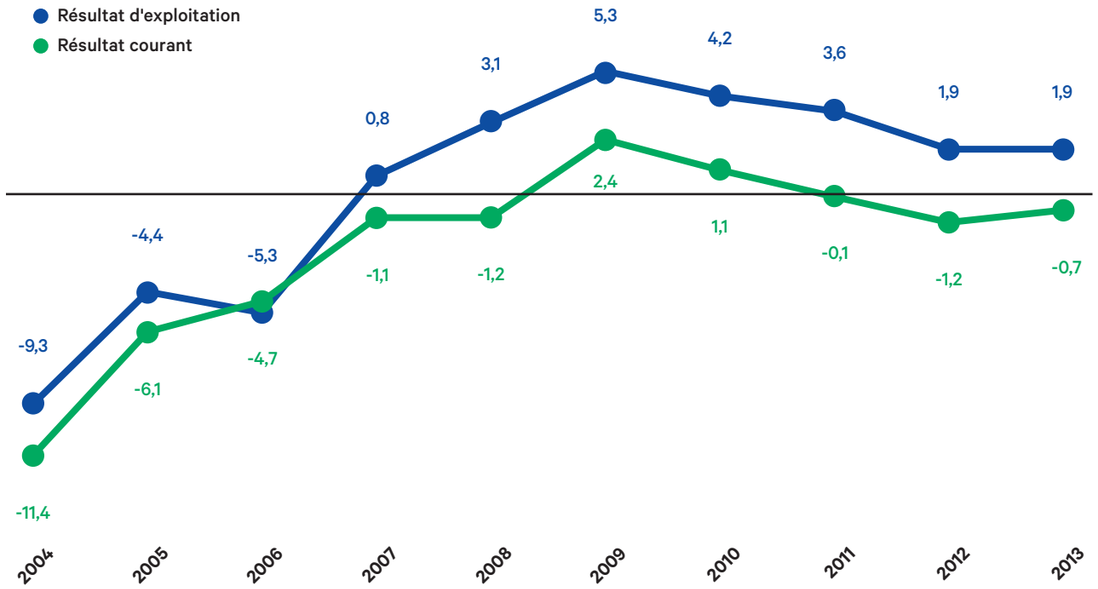
Le résultat courant s'établit à -0,7 million d'euros contre -1,2 million d'euros un an plus tôt.

Le résultat final s'établit à -2,6 milions d'euros après charges exceptionnelles.



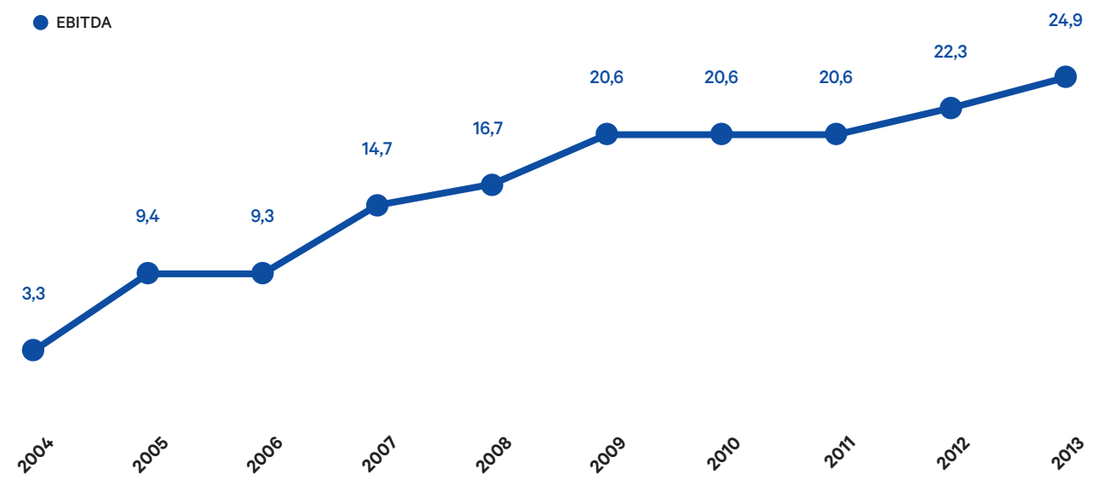
En millions d'euros

Évolution financière
2004-2013



En millions d'euros

L'EBITDA (résultat opérationnel avant amortissements) s'établit à 24,9 millions d'euros, en hausse de 2,6 millions d'euros par rapport à 2012.



En millions d'euros

En 2013, les recettes d'exploitation de la RTBF s'établissent à 323,6 millions d'euros, en progrès de 2,3%.

La dotation ordinaire se monte à 211,5 millions d'euros, en progrès de 1,4 million d'euros par rapport à 2012.

La subvention complémentaire, relative aux charges de pension, s'élève à 5,9 millions d'euros, en baisse de 0,1 million d'euros. La subvention ARTE s'élève à 3,0 millions d'euros, en léger recul par rapport à 2012. La dotation TV5 s'établit à 8,6 millions d'euros, et est stable par rapport à 2012.

Les recettes publicitaires de la RTBF atteignent 69,0 millions d'euros, en progrès de 2,9% par rapport à 2012.

Les autres recettes atteignent 25,6 millions d'euros, en hausse de 22,2%. La part des recettes liées aux câblo-opérateurs se chiffre à 7,5 millions d'euros.

En 2013, les charges d'exploitation s'établissent à 321,7 millions d'euros, en hausse de 2,3% dans un contexte où le taux d'inflation a atteint 1,0%.

Les coûts salariaux s'élèvent à 173,4 millions d'euros, en hausse de 2,7%, conséquence d'une indexation en janvier 2013 cumulée à l'effet en année pleine de l'indexation survenue en mars 2012, de l'effet barémique, partiellement compensés par le plan de départs anticipés à la retraite et l'attrition naturelle.

Les charges d'achats et de services atteignent 119,1 millions d'euros et sont stables par rapport à 2012.

Les amortissements annuels d'exploitation s'élèvent à 23 millions d'euros, en hausse de 2,6 millions d'euros.

Les provisions et les autres charges atteignent respectivement 5,6 millions d'euros et 0,5 million d'euros.

Par conséquent, le résultat d'exploitation 2013 s'établit à 1,9 million d'euros tout comme 2012.

Le résultat financier s'élève à -2,7 millions d'euros, soit une amélioration de 0,5 million d'euros.

Le résultat courant s'établit à -0,7 million d'euros contre -1,2 million d'euros un an plus tôt.

Structure financière

La position nette de trésorerie s'élève à 14,7 millions d'euros au 31 décembre 2013, en amélioration de 18,6 millions d'euros.

En 2013, les activités opérationnelles génèrent 29,2 millions d'euros, influencées par un résultat net de -2,6 millions d'euros, des amortissements annuels d'exploitation et exceptionnels de 25,5 millions d'euros.

Le niveau d'investissements 2013 atteint 9,5 millions d'euros dont 5,3 millions d'euros principalement en équipements de production, 1,9 million d'euros dans le maintien du bâtiment Reyers et 1,8 million d'euros en logiciels et serveurs informatiques.

Le financement des investissements a été entièrement assuré par les activités opérationnelles. La RTBF n'a pas eu recours à de nouveaux emprunts à long terme en 2013. Des anciennes dettes sont remboursées à hauteur de 1,4 million d'euros. Par conséquent, l'endettement financier à long terme atteint 80,3 millions d'euros, en baisse de 1,4 million d'euros et l'endettement vis-à-vis des filiales FERI et FREY s'établit à 38,7 millions d'euros.

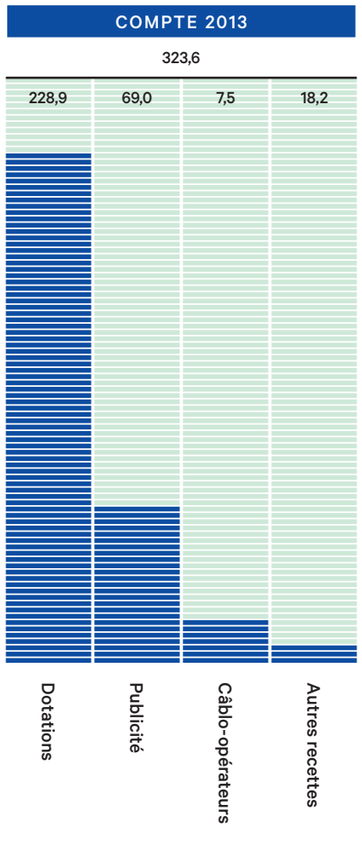
Au 31 décembre 2013, les capitaux propres atteignent -16,6 millions d'euros pour un total bilan de 243,7 millions d'euros.

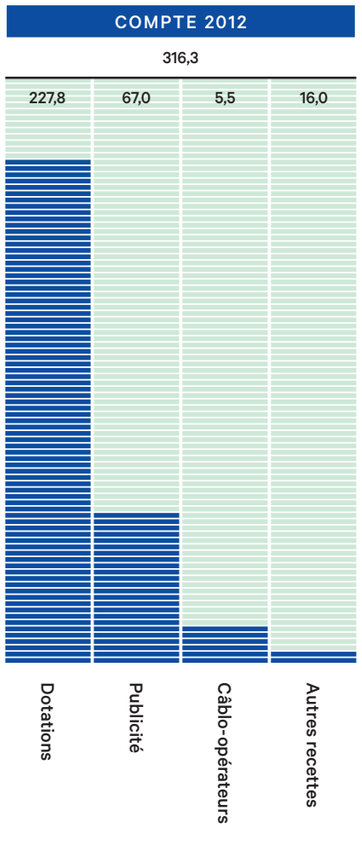
2. Focus sur les résultats financiers

2.1. Recettes

2.1.1. Recettes Globales

En millions d'euros	Compte 2013		Compte 2012		Ecart 13-12	Ecart %
Dotations	228,9	71%	227,8	72%	1,2	0,5%
Publicité	69,0	21%	67,0	21%	2,0	2,9%
Câblo-opérateurs	7,5	2%	5,5	2%	2,0	36,4%
Autres recettes	18,2	6%	16,0	5%	2,2	13,8%
Total	**323,6**	**100%**	**316,3**	**100%**	**7,3**	**2,3%**





En millions d'euros

2.1.2. Dotations

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Dotation ordinaire	211,5	210,1	1,4	0,6%
Subvention pension	5,9	6,0	-0,1	-1,8%
Dotation TV5	8,6	8,6	0,0	-0,1%
Subvention Arte BE	3,0	3,0	-0,1	-2,1%
Total	**228,9**	**227,8**	**1,2**	**0,5%**

La dotation ordinaire 2013 s'élève à 211,5 millions d'euros, soit un montant de 1,4 million d'euros supérieur à 2012.

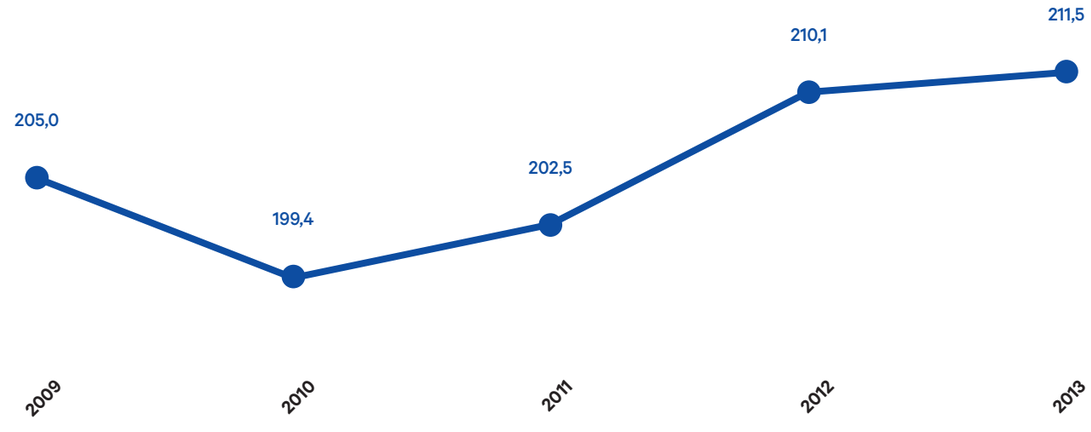
L'entreprise a bénéficié de la dotation complémentaire de responsabilisation (incluse dans la dotation ordinaire) qui s'élève à 1,5 million d'euros en 2013. Cette compensation est conditionnée à des mesures complémentaires à réaliser par l'entreprise en termes de « responsabilisation SEC95 », visant à garantir le solde de financement de la RTBF dans les comptes consolidés de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

La dotation relative à la subvention complémentaire pension est fixée en 2013 sur le principe identique au contrat de gestion 2007-2012. Elle s'élève à 5,9 millions d'euros.

Les dotations relatives à TV5 et Arte sont stables.

Évolution de la **dotation ordinaire**

Le graphique ci-dessous résume l'évolution de la dotation ordinaire depuis l'année 2009.



En millions d'euros

2.1.3. Publicité

En millions d'euros	Compte 2013		Compte 2012		Ecart 13-12	Ecart %
Télévision	41,2	60%	40,6	61%	0,5	1,3%
Radio	25,9	38%	24,8	37%	1,1	4,6%
Internet	1,9	3%	1,6	2%	0,3	20,3%
Total	**69,0**	**100%**	**67,0**	**100%**	**2,0**	**2,9%**

La RTBF voit ses recettes publicitaires progresser de 2,9% tous médias confondus et affiche une croissance supérieure à l'évolution du marché.

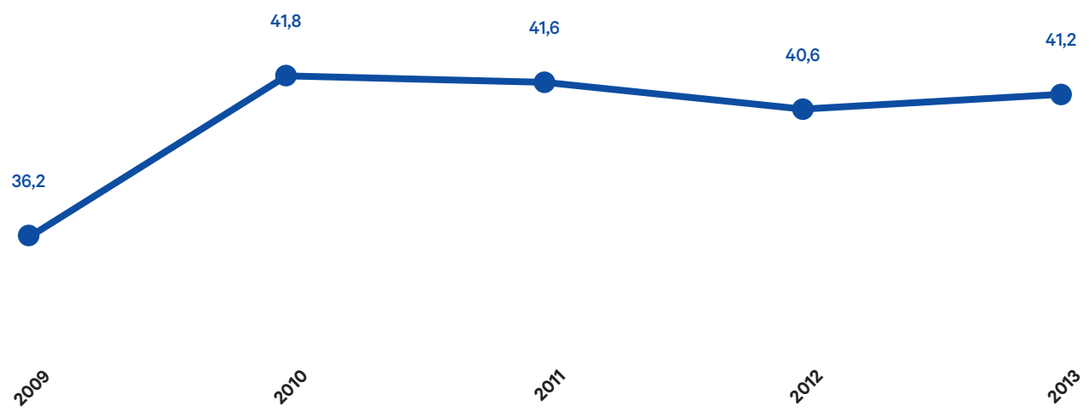
Les recettes publicitaires en télévision augmentent de 1,3%, alors que le marché belge francophone augmente de 0,9%.

En radio, un accroissement de 4,6% est réalisé ; le marché belge francophone progresse quant à lui de 1,1%.

Internet affiche une hausse de 20,3%. Sur les cinq dernières années, les recettes publicitaires internet ont triplé et augmenté de 1, 2 million d'euros.

Évolution des recettes publicitaires nettes **Télévision**

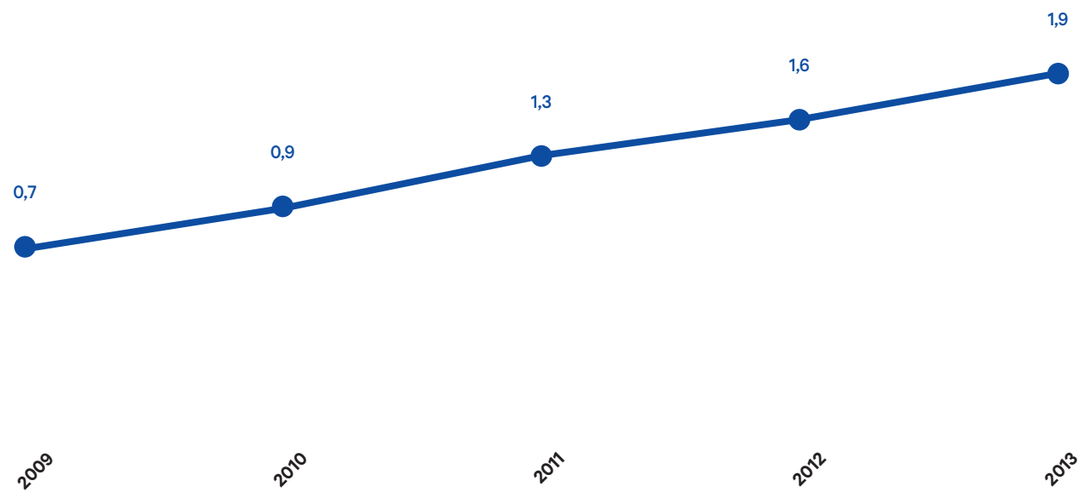
Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes en télévision depuis l'année 2009.



En millions d'euros

Évolution des recettes publicitaires nettes **Internet**

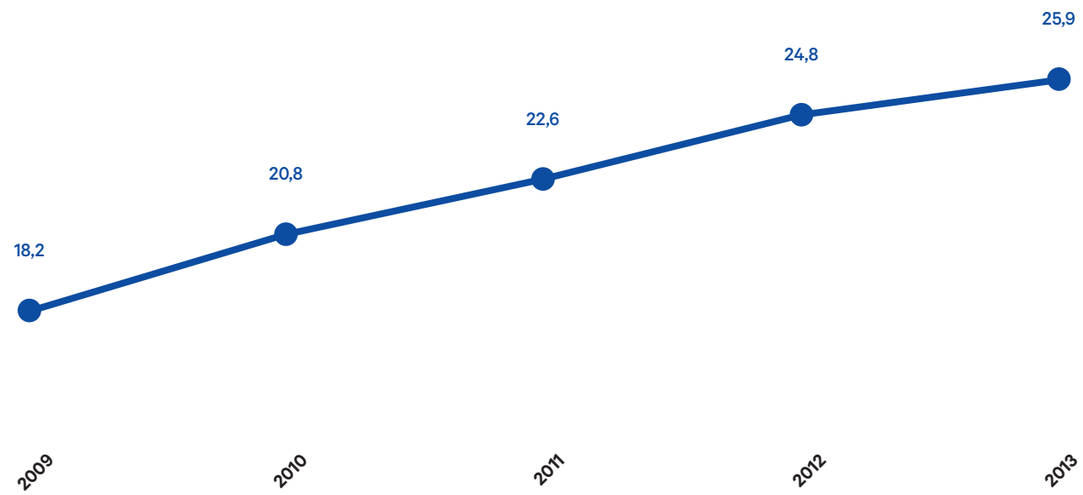
Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes internet depuis l'année 2009.



En millions d'euros

Évolution des recettes publicitaires **Radio**

Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes en radio depuis l'année 2009.



En millions d'euros

2.1.4. Recettes Câblo-opérateurs

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Total	7,5	5,5	2,0	36,4%

Les recettes des câblo-opérateurs en 2013 s'élèvent à 7,5 millions d'euros, soit 36,4% de plus qu'en 2012.

2.1.5. Autres recettes

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Aides à la production	5,9	6,2	-0,3	-4,8%
Recettes diverses	6,3	4,2	2,1	50,0%
Prestations de service	4	3	1,0	33,3%
Recettes de location	1,5	1	0,5	50,0%
Récupération de frais	0,5	1	-0,5	-50,0%
Production immobilisée	0	0,5	-0,5	-100,0%
Total	18,2	15,9	2,3	14,5%

Les aides à la production s'élèvent à 5,9 millions d'euros en 2013 contre 6,2 millions d'euros en 2012. Parmi celles-ci, les aides en provenance des pouvoirs publics belges représentent 29,8% en 2013.

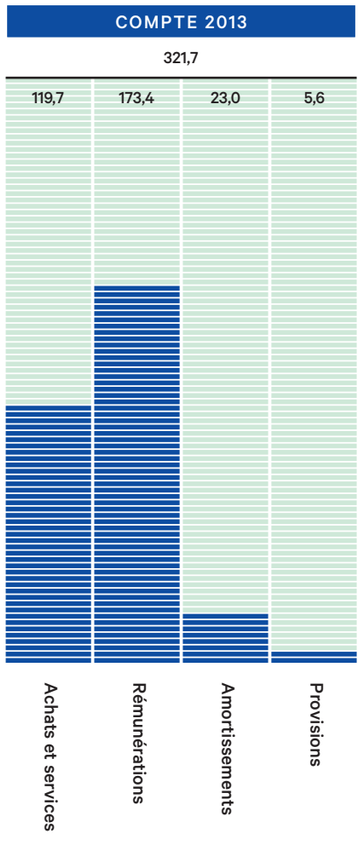
Les recettes diverses présentent une hausse de 2,1 millions d'euros expliquée par la régularisation relative à des droits d'auteur.

Les recettes de location augmentent légèrement par rapport à 2012, suite à la location d'espace sur le site de Reyers, notamment à la société Panavision, et à la conclusion de nouveaux contrats de location d'emplacement sur les pylônes.

2.2. Coûts

2.2.1. Coûts Globaux

En millions d'euros	Compte 2013		Compte 2012		Ecart 13-12	Ecart %
Achats et services	119,7	37%	119,4	38%	0,3	0,3%
Rémunérations	173,4	54%	168,8	54%	4,6	2,7%
Amortissements	23,0	7%	20,4	6%	2,6	12,8%
Provisions	5,6	2%	5,7	2%	-0,1	-1,3%
TOTAL	321,7	100%	314,3	100%	7,4	2,3%



En millions d'euros

Les charges d'exploitation augmentent de 2,3%. L'évolution 2012-2013 porte essentiellement sur :

CHARGES DE PERSONNEL

Les charges de personnel sont en progression de 0,2%, soit 0,3 million d'euros de plus qu'en 2012, et s'établissent à 173,4 millions d'euros.

Les rémunérations brutes ont subi une indexation en janvier 2013 cumulée à l'effet en année pleine de l'indexation survenue en mars 2012, soit un impact de 3,9 millions d'euros.

Les charges de pension relatives au pool des parastataux présentent une diminution de 0,6 million d'euros, expliquée par une diminution du nombre d'agents liée au plan de départs anticipés à la pension (1,5 million d'euros), partiellement compensée par une augmentation du taux de cotisation de 37,6% à 39,2% (0,9 million d'euros).

Les rémunérations augmentent de 2,4 millions d'euros en 2013 suite aux progressions barémiques.

Le plan de départs anticipés à la retraite, les diminutions d'effectifs payés et des autres charges de personnel contribuent à une baisse de 5,4 millions d'euros.

ACHATS, SERVICES ET BIENS DIVERS

Les achats, services et biens divers sont stables.

2013 étant une année sans évènements sportifs tels que l'Euro 2012, les JO ou encore les élections communales, françaises et américaines, les droits de retransmission diminuent de 3,5 millions d'euros. Cette diminution est compensée par la hausse de 2 millions d'euros relative à l'achat de droits de diffusion en fiction et par une croissance des frais de production interne de 1,5 million d'euros entre autres sous l'effet de l'inflation.

AMORTISSEMENTS

La charge d'amortissements annuels d'exploitation augmente de 2,6 millions d'euros entre 2012 et 2013 (soit +12,8%) principalement suite à l'accélération de la méthode d'amortissement des acquisitions d'outils de production numérique et de tous les actifs immobiliers et technologiques de Reyers dans la perspective d'un nouveau projet immobilier.

2.2.2. Télévision

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Antennes	54,0	52,9	1,1	2,1%
Production	41,0	40,9	0,0	0,1%
Info-sports	27,1	31,4	-4,3	-13,8%
Unités de production	21,2	20,1	1,1	5,5%
Total	**143,2**	**145,3**	**-2,1**	**-1,4%**

Les coûts de la télévision diminuent globalement de 2,1 millions d'euros. Le département Antennes regroupe les achats de droits de diffusion, les apports des coproductions, les frais relatifs à TV5 et ARTE et la direction de la télévision. Il présente une hausse de 1,1 million d'euros expliquée par :

- Une augmentation des achats de droits de diffusion pour 1,2 million d'euros et des apports de coproduction à hauteur de 0,4 million d'euros ;
- Une augmentation des frais de personnel à hauteur de 0,2 million d'euros ;
- Une hausse des frais de production liés à ARTE à concurrence de 0,2 million d'euros ;
- Une diminution des frais relatifs aux droits d'auteur qui a permis de générer une économie de 0,9 million d'euros.

Le département info-sports télévision présente une diminution de 4,3 millions d'euros du fait de l'absence en 2013 d'événements tels que l'Euro 2012, les JO ou encore les élections communales, françaises et américaines.

Les unités de production concernent le divertissement et les magazines et affichent une hausse de 1 million d'euros expliquée par une augmentation des frais de production relatifs à de nouveaux programmes.

2.2.3. Radio

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Chaînes	19,1	19,4	-0,3	-1,5%
Info-sports	17,7	18,9	-1,2	-6,3%
DG Radio	10,2	9,2	1,0	10,9%
Production	2,5	2,5	0,0	0,0%
Total	**49,5**	**50,0**	**-0,5**	**-1,0%**

L'info-sports radio présente une diminution de 1,2 million d'euros, principalement due au fait de l'absence en 2013 d'évènements sportifs et au transfert de charges relatives aux agences de presse vers la Direction de l'info-sports.

Le résultat des 5 chaînes de radio est stable.

La Direction Générale de la radio (DG) comprend, outre toutes les charges de la direction, celles relatives aux droits d'auteur et au sponsoring. L'écart entre les réalisés 2012 et 2013 de 1 million d'euros s'explique principalement par une croissance des frais de production liés à l'évènement *Viva For Life*.

2.2.4. iRTBF

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Total	**4,,3**	**3,5**	**0,7**	**21,1%**

Le résultat final pour le département iRTBF pour 2013 s'élève à 4,3 millions d'euros soit 0,7 million d'euros de plus par rapport à 2012.

Cette variation s'explique principalement par une augmentation du nombre de collaborateurs (0,3 million d'euros) et des frais liés à la création de nouveaux sites web et à l'achat de webséries (0,4 million d'euros).

2.2.5. Info-Sports

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
Total	**6,0**	**3,6**	**2,4**	**66,9%**

Le département info-sports inclut les coûts liés à l'info-web, à l'agence interne, à l'info-doc, à la direction et aux agences de presse. Une hausse de 2,4 millions d'euros se dégage, expliquée en grande partie par une augmentation des frais d'agences de presse suite à la centralisation de ceux-ci.

2.2.6. Supports

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13-12	Ecart %
DGTE	30,4	29,6	0,8	2,7%
SUPPORTS	46,8	42,9	3,8	9,0%
Total	**77,2**	**72,5**	**4,6**	**6,4%**

La Direction des Technologies et Exploitation (DGTE) dégage une hausse de 0,8 million d'euros expliquée par une augmentation des charges de personnel (0,3 million d'euros) et par l'inflation.

Les supports comprennent l'Administration générale, les services généraux (Facilités, Finance et Juridique) et la Direction des Ressources Humaines. Ils présentent une augmentation de 3,8 millions d'euros, justifiée principalement par les charges dues en vertu du décret du 29 novembre 1993 relatif aux pensions de retraite allouées aux agents définitifs de la RTBF et du décret du 3 juillet 1986 relatif aux pensions de survie alloués aux ayants droits des agents définitifs de la RTBF.

2.3. Trésorerie

En milliers d'euros	Compte 2013	Compte 2012
Position nette trésorerie à l'ouverture	**-3 933**	**-17 787**
Résultat Net	-2 557	-1 186
Amortissements	25 529	24 176
Variation des provisions	5 480	4 739
Variation des subsides en capital	-361	-639
Variation du besoin en fonds de roulement	451	-9 962
Variation de stocks	2 893	2 038
Variation de créances	-2 710	-1 506
Variations de dettes non financières	267	-10 493
Prêts aux filiales	-100	-282
Autres	771	876
Flux de trésorerie des activités opérationnelles	**29 213**	**17 720**
Investissements hors FERI et FREY	-8 693	-9.722
Investissements FERI	-848	-322
Investissements FREY	-	-49
Subside Fédération Wallonie-Bruxelles	-	2 800
Participation dans le capital maRadio.be	-10	-
Cession d'actifs	15	605
Vente actions Dreamwall	-	35
Flux de trésorerie d'investissement	**-9 535**	**-6 654**
Financement par FERI et FREY	371	4 515
Remboursement d'emprunts	-1 433	-1 727
Flux de trésorerie de financement	**-1 062**	**2 788**
Variation nette de trésorerie	**18 616**	**13 854**
POSITION NETTE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	**14 683**	**-3 933**

Flux des activités opérationnelles

En 2013, les activités opérationnelles génèrent 29,2 millions d'euros. Les amortissements d'exploitation et exceptionnels génèrent 25,5 millions d'euros alors que les provisions atteignent 5,5 millions d'euros. Le besoin en fonds de roulement présente une diminution de 0,5 million d'euros causée par :

- Une augmentation des dettes non financières pour 0,3 million d'euros ;
- Une augmentation des créances de 2,7 millions d'euros ;
- Une diminution de stock se chiffrant à 2,8 millions d'euros.

Flux de trésorerie d'investissement

En 2013, les investissements s'élèvent à 9,5 millions d'euros. Les acquisitions concernent principalement des équipements de production, le maintien du bâtiment Reyers, des logiciels et serveurs informatiques. Les investissements financés par la filiale FERI s'élèvent à 0,8 million d'euros et concernent principalement des travaux immobiliers du site de Liège et le réaménagement du parking extérieur de Rhisnes.

Flux de trésorerie de financement

Les emprunts sont remboursés à hauteur de 1,4 million d'euros.

Position nette de trésorerie au 31 décembre 2013

La variation nette de trésorerie sur l'exercice 2013 s'élève à 18,6 millions d'euros. Fin 2013, la position nette de trésorerie atteint 14,7 millions d'euros.

3. Comptes annuels

C.2.1. Bilan après répartition / Actif

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
ACTIF				
ACTIFS IMMOBILISÉS		**20/28**	**142.653.383**	**159.418.852**
Frais d'établissement	**5.1**	**20**	**3.864**	**19.983**
Immobilisations incorporelles	**5.2**	**21**		
Immobilisations corporelles	**5.3**	**22/27**	**84.299.779**	**100.272.968**
Terrains et constructions		22	42.907.507	47.499.379
Installations, machines et outillage		23	32.430.268	40.203.024
Mobilier et matériel roulant		24	7.017.103	9.096.919
Location-financement et droits similaires		25		
Autres immobilisations corporelles		26	45.898	22.621
Immobilisations en cours et acomptes versés		27	1.899.002	3.451.025
Immobilisations financières	**5.4/ 5.5.1**	**28**	**58.349.740**	**59.125.901**
Entreprises liées	5.14	280/1	29.342.426	29.631.729
— Participations		280	29.342.426	29.631.729
— Créances		281		
Autres entreprises avec lesquelles il existe un lien de participation	5.14	282/3	28.694.091	29.164.867
— Participations		282	28.694.091	29.164.867
— Créances		283		
Autres immobilisations financières		284/8	313.224	329.304
— Actions et parts		284	295.937	300.243
— Créances et cautionnements en numéraire		285/8	17.286	29.061
ACTIFS CIRCULANTS		**29/58**	**101.020.346**	**88.188.059**
Créances à plus d'un an		**29**	**8.888.583**	**232.075**
Créances commerciales		290	8.888.583	232.075
Autres créances		291		
Stocks et commandes en cours d'exécution		**3**	**11.488.386**	**14.381.812**
Stocks		30/36	11.488.386	14.381.812
— Approvisionnements		30/31	333.650	330.686
— En-cours de fabrication		32		
— Produits finis		33		
— Marchandises		34	11.154.736	14.051.126
— Immeubles destinés à la vente		35		
— Acomptes versés		36		
Commandes en cours d'exécution		37		
Créances à un an au plus		**40/41**	**49.834.472**	**58.987.325**
Créances commerciales		40	41.045.713	42.196.335
Autres créances		41	8.788.758	16.790.990
Placements de trésorerie	**5.5.1/ 5.6**	**50/53**	**365.362**	**363.206**
Actions propres		50		
Autres placements		51/53	365.362	363.206
Valeurs disponibles		**54/58**	**14.317.173**	**1.403.566**
Comptes de régularisation	**5.6**	**490/1**	**16.126.371**	**12.820.075**
Total de l'actif		**20/58**	**243.673.730**	**247.606.911**

C.2.2. Bilan après répartition / Passif

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
PASSIF				
CAPITAUX PROPRES		**10/15**	**-16.560.654**	**-13.641.951**
Capital	**5.7**	**10**		
Capital souscrit		100		
Capital non appelé		101		
Primes d'émission		**11**		
Plus-values de réévaluation		**12**	**8.709.191**	**8.709.191**
Réserves		**13**		
Réserve légale		130		
Réserves indisponibles		131		
— Pour actions propres		1310		
— Autres		1311		
Réserves immunisées		132		
Réserves disponibles		133		
Bénéfice (Perte) reporté(e) (+)/(-)		**14**	**-25.358.637**	**-22.801.180**
Subsides en capital		**15**	**88.793**	**450.038**
Avance aux associés sur répartition de l'actif net		**19**		
PROVISIONS ET IMPÔTS DIFFÉRÉS		**16**	**35.159.786**	**29.680.036**
Provisions pour risques et charges		**160/5**	**35.159.786**	**29.680.036**
Pensions et obligations similaires		160		
Charges fiscales		161		
Grosses réparations et gros entretien		162	21.838.212	18.606.399
Autres risques et charges	5.8	163/5	13.321.574	11.073.637
Impôts différés		**168**		
DETTES		**17/49**	**225.074.598**	**231.568.826**
Dettes à plus d'un an	**5.9**	**17**	**117.719.393**	**118.560.393**
Dettes financières		170/4	79.066.759	80.278.974
— Emprunts subordonnés		170		
— Emprunts obligataires non subordonnés		171		
— Dettes de location-financement et assimilées		172		
— Etablissements de crédit		173	79.066.759	80.278.974
— Autres emprunts		174		
Dettes commerciales		175		
— Fournisseurs		1750		
— Effets à payer		1751		
Acomptes reçus sur commandes		176		
Autres dettes		178/9	38.652.634	38.281.419
Dettes à un an au plus		**42/48**	**81.739.589**	**86.824.611**
Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	5.9	42	1.212.215	1.432.914
Dettes financières		43		5.700.000
— Etablissements de crédit		430/8		5.700.000
— Autres emprunts		439		
Dettes commerciales		44	44.385.880	41.872.220
— Fournisseurs		440/4	44.385.880	41.872.220
— Effets à payer		441		
Acomptes reçus sur commandes		46		
Dettes fiscales, salariales et sociales	5.9	45	24.400.443	25.817.999
— Impôts		450/3	3.739.847	3.846.639
— Rémunérations et charges sociales		454/9	20.660.595	21.971.359
Autres dettes		47/48	11.741.051	12.001.477
Comptes de régularisation	**5.9**	**492/3**	**25.615.616**	**26.183.823**
TOTAL DU PASSIF		**10/49**	**243.673.730**	**247.606.911**

C.3. Compte de résultats

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
Ventes et prestations		**70/74**	**340.658.604**	**334.237.529**
Chiffre d'affaires	5.10	70	90.108.159	88.269.751
En-cours de fabrication, produits finis et commandes en cours d'exécution: augmentation (réduction)(+)/(-)		71		
Production immobilisée		72	28.619	517.462
Autres produits d'exploitation	5.10	74	250.521.826	245.450.316
Coût des ventes et des prestations		**60/64**	**338.729.620**	**332.359.333**
Approvisionnements et marchandises		60	19.969.953	17.778.497
— Achats		600/8	17.382.411	16.070.813
— Stocks: réduction (augmentation) (+)/(-)		609	2.587.543	1.707.685
Services et biens divers		61	116.209.683	119.291.548
Rémunérations, charges sociales et pensions (+)/(-)	5.10	62	174.508.181	171.096.742
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles		630	22.970.626	20.384.110
Réductions de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)		631/4	276.945	-108.128
Provisions pour risques et charges: dotations (utilisations et reprises) (+)/(-)	5.10	635/7	4.268.750	3.527.763
Autres charges d'exploitation	5.10	640/8	525.482	388.800
Charges d'exploitation portées à l'actif au titre de frais de restructuration (-)		649		
Bénéfice (Perte) d'exploitation (+)/(-)		**9901**	**1.928.984**	**1.878.196**
Produits financiers		**75**	**446.788**	**310.131**
Produits des immobilisations financières		750		
Produits des actifs circulants		751	22.867	19.922
Autres produits financiers	5.11	752/9	423.921	290.209
Charges financières	**5.11**	**65**	**3.108.281**	**3.424.289**
Charges des dettes		650	3.031.002	3.330.695
Réductions de valeur sur actifs circulants autres que stocks, commandes en cours et créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)		651		
Autres charges financières		652/9	77.279	93.593
Bénéfice (Perte) courant(e) avant impôts (+)/(-)		**9902**	**-732.509**	**-1.235.962**

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
Produits exceptionnels		**76**	**770.080**	**4.774.357**
Reprises d'amortissements et de réductions de valeur sur immobilisations incorporelles et corporelles		760		706.369
Reprises de réductions de valeur sur immobilisations financières		761		
Reprises de provisions pour risques et charges exception-nels		762		
Plus-values sur réalisation d'actifs immobilisés		763		
Autres produits exceptionnels	5.11	764/9	770.080	4.067.988
Charges exceptionnelles		**66**	**4.544.140**	**6.302.513**
Amortissements et réductions de valeur exceptionnels sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles		660	2.558.755	3.791.921
Réductions de valeur sur immobilisations financières		661	774.385	1.299.592
Provisions pour risques et charges exceptionnels: dotations (utilisations) (+)/(-)		662	1.211.000	1.211.000
Moins-values sur réalisation d'actifs immobilisés		663		
Autres charges exceptionnelles	5.11	664/8		
Charges exceptionnelles portées à l'actif au titre de frais de restructuration (-)		669		
Bénéfice (Perte) de l'exercice avant impôts (+)/(-)		**9903**	**-4.506.570**	**-2.764.118**
Prélèvements sur les impôts différés		**780**		
Transfert aux impôts différés		**680**		
Impôts sur le résultat (+)/(-)	**5.12**	**67/77**	**264.724**	**234.738**
Impôts		670/3	264.724	234.738
Régularisations d'impôts et reprises de provisions fiscales		77		
Bénéfice (Perte) de l'exercice (+)/(-)		**9904**	**-4.771.294**	**-2.998.856**
Prélèvements sur les réserves immunisées		**789**		
Transfert aux réserves immunisées		**689**		
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)/(-)		**9905**	**-4.771.294**	**-2.998.856**

C.4. Affectations et prélèvements

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Bénéfice (Perte) à affecter (+)/(-)	**9906**	**-25.572.473**	**-24.613.662**
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)/(-)	(9905)	-4.771.294	-2.998.856
Bénéfice (Perte) reporté(e) de l'exercice précédent (+)/(-)	14P	-22.801.180	-21.614.807
Prélèvements sur les capitaux propres	**791/2**		
sur le capital et les primes d'émission	791		
sur les réserves	792		
Affectations aux capitaux propres	**691/2**		
au capital et aux primes d'émission	691		
à la réserve légale	6920		
aux autres réserves	6921		
Bénéfice (Perte) à reporter .(+)/(-)	**(14)**	**25.358.637**	**22.801.180**
Intervention d'associés dans la perte	**794**	**2.213.836**	**1.812.483**
Bénéfice à distribuer	**694/6**		
Rémunération du capital	694		
Administrateurs ou gérants	695		
Autres allocataires	696		

Annexes

C.5.1. État des frais d'établissement

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	**20P**		**19.983**
Mutations de l'exercice			
Nouveaux frais engagés	8002		
Amortissements	8003	16.118	
Autres (+)/(-)	8004		
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	**(20)**	**3.864**	
Dont			
Frais de constitution et d'augmentation de capital, frais d'émission d'emprunts et autres frais d'établissement	200/2	3.864	
Frais de restructuration	204		

C.5.2.2. Concessions, brevets, licences, savoir-faire, marques et droits similaires

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

C.5.3.1. État des immobilisations corporelles

	Codes	Exercice	Exercice précédent
TERRAINS ET CONSTRUCTIONS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8191P**		**119.398.251**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8161	1.924.289	
Cessions et désaffectations	8171	2.405.433	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8181	112.109	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8191**	**119.029.215**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8251P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8211		
Acquises de tiers	8221		
Annulées	8231		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8241		
Plus-values au terme de l'exercice	**8251**		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8321P**		**71.898.871**
Mutations de l'exercice			
Actés	8271	6.628.270	
Repris	8281		
Acquis de tiers	8291		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8301	2.405.433	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8311		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8321**	**76.121.708**	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	**(22)**	**42.907.507**	

C.5.3.2. Installations, machines et outillage

	Codes	Exercice	Exercice précédent
INSTALLATIONS, MACHINES ET OUTILLAGE			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8192P**		**147.899.392**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8162	4.034.358	
Cessions et désaffectations	8172	13.685.678	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8182	3.169.498	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8192**	**141.417.570**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8252P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8212		
Acquises de tiers	8222		
Annulées	8232		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8242		
Plus-values au terme de l'exercice	**8252**		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8322P**		**107.696.368**
Mutations de l'exercice			
Actés	8272	14.976.611	
Repris	8282		
Acquis de tiers	8292		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8302	13.685.677	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8312		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8322**	**108.987.301**	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(23)	32.430.268	

C.5.3.3. Mobilier et matériel roulant

	Codes	Exercice	Exercice précédent
MOBILIER ET MATÉRIEL ROULANT			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8193P**		**39.349.541**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8163	1.724.994	
Cessions et désaffectations	8173	3.436.233	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8183	88.644	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8193**	**37.726.947**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8253P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8213		
Acquises de tiers	8223		
Annulées	8233		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8243		
Plus-values au terme de l'exercice	**8253**		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8323P**		**30.252.622**
Mutations de l'exercice			
Actés	8273	3.893.455	
Repris	8283		
Acquis de tiers	8293		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8303	3.436.233	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8313		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8323**	**30.709.844**	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(24)	7.017.103	

C.5.3.5. Autres immobilisations corporelles

	Codes	Exercice	Exercice précédent
AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8195P**		**260.282**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8165	38.204	
Cessions et désaffectations	8175	3.248	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8185		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8195**	**295.238**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8255P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8215		
Acquises de tiers	8225		
Annulées	8235		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8245		
Plus-values au terme de l'exercice	**8255**		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8325P**		**237.661**
Mutations de l'exercice			
Actés	8275	14.926	
Repris	8285		
Acquis de tiers	8295		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8305	3.248	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8315		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8325**	**249.339**	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	**(26)**	**45.898**	

C.5.3.6. Immobilisations en cours et acomptes versés

	Codes	Exercice	Exercice précédent
IMMOBILISATIONS EN COURS ET ACOMPTES VERSÉS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8196P**		**3.451.025**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8166	1.818.228	
Cessions et désaffectations	8176		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8186	-3.370.251	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8196**	**1.899.002**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8256P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8216		
Acquises de tiers	8226		
Annulées	8236		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8246		
Plus-values au terme de l'exercice	**8256**		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8326P**		
Mutations de l'exercice			
Actés	8276		
Repris	8286		
Acquis de tiers	8296		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8306		
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8316		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	**8326**		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	**(27)**	**1.899.002**	

C.5.4.1. État des immobilisations financières

	Codes	Exercice	Exercice précédent
ENTREPRISES LIÉES - PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8391P**		**21.865.253**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8361		
Cessions et retraits	8371		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8381		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8391**	**21.865.253**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8451P**		**8.713.283**
Mutations de l'exercice			
Actées	8411		
Acquises de tiers	8421		
Annulées	8431		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8441		
Plus-values au terme de l'exercice	**8451**	**8.713.283**	
Réductions de valeur au terme de l'exercice	**8521P**		**946.806**
Mutations de l'exercice			
Actées	8471	289.303	
Reprises	8481		
Acquises de tiers	8491		
Annulées à la suite de cessions et retraits	8501		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8511		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	**8521**	**1.236.110**	
Montants non appelés au terme de l'exercice	**8551P**		
Mutations de l'exercice (+)/(-)	**8541**		
Montants non appelés au terme de l'exercice	**8551**		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(280)	29.342.426	
ENTREPRISES LIÉES - CRÉANCES			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	281P		
Mutations de l'exercice			
Additions	8581		
Remboursements	8591		
Réductions de valeur actées	8601		
Réductions de valeur reprises	8611		
Différences de change (+)/(-)	8621		
Autres (+)/(-)	8631		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(281)		
RÉDUCTIONS DE VALEUR CUMULÉES SUR CRÉANCES AU TERME DE L'EXERCICE	8651		

C.5.4.2. Entreprises avec lien de participation - participations, actions et parts

	Codes	Exercice	Exercice précédent
ENTREPRISES AVEC LIEN DE PARTICIPATION - PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8392P**		**32.156.937**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8362	10.000	
Cessions et retraits	8372		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8382		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8392**	**32.166.937**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8452P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8412		
Acquises de tiers	8422		
Annulées	8432		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8442		
Plus-values au terme de l'exercice	**8452**		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	**8522P**		**2.992.070**
Mutations de l'exercice			
Actées	8472	480.777	
Reprises	8482		
Acquises de tiers	8492		
Annulées à la suite de cessions et retraits	8502		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8512		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	**8522**	**3.472.846**	
Montants non appelés au terme de l'exercice	**8552P**		
Mutations de l'exercice (+)/(-)	**8542**		
Montants non appelés au terme de l'exercice	**8552**		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(282)	28.694.091	
ENTREPRISES AVEC LIEN DE PARTICIPATION - CRÉANCES			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	283P		
Mutations de l'exercice			
Additions	8582		
Remboursements	8592		
Réductions de valeur actées	8602		
Réductions de valeur reprises	8612		
Différences de change (+)/(-)	8622		
Autres (+)/(-)	8632		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(283)		
RÉDUCTIONS DE VALEUR CUMULÉES SUR CRÉANCES AU TERME DE L'EXERCICE	8652		

C.5.4.3. Autres entreprises - Participations, actions et parts

	Codes	Exercice	Exercice précédent
AUTRES ENTREPRISES - PARTICIPATIONS, ACTIONS ET PARTS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8393P**		**300.243**
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8363		
Cessions et retraits	8373		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8383		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	**8393**	**300.243**	
Plus-values au terme de l'exercice	**8453P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8413		
Acquises de tiers	8423		
Annulées	8433		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8443		
Plus-values au terme de l'exercice	**8453**		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	**8523P**		
Mutations de l'exercice			
Actées	8473	4.305	
Reprises	8483		
Acquises de tiers	8493		
Annulées à la suite de cessions et retraits	8503		
Transférées d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8513		
Réductions de valeur au terme de l'exercice	**8523**	**4.305**	
Montants non appelés au terme de l'exercice	**8553P**		
Mutations de l'exercice (+)/(-)	**8543**		
Montants non appelés au terme de l'exercice	**8553**		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	**(284)**	**295.937**	
AUTRES ENTREPRISES - CRÉANCES			
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	**285/8P**		**29.061**
Mutations de l'exercice			
Additions	8583		
Remboursements	8593	11.775	
Réductions de valeur actées	8603		
Réductions de valeur reprises	8613		
Différences de change (+)/(-)	8623		
Autres (+)/(-)	8633		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	**(285/8)**	**17.286**	
RÉDUCTIONS DE VALEUR CUMULÉES SUR CRÉANCES AU TERME DE L'EXERCICE	**8653**		

C.5.5.1. Information relative aux participations

PARTICIPATIONS ET DROITS SOCIAUX DÉTENUS DANS D'AUTRES ENTREPRISES

Sont mentionnées ci-après, les entreprises dans lesquelles l'entreprise détient une participation (comprise dans les rubriques 280 et 282 de l'actif) ainsi que les autres entreprises dans lesquelles l'entreprise détient des droits sociaux (compris dans les rubriques 284 et 51/53 de l'actif) représentant 10% au moins du capital souscrit.

Dénomination, adresse complète du siège et pour les entreprises de droit belge, mention du numéro d'entreprise	Droits sociaux détenus			Données extraites des derniers comptes annuels disponibles			
	DIRECTEMENT		PAR LES FILIALES	COMPTES ANNUELS ARRÊTÉS AU	CODE DEVISE	CAPITAUX PROPRES	RÉSULTAT NET
	NOMBRE	%	%			(+) OU (-) (EN UNITÉS)	
0877535640 CASA KAFKA PICTURES SA (Société anonyme) Rue Colonel Bourg 133 1140 Evere Belgique				31/03/2013	EUR	744.115	147.453
Actions	184	68,15	31,85				
0887332541 DREAMWALL (Société anonyme) Rue Jules Destree 52 6001 Marcinelle Belgique				31/12/2013	EUR	551.540	-9.002
Actions	9.845	23,32					
0873769961 FERI (Société anonyme) Avenue Golenvaux 8 5000 Namur Belgique				31/12/2013	EUR	41.613.981	-1.439.451
Actions	15.600	33,4					
0878403195 FREY (Société anonyme) Bd Auguste Reyers 52 1030 Schaerbeek Belgique				31/12/2013	EUR	20.268.027	-578.607
Actions	13.200	50					
0427916686 RMB (Société anonyme) Rue Colonel Bourg 133 1140 Evere Belgique				31/12/2013	EUR	4.329.561	820.145
Actions	846	99,99	0,01				
0809081750 SONUMA (Société anonyme) Bd Raymond Pointcarré 15 4020 Liège Belgique				31/12/2012	EUR	24.221.917	-1.072.629
Actions	16.000	40					
0831885757 KEYWALL (Société anonyme) Rue Jules Destree 52 6001 Marcinelle Belgique				31/12/2013	EUR	-169.415	-152.351
Actions	100	22,22					
0847284310 IMMO-DIGUE (Société anonyme) Bd. Tirou 37 6000 Charleroi Belgique				31/12/2013	EUR	1.220.262	-64.738
Actions	285	6,6					
0542905832 MARADIO.BE (Société coopérative à responsabilité limitée) Bd. Auguste Reyers1030 Schaerbeek Belgique							
Actions	200	25					

C.5.6. Placements de trésorerie et comptes de régularisation de l'actif

	Codes	Exercice	Exercice précédent
PLACEMENTS DE TRÉSORERIE - AUTRES PLACEMENTS			
Actions et parts	**51**		
Valeur comptable augmentée du montant non appelé	8681		
Montant non appelé	8682		
Titres à revenu fixe	**52**		
Titres à revenu fixe émis par des établissements de crédit	8684		
Comptes à terme détenus auprès des établissements de crédit	**53**	**365.362**	**363.206**
Avec une durée résiduelle ou de préavis			
— d'un mois au plus	8686	365.362	363.206
— de plus d'un mois à un an au plus	8687		
— de plus d'un an	8688		
Autres placements de trésorerie non repris ci-avant	**8689**		

	Exercice
COMPTES DE RÉGULARISATION	
Ventilation de la rubrique 490/1 de l'actif si celle-ci représente un montant important	
Charges à reporter (490)	10.183.847
Produits acquis (491)	5.942.524

C.5.8. Provisions pour autres risques et charges

	Exercice
Ventilation de la rubrique 163/5 du passif si celle-ci représente un montant important	
Provisions pour litiges	10.055.516
Provisions à caractère social	3.266.058

C.5.9. État des dettes et comptes de régularisation du passif

	Codes	Exercice
VENTILATION DES DETTES À L'ORIGINE À PLUS D'UN AN, EN FONCTION DE LEUR DURÉE RÉSIDUELLE		
Dettes à plus d'un an échéant dans l'année		
Dettes financières	8801	1.212.215
— Emprunts subordonnés	8811	
— Emprunts obligataires non subordonnés	8821	
— Dettes de location-financement et assimilées	8831	
— Etablissements de crédit	8841	1.212.215
— Autres emprunts	8851	
Dettes commerciales	8861	
— Fournisseurs	8871	
— Effets à payer	8881	
Acomptes reçus sur commandes	8891	
Autres dettes	8901	
Total des dettes à plus d'un an échéant dans l'année	**(42)**	**1.212.215**
Dettes ayant plus d'un an mais 5 ans au plus à courir		
Dettes financières	8802	44.696.509
— Emprunts subordonnés	8812	
— Emprunts obligataires non subordonnés	8822	
— Dettes de location-financement et assimilées	8832	
— Etablissements de crédit	8842	44.696.509
— Autres emprunts	8852	
Dettes commerciales	8862	
— Fournisseurs	8872	
— Effets à payer	8882	
Acomptes reçus sur commandes	8892	
Autres dettes	8902	38.652.634
Total des dettes ayant plus d'un an mais 5 ans au plus à courir	**8912**	**83.349.142**
Dettes ayant plus de 5 ans à courir		
Dettes financières	8803	34.370.251
— Emprunts subordonnés	8813	
— Emprunts obligataires non subordonnés	8823	
— Dettes de location-financement et assimilées	8833	
— Etablissements de crédit	8843	34.370.251
— Autres emprunts	8853	
Dettes commerciales	8863	
— Fournisseurs	8873	
— Effets à payer	8883	
Acomptes reçus sur commandes	8893	
Autres dettes	8903	
Total des dettes ayant plus de 5 ans à courir	**8913**	**34.370.251**

	Codes	Exercice
DETTES GARANTIES (COMPRISES DANS LES RUBRIQUES 17 ET 42/48 DU PASSIF)		
Dettes garanties par les pouvoirs publics belges		
Dettes financières	8921	80.278.974
— Emprunts subordonnés	8931	
— Emprunts obligataires non subordonnés	8941	
— Dettes de location-financement et assimilées	8951	
— Etablissements de crédit	8961	80.278.974
— Autres emprunts	8971	
Dettes commerciales	8981	
— Fournisseurs	8991	
— Effets à payer	9001	
Acomptes reçus sur commandes	9011	
Dettes salariales et sociales	9021	
Autres dettes	9051	
Total des dettes garanties par les pouvoirs publics belges	**9061**	**80.278.974**
Dettes garanties par des sûretés réelles constituées ou irrévocablement promises sur les actifs de l'entreprise		
Dettes financières	8922	
— Emprunts subordonnés	8932	
— Emprunts obligataires non subordonnés	8942	
— Dettes de location-financement et assimilées	8952	
— Etablissements de crédit	8962	
— Autres emprunts	8972	
Dettes commerciales	8982	
— Fournisseurs	8992	
— Effets à payer	9002	
Acomptes reçus sur commandes	9012	
Dettes fiscales, salariales et sociales	9022	
— Impôts	9032	
— Rémunérations et charges sociales	9042	
Autres dettes	9052	
TOTAL DES DETTES GARANTIES PAR DES SÛRETÉS RÉELLES CONSTITUÉES OU IRRÉVOCABLEMENT PROMISES SUR LES ACTIFS DE L'ENTREPRISE	**9062**	

	Codes	Exercice
DETTES FISCALES, SALARIALES ET SOCIALES		
Impôts (rubrique 450/3 du passif)		
Dettes fiscales **échues**	9072	
Dettes fiscales non échues	9073	3.739.847
Dettes fiscales estimées	450	
Rémunérations et charges sociales (rubrique 454/9 du passif)		
Dettes **échues** envers l'Office National de Sécurité Sociale	9076	4.155.376
Autres dettes salariales et sociales	9077	16.505.220

	Exercice
COMPTES DE RÉGULARISATION	
Ventilation de la rubrique 492/3 du passif si celle-ci représente un montant important	
Charges à imputer (492)	1.122.759
Produits à reporter (493)	24.492.858

C.5.10. Résultats d'exploitation

	Codes	Exercice	Exercice précédent
PRODUITS D'EXPLOITATION			
Chiffre d'affaires net			
Ventilation par catégorie d'activité			
Ventilation par marché géographique			
Autres produits d'exploitation			
Subsides d'exploitation et montants compensatoires obtenus des pouvoirs publics	740	228.936.172	227.765.193
CHARGES D'EXPLOITATION			
Travailleurs pour lesquels l'entreprise a introduit une déclaration DIMONA ou qui sont inscrits au registre général du personnel			
Nombre total à la date de clôture	9086	2.186	2.206
Effectif moyen du personnel calculé en équivalents temps plein	9087	2.151,3	2.200,6
Nombre d'heures effectivement prestées	9088	3.603.186	3.692.897
Frais de personnel			
Rémunérations et avantages sociaux directs	620	120.827.046	122.193.249
Cotisations patronales d'assurances sociales	621	24.424.514	23.582.281
Primes patronales pour assurances extralégales	622	698.292	534.856
Autres frais de personnel	623	3.857.619	3.770.882
Pensions de retraite et de survie	624	24.700.710	21.015.474
Provisions pour pensions et obligations similaires			
Dotations (utilisations et reprises) (+)/(-)	635		
Réductions de valeur			
Sur stocks et commandes en cours			
— Actées	9110		
— Reprises	9111		
Sur créances commerciales			
— Actées	9112	302.523	46.883
— Reprises	9113	25.578	155.011
Provisions pour risques et charges			
Constitutions	9115	9.404.504	9.563.131
Utilisations et reprises	9116	5.135.754	6.035.369
Autres charges d'exploitation			
Impôts et taxes relatifs à l'exploitation	640	80.133	99.688
Autres	641/8	445.349	289.113
Personnel intérimaire et personnes mises à la disposition de l'entreprise			
Nombre total à la date de clôture	9096		
Nombre moyen calculé en équivalents temps plein	9097	144,9	137,2
Nombre d'heures effectivement prestées	9098	286.290	271.012
Frais pour l'entreprise	617	2.997.145	2.718.595

C.5.11. Résultats financiers et exceptionnels

	Codes	Exercice	Exercice précédent
RÉSULTATS FINANCIERS			
Autres produits financiers			
Subsides accordés par les pouvoirs publics et imputés au compte de résultats			
— Subsides en capital	9125	361.246	58.587
— Subsides en intérêts	9126		
Ventilation des autres produits financiers			
— Différences de change positives		39.400	123.695
— Produits financiers divers		23.275	127.849
Amortissement des frais d'émission d'emprunts et des primes de remboursement	**6501**		
Intérêts intercalaires portés à l'actif	**6503**		
Réductions de valeur sur actifs circulants			
Actées	6510		
Reprises	6511		
Autres charges financières			
Montant de l'escompte à charge de l'entreprise sur la négociation de créances	653		
Provisions à caractère financier			
Dotations	6560		
Utilisations et reprises	6561		
Ventilation des autres charges financières			
Différences de change et écarts de conversion		27.353	52.301
Charges financières diverses		49.926	41.292

C.5.12. Impôts et taxes

	Codes	Exercice
IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT		
Impôts sur le résultat de l'exercice	**9134**	**264.724**
Impôts et précomptes dus ou versés	9135	264.724
Excédent de versements d'impôts ou de précomptes porté à l'actif	9136	
Suppléments d'impôts estimés	9137	
Impôts sur le résultat d'exercices antérieurs	**9138**	
Suppléments d'impôts dus ou versés	9139	
Suppléments d'impôts estimés ou provisionnés	9140	
Principales sources de disparités entre le bénéfice avant impôts, exprimé dans les comptes, et le bénéfice taxable estimé		

	Codes	Exercice	Exercice précédent
TAXES SUR LA VALEUR AJOUTÉE ET IMPÔTS À CHARGE DE TIERS			
Taxes sur la valeur ajoutée, portées en compte			
A l'entreprise (déductibles)	9145	17.419.660	16.505.870
Par l'entreprise	9146	20.438.096	20.875.970
Montants retenus à charge de tiers, au titre de			
Précompte professionnel	9147	37.987.329	37.396.775
Précompte mobilier	9148		

C.5.13. Droits et engagements hors bilan

	Codes	Exercice
GARANTIES PERSONNELLES CONSTITUÉES OU IRRÉVOCABLEMENT PROMISES PAR L'ENTREPRISE POUR SÛRETÉ DE DETTES OU D'ENGAGEMENTS DE TIERS	**9149**	
Dont		
Effets de commerce en circulation endossés par l'entreprise	9150	
Effets de commerce en circulation tirés ou avalisés par l'entreprise	9151	
Montant maximum à concurrence duquel d'autres engagements de tiers sont garantis par l'entreprise	9153	
GARANTIES RÉELLES		
Garanties réelles constituées ou irrévocablement promises par l'entreprise sur ses actifs propres pour sûreté de dettes et engagements de l'entreprise		
Hypothèques		
— Valeur comptable des immeubles grevés	9161	5.139.120
— Montant de l'inscription	9171	23.549.885
Gages sur fonds de commerce - Montant de l'inscription	9181	
Gages sur d'autres actifs - Valeur comptable des actifs gagés	9191	
Sûretés constituées sur actifs futurs - Montant des actifs en cause	9201	
Garanties réelles constituées ou irrévocablement promises par l'entreprise sur ses actifs propres pour sûreté de dettes et engagements de tiers		
Hypothèques		
— Valeur comptable des immeubles grevés	9162	
— Montant de l'inscription	9172	
Gages sur fonds de commerce - Montant de l'inscription	9182	
Gages sur d'autres actifs - Valeur comptable des actifs gagés	9192	
Sûretés constituées sur actifs futurs - Montant des actifs en cause	9202	
BIENS ET VALEURS DÉTENUS PAR DES TIERS EN LEUR NOM MAIS AUX RISQUES ET PROFITS DE L'ENTREPRISE, S'ILS NE SONT PAS PORTÉS AU BILAN		
ENGAGEMENTS IMPORTANTS D'ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS		
Engagements d'acquisition d'immobilisations		6.879.410
ENGAGEMENTS IMPORTANTS DE CESSION D'IMMOBILISATIONS		
MARCHÉ À TERME		
Marchandises achetées (à recevoir)	**9213**	**29.681.444**
Marchandises vendues (à livrer)	**9214**	
Devises achetées (à recevoir)	**9215**	
Devises vendues (à livrer)	**9216**	

C.5.14. Relations avec les entreprises liées et les entreprises avec lesquelles il existe un lien de participation

	Codes	Exercice	Exercice précédent
ENTREPRISES LIÉES			
Immobilisations financières	**(280/1)**	**29.342.426**	**29.631.729**
Participations	(280)	29.342.426	29.631.729
Créances subordonnées	9271		
Autres créances	9281		
Créances sur les entreprises liées	**9291**	**3.348.368**	**2.667.233**
A plus d'un an	9301	2.543.714	2.203.021
A un an au plus	9311	804.654	464.212
Placements de trésorerie	**9321**		
Actions	9331		
Créances	9341		
Dettes	**9351**	**12.457.982**	**12.409.122**
A plus d'un an	9361	6.538.019	6.489.159
A un an au plus	9371	5.919.963	5.919.963
Garanties personnelles et réelles			
Constituées ou irrévocablement promises par l'entreprise pour sûreté de dettes ou d'engagements d'entreprises liées	9381		
Constituées ou irrévocablement promises par des entreprises liées pour sûreté de dettes ou d'engagements de l'entreprise	9391		
Autres engagements financiers significatifs	**9401**		
Résultats financiers			
Produits des immobilisations financières	9421		
Produits des actifs circulants	9431		
Autres produits financiers	9441		
Charges des dettes	9461		
Autres charges financières	9471		
Cessions d'actifs immobilisés			
Plus-values réalisées	9481		
Moins-values réalisées	9491		
ENTREPRISES AVEC UN LIEN DE PARTICIPATION			
Immobilisations financières	**(282/3)**	**28.694.091**	**29.164.867**
Participations	(282)	28.694091	29.164.867
Créances subordonnées	9272		
Autres créances	9282		
Créances	**9292**	**7.966.791**	**6.199.861**
A plus d'un an	9302	6.344.869	4.641.005
A un an au plus	9312	1.621.922	1.558.856
Dettes	**9352**	**36.203.651**	**35.881.296**
A plus d'un an	9362	32.114.614	31.792.259
A un an au plus	9372	4.089.037	4.089.037

C.5.15. Relations financières

	Codes	Exercice
AVEC LE OU LES COMMISSAIRE(S) ET LES PERSONNES AVEC LESQUELLES IL EST LIÉ (ILS SONT LIÉS)		
Emoluments du (des) commissaire(s)	**9505**	**68.499**
Emoluments pour prestations exceptionnelles ou missions particulières accomplies au sein de la société par le(s) commissaire(s)		
Autres missions d'attestation	95061	
Missions de conseils fiscaux	95062	
Autres missions extérieures à la mission révisorale	95063	
Emoluments pour prestations exceptionnelles ou missions particulières accomplies au sein de la société par des personnes avec lesquelles le ou les commissaire(s) est lié (sont liés)		
Autres missions d'attestation	95081	
Missions de conseils fiscaux	95082	
Autres missions extérieures à la mission révisorale	95083	

Règles d'évaluation

1. Principes généraux

Les comptes annuels de l'exercice 2013 ont été établis conformément aux dispositions légales et réglementaires et aux pratiques comptables généralement admises en BELGIQUE (A.R. du 8 octobre 1976 relatif aux comptes annuels des entreprises).

2. Règles d'évaluation adoptées par la RTBF

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

– immobilisations incorporelles
– immobilisations corporelles

Le tableau suivant donne, par type d'investissement, la durée de vie et le type d'amortissement qui lui est appliqué.

	Durée de vie
A. TERRAINS ET CONSTRUCTIONS	
– Bâtiments	30
– Installations (ascenseur, chauffage, distribution d'électricité, téléphonie etc…) et aménagements des bâtiments	15
– Pylônes	30
– Assurances et honoraires liés aux travaux immobiliers	4
B. Equipements de production	
– Equipements fixes Radio-TV	10
– Cars de reportage	10
– Equipements portables et accessoires de production Radio -TV (micros, caméras légères, enregistreurs, etc…)	7
– Equipements de production informatisée Radio - TV (serveur, système contrôle, infographie, etc.)	4
C. Equipements de diffusion et de liaison	
Antennes	15
Emetteurs	15
Liaisons hertziennes	15
Codeurs et codecs	5
Réseau fibres optiques	10
Multiplexeurs	4
Moyens mobiles	10
D. Equipements informatiques	
P.C. (PTG)	4
Moniteurs (PTG)	5
Serveurs	4
Logiciels	5
Imprimantes	5
Applications (personnel, comptabilité, etc)	10
Matériel de réseau	4
E. Divers	
Outillage et appareils de mesure	10
Véhicules	5
Mobilier de bureau	10
Machines de bureau	5
Matériel de plateau et instrument de musique	5
Petit matériel téléphonique divers (GSM)	3
Equipements de type « grand public » (récepteurs, Radio-TV, magnétoscopes VHS, etc)	4

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

B. IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

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

C. STOCKS

La règle générale d'évaluation des stocks est le prix moyen pondéré pour les acquisitions auprès de tiers.

Cependant, en ce qui concerne le stock « Elan », la méthode d'évaluation est :

– Stock moyen auprès de tiers (Droits de diffusion)
Les biens sont stockés au prix d'acquisition. Le coût de l'utilisation se répartit comme suit :

- En cas de 2 diffusions : 80% et 20%
- En cas de 3 diffusions : 80% - 19% - 1%

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

- Obsolescence des fictions et des documentaires dont les débuts de droits sont antérieurs à deux années de la date de clôture de l'exercice en cours. La valeur du stock de ces fictions et documentaires est réduite à zéro.
- Fictions ayant fait l'objet d'une première diffusion dont les droits se terminent avant la fin de l'exercice suivant et dont la seconde diffusion devrait être réalisée dans un intervalle de moins de douze mois. La valeur de la seconde diffusion est réduite à zéro.
- Fictions n'ayant pas encore fait l'objet d'une diffusion dont les droits se terminent avant la fin de l'exercice suivant et dont la seconde diffusion devrait être réalisée dans un intervalle de moins de douze mois. La valeur de la seconde diffusion est réduite à zéro.
- Fictions interdites aux moins de 16 ans. La valeur du stock de ces fictions est réduite à zéro.

- Suites de séries que la RTBF a l'obligation d'acquérir alors que les premiers épisodes ont récolté une part d'audience inférieure à 70% à la part d'audience moyenne de la case. La valeur de la suite de la série est réduite à zéro.
- Fictions dont la première diffusion a récolté une part d'audience inférieure à 70% à la part d'audience moyenne de la case. La valeur de la seconde diffusion est réduite à zéro.
- Les critères ci-dessous portant sur une seconde diffusion sont étendus à une troisième diffusion le cas échéant. La valeur de la troisième diffusion est réduite à zéro.

À l'issue de cette sélection, une proposition détaillée titre par titre est transmise pour examen à la Direction des Antennes. Celle-ci étudie chaque programme au cas par cas. La Direction des Antennes peut confirmer la sélection ou considérer que tel programme ne nécessite pas de réduction de valeur (exemple : elle peut envisager de diffuser le programme dans une case 20h-22h). Après validation auprès de la Direction Financière, l'information est traduite dans l'outil informatique de gestion des programmes et dans le système comptable.

D. CRÉANCES COMMERCIALES

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

E. PLACEMENT DE TRÉSORERIE

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

F. VALEURS DISPONIBLES

Ces valeurs sont comptabilisées à la valeur nominale.

G. INTERVENTION FINANCIÈRE DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES DANS LE CADRE DES INVESTISSEMENTS DU PLAN MAGELLAN

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

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

H. COMPTABILISATION DES RECETTES LIÉES À LA PUBLICITÉ

Jusqu'au 31.07.2008, les recettes publicitaires étaient imputées à concurrence du montant brut en produits d'exploitation alors que la commission de régie l'était en charge d'exploitation.

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

I. COMPTABILISATION DES DROITS SPORTIFS

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

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

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

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

K. RÈGLES PARTICULIÈRES POUR CERTAINES CATÉGORIES D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Jusqu'en 1990, les règles d'évaluation en vigueur en matière d'amortissement prévoyaient de maintenir une valeur résiduelle pour les acquisitions ou les réalisations de travaux portés à l'actif du bilan.
Afin d'adapter la valeur de ces biens aux règles actuellement en vigueur, la valeur comptable des biens arrivés au terme de leur amortissement normal a été portée à 0. L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2013 est de 2.558.754,68 euros.

L'application Numprod actuelle relative à la numérisation de la production sera remplacée par une nouvelle solution dans le courant de l'année 2015. La valeur résiduelle au 31/12/2012 des actifs concernés repris en immobilisations corporelles sera amortie pour moitié en 2013 et pour une autre moitié en 2014. L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2013 est de 735.981,60 euros.

Suite à la décision du Conseil d'Administration de la RTBF du 22/04/2013 qui devra se concrétiser en 2019 par la rénovation complète ou la reconstruction des bâtiments de la RTBF implantés sur le site de Reyers, les biens ou travaux portés à l'actif pour ce bâtiment et dont la durée de vie normale excédait 2019 seront amortis à concurrence d'un septième de leur valeur résiduelle de 2013 à 2019. L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2013 est de 868.418,42 euros.

Mentions reprises en conformité avec l'article 96 du Code des sociétés

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

Voir chapitre 2 « Focus sur les résultats financiers » du présent rapport.

La RTBF souligne le montant de 2.681,2 KEUR versé en 2013 au Service des Pensions du Secteur Public en vue d'assurer le financement des compléments de pension en application de l'Arrêté Royal du 5 juin 2004 portant exécution de l'article 78 de la loi du 3 février 2003 apportant diverses modifications à la législation relative aux pensions du secteur public.

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

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

ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS SURVENUS APRÈS LA CLÔTURE

Néant

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

Néant

ACTIVITÉS EN MATIÈRE DE RECHERCHES ET DE DÉVELOPPEMENT

Néant

EXISTENCE DE SUCCURSALES DE LA SOCIÉTÉ

Néant

JUSTIFICATION DE L'APPLICATION DES RÈGLES DE CONTINUITÉ

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

AUTRES INFORMATIONS

Néant

INSTRUMENTS FINANCIERS

Néant

4. Coût net de la mission de service public

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

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

Ces trois catégories sont détaillées ci-dessous :

4.1. Activités non-commerciales

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

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13 - 12	Ecart %
Production immobilisée	0,0	0,5	-0,5	-94,5%
Aides à la production	5,7	6,1	-0,4	-7,1%
Recettes diverses	6,2	4,1	2,1	52,0%
Récupération de frais	0,5	0,9	-0,4	-41,8%
Produits financiers	0,4	0,3	0,1	44,1%
Produits exceptionnels	0,8	4,8	-4,0	-83,9%
Total	**13,6**	**16,7**	**-3,0**	**-18,3%**

Le compte 2013 affiche des recettes des activités non-commerciales pour un total de 13,6 millions d'euros, soit 3,0 millions d'euros de moins qu'en 2012. Cette diminution est principalement expliquée par la diminution des produits exceptionnels partiellement compensée par l'augmentation des recettes diverses, conséquence de la régularisation des droits d'auteur pour les années 2010 et 2011.

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

Les aides à la production s'élèvent à 5,7 millions d'euros en 2013 contre 6,1 millions d'euros en 2012. Parmi celles-ci, les aides en provenance des pouvoirs publics belges représentent 29,8% en 2013 soit 3,6% de plus qu'en 2012 et se répartissent comme suit :

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13 - 12	Ecart %
Fédéral	0,3	0,4	-0,0	-10,7%
Fédération Wallonie-Bruxelles	0,4	0,5	-0,1	-16,0%
Wallonie	0,9	0,7	0,2	32,7%
Provinces	0,0	0,2	-0,1	-76,6%
Communes	0,1	0,1	-0,0	-16,7%
Total	**1,7**	**1,6**	**0,1**	**6,4%**

4.2. Activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13 - 12	Ecart %
Produits	**97,0**	**93,1**	**3,8**	**4,1%**
Publicité nette	69,0	67,0	2,0	3,0%
Echanges - parrainage	17,1	18,0	-0,9	-5,0%
Autres produits	10,9	8,2	2,7	33,5%
Charges	**-20,6**	**-20,4**	**-0,3**	**1,3%**
Echanges - parrainage	-17,1	-18,0	0,9	-5,1%
Coût du Marketing Opérationnel - Département Diversification	-2,4	-2,1	-0,3	12,6%
Autres charges	-1,2	-0,3	-0,9	346,4%
Total	**76,3**	**72,8**	**3,6**	**4,9%**

En 2013, les activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public se soldent par un résultat positif de 76,3 millions d'euros, soit 3,6 millions d'euros de plus qu'en 2012. Les recettes de ces activités concernent essentiellement la publicité, le sponsoring, les câblo-opérateurs belges et étrangers, les ventes de programmes, les ventes de DVD, l'exploitation de la téléphonie interactive, la vidéo à la demande et les ventes de CD.

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

4.3. Autres activités commerciales

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

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13 - 12	Ecart %
Produits	**2,3**	**1,8**	**0,5**	**28,8%**
Prestations de service	0,7	0,7	-0,1	-10,0%
Recettes de location	1,5	0,9	0,6	63,8%
Organisation d'événements	0,2	0,1	0,0	10,7%
Charges	**-0,5**	**-0,5**	**0,0**	**-5,8%**
Total	**1,8**	**1,2**	**0,5**	**43,6%**

En 2013, le résultat net de cette catégorie s'élève à 1,8 million d'euros, en augmentation de 43,6% par rapport à 2012, suite à la location d'espace sur le site de Reyers et à la conclusion de nouveaux contrats de location d'emplacements sur les pylônes.

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

4.4. Coût net de la mission de service public

En millions d'euros	Compte 2013	Compte 2012	Ecart 13 - 12	Ecart %
Total des charges de l'entreprise	**346,6**	**342,3**	**4,3**	**1%**
Produits des activités non-commerciales	13,6	16,7	-3,0	-18%
Produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public	97,0	93,1	3,8	4%
Coût des autres activités commerciales	0,5	0,5	-0,0	-6%
COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC	**235,6**	**232,0**	**3,6**	**2%**
Dotations	**228,9**	**227,8**	**1,2**	**1%**
Solde	**-6,6**	**-4,2**	**-2,4**	**57%**

En 2013, le coût net de la mission de service public est supérieur aux dotations. Cela signifie une sous-compensation de 6,6 millions d'euros de la mission de service public de radiodiffusion.

10

Filiales

Filiales

Soixante années de télévision : un vrai trésor à la SONUMA !

QUELQUES GRANDES FIGURES DE LA TV

Jacques Careuil
André Remy
Maryse
Marion
Stéphane Steeman
Albert Deguelle
Sylvie Rigot
Roger Laboureur
Tatayet
Jacques Bredael
Jules Metz

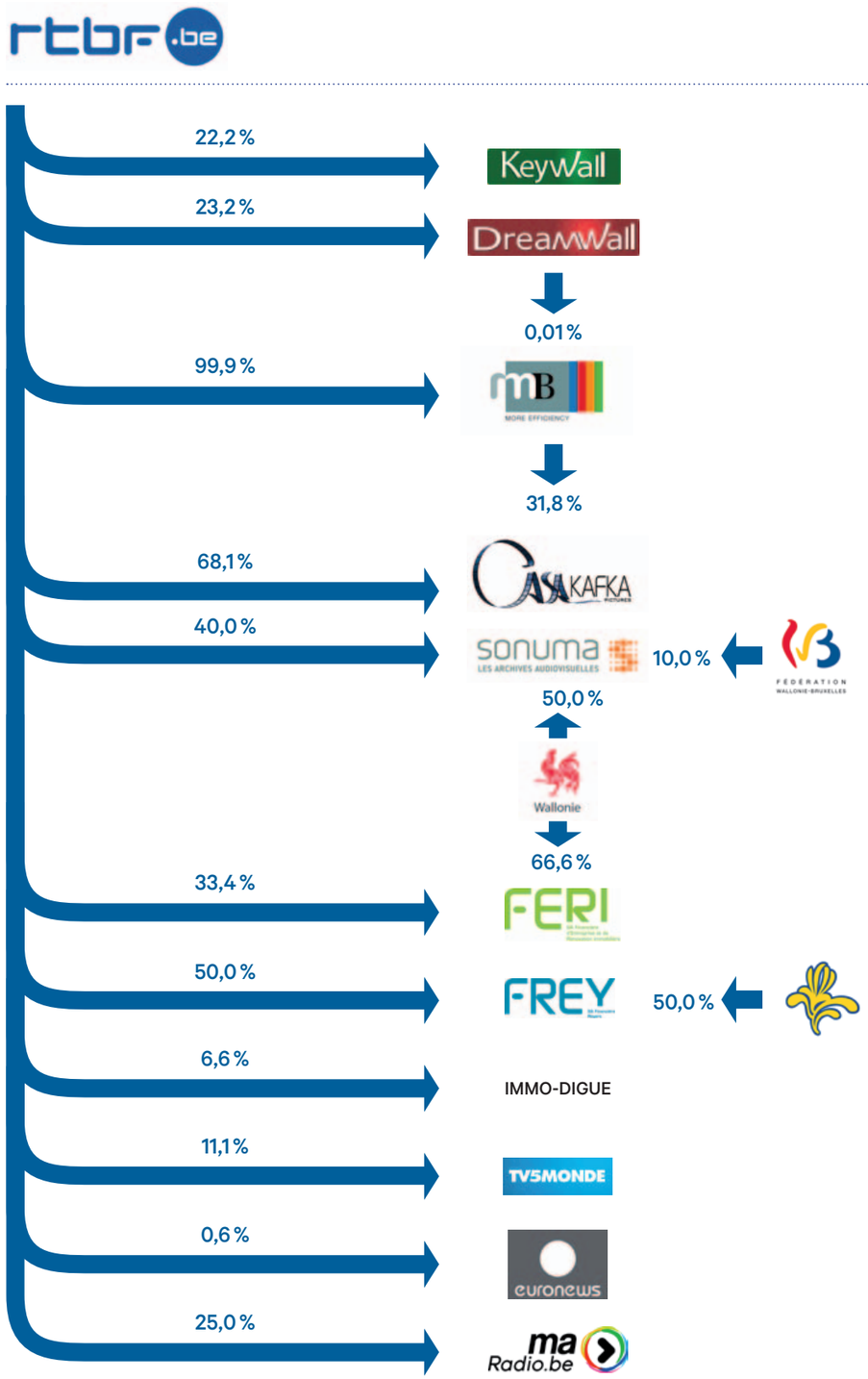
Conservation, préservation, numérisation mais aussi valorisation : voilà les principales missions de la SONUMA, filiale de la RTBF. Il est vrai que depuis 1953, année de création de la télévision en Belgique, les équipes de l'INR – RTB – RTBF ont produit des milliers d'heures de programmes (bulletins d'information, magazines culturels, documentaires, débats, sans oublier les captations de pièces de théâtre, les jeux, les grands reportages, les divertissements). Ces témoignages uniques des événements-clés de notre époque et véritables empreintes de notre identité culturelle méritent d'être pérennisés et largement diffusés.

La célébration des 60 ans de la télévision a été l'occasion de mettre en œuvre différents projets sur base de ce patrimoine exceptionnel : documentaires, livre, site internet, jeu de société et micro-programmes.

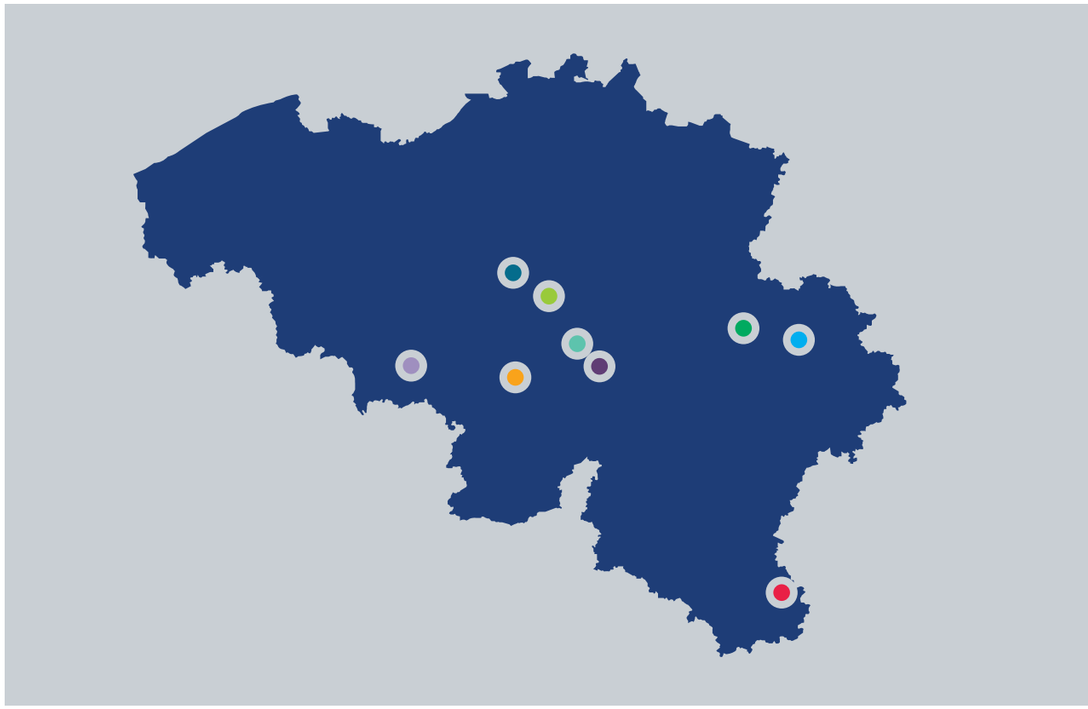
Les trois chaînes de la RTBF ont multiplié les rendez-vous avec les téléspectateurs d'aujourd'hui : sur La Une, trois « C'est du belge » avec de nombreux invités et trois documentaires « Vos années télé » pour faire revivre la fabuleuse histoire de la télé, à travers ses images cultes, ses émissions inoubliables, les souvenirs et émotions de chacun ; sur La Deux, une émission « MediaLog » et cinq « Télé de A@Z » consacrées à des thématiques : les speakerines, les grands reporters, la météo, les émissions de variétés, le journal télévisé ; sur La Trois, coup d'œil dans le rétro via OUFtivi et des soirées spéciales d'archives. Le web et les radios de la RTBF ont également mis l'accent sur ce soixantième anniversaire.

40 000

C'est le nombre d'heures **d'émissions numérisées** ces **deux dernières années** par la SONUMA.



Les différents sites et le parc technologique



BRUXELLES

1. **Reyers**

– Site de production
- TV info-sports
- 3 radios : La Première, Musiq3, Pure FM.

– Studios 2, 4, 6 *, 8
– Bureau local d'informations de Bruxelles

2. **Principaux partenariats événementiels :** Foire du Livre, Fête de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Festival Anima, Brussels, Summer Festival, Festival Musiq3, 20 km de Bruxelles, ...

CHARLEROI

– Site de production TV (Unité de programmes magazines, documentaires, jeunesse)
– Bureau local d'informations Charleroi
– Collaboration avec Dreamwall (Ouftivi, bulletins météo)
– Partenaire du Musée de la Photographie
– Partenaire des fêtes de Wallonie (La Louvière)

MONS

– Site de production de deux radios Viva-Cité et Classic 21
– Bureau local d'informations Mons
– Partenaire du Festival du film d'Amour, de Mons 2015, Festival de Dour

LIÈGE

– Site de production TV (Unités de programmes scènes- divertissement)
– Les studios 40 et 41 de Média Rives *
– Bureau local d'informations Liège
– Partenaire Opéra royal de Wallonie, Francofolies, les Ardentes, Fêtes de Wallonie, Village de Noël, Voo Rire Festival

NAMUR

– Rédaction régionale
– Bureau local d'information Namur/Brabant wallon
– Partenaire du Festival du Film francophone, Namur en mai

RHISNES

– Moyens mobiles

WAVRE

– Site des émetteurs

ARLON

– Bureau local d'information

VERVIERS

– Bureau local d'information

* Ces implantations disposent d'infrastructures (notamment le studio 6 à Reyers et le grand studio de Média Rives) susceptibles d'accueillir des tiers (sociétés de production, asbl, artistes, ...).

RTBF
Rapport annuel 2013

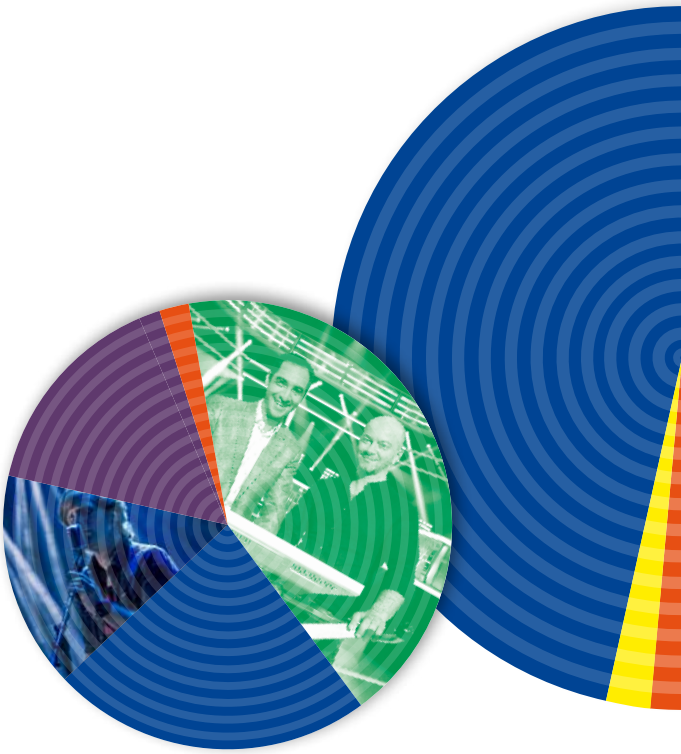
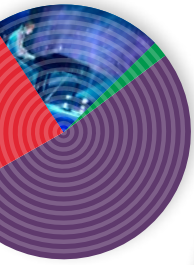
ÉDITEUR RESPONSABLE
Chris Vandervinne

COORDINATION
Alexandra Daco

RÉDACTION
Un pas plus loin : Frédéric Vanvlodorp et Thierry Degives – RTBF : Bruno Deblander et Alexandra Daco

GRAPHISME
Salutpublic

Imprimé en mai 2014
en 500 exemplaires.

Numéro de dépôt légal :
D-2014-0974-1 -
ISBN2-930044-25-X

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES
© Cassandre Sturbois – Cazou asbl (p. 4), © Fabrice Giraud (p. 7), © Michel Leroy (pp. 5, 8, 51, 53, 57 (Noa Moon), p. 75 (Guy Lemaire), p. 79), © Martin Godfroid (pp. 9, 23 (Viva For Life) – couverture (Sans chichis), p. 38, p. 71 (Les soirées pyjamas), p. 72, p. 78 (Dotto)), © Nicolas Lobet (pp. 21-23 – couverture (Franck Dubosc)), © RTBF (pp. 24, 33, 35, 37, 40-41, 54, 56-61, 70, 75, 87, 99, 171), © RTBF Interactive (pp 29-30), © Belga Image (pp. 42, 44, 45, 49 (Musée Fin-de-Siècle), p. 88), © Jacques Croisier (pp. 46, 48 (Romeo et Juliette)), © Bruno Vessié (p. 48 (Reine Elisabeth)) © Les Armateurs/Maybe Movies/StudioCanal/La Parti Production/Mélusine Production (p. 49 (Ernest et Célestine)), © Victory Production (p. 62), © Cinéart (p. 63), © Films de l'Elysée (p. 64 (Le Pacte)), © Warner (p. 64 (The Mentalist)), © Why not Productions (p. 65), © Michel Loriaux (p. 66), © Dupuis Audiovisuel/Araneo/RTBF (p. 68), © Lucky Punch (p. 71 (Mia et moi)), © Pierre Havrenne (pp. 74, 99), © Stéphane Laruelle (pp. 76-78 (Versus)), © Wild Bunch (p. 83 (La vie d'Adèle)), © Vinciane Pierart – To Do Today (p. 83 (A tort ou à raison)), © Iota Production (p. 84 (Le thé ou l'électricité)), © Wild Heart Productions (p. 84 (The gatekeepers)), © Need Productions Perspective Films (p. 84 (Silence Radio)), © Jean-Philippe Baltel (p. 86 (Ce soir, je vais tuer l'assassin de mon fils)), © Steph/Visual Press Agency (p. 86 (Clem)), © Tandem Production GMBH, TF1 Production SAS – Dusan Martincek (p. 86 (Crossing Lines)), © Agat Films (p. 87 (Pas son genre)), © Christine Plenus (p. 87 (Les frères Dardenne)).