

RAPPORT ANNUEL 2014

Jean-Paul
Philippot



Administrateur général de la RTBF

LA TRANSVERSALITÉ (EN) MARCHÉ

Quelle année! En préface à ce rapport annuel, le point d'exclamation ne doit rien au hasard. Les douze mois écoulés ont, en effet, été exceptionnels à plus d'un titre. Ils ont confirmé les mutations portées par le mode digital. Évolution des modes de production ou des modes de consommation: l'évidence est flagrante. Transversalité et mobilité riment pour façonner des contenus audiovisuels qui ont vocation à s'adresser à tous les publics. Dans ce contexte, 2014 a permis à la RTBF de témoigner de cette ambition et de ses valeurs à travers plusieurs initiatives. Il y eut ainsi des anniversaires. Les 100 ans du déclenchement de la Première Guerre mondiale ont justifié une démarche éditoriale qui a impliqué tous nos médias. Une autre célébration, celle des 50 ans de l'immigration turque et marocaine, s'est d'ailleurs particulièrement déployée sur les réseaux sociaux. Marquée également par des élections régionales, fédérales et européennes ainsi que par une Coupe

du Monde de football avec les Diables rouges au Brésil, l'année passée a été exceptionnelle en matière d'audience. En radio, VivaCité a été plébiscitée comme la chaîne préférée des Belges francophones, comme pour conforter la nouvelle offre des radios de la RTBF, mise en place au printemps 2004. L'offre de nos trois chaînes de télévision, a, dans le même temps, atteint des seuils que nous n'avions plus atteints depuis le début des années 2000.

Si ces chiffres ont une valeur indicative, ils nous confortent dans certains choix, fondateurs d'un média public. Le premier est éditorial. A l'heure où de plus en plus d'acteurs se posent comme intermédiaires entre les créateurs et les publics, nous persistons dans le choix de proposer et produire des contenus originaux, ancrés en Wallonie et à Bruxelles. La première série belge portée à l'écran à l'automne en est sans doute le témoignage le plus ultime. Mais il n'en est pas le

seul, sachant l'attention que nous portons à l'information et à la redéfinition du rôle qui est le nôtre, à notre présence sur les grands événements fédérateurs de notre communauté ou à la promotion de nouvelles formes d'écriture visant tant notre offre linéaire que non-linéaire. Ainsi, s'impose un deuxième choix, celui de placer chaque jour davantage la question des ressources humaines au cœur de nos préoccupations et avec elle l'enjeu de la créativité et de la transversalité. Et c'est ainsi qu'un troisième choix se révèle, presque naturellement, celui de la convergence. Elle est au cœur de notre réflexion, que ce soit en termes de gouvernance de l'entreprise, de défis technologiques ou de processus de travail. Elle l'est d'autant plus que les amendements apportés en 2014 à notre contrat de gestion ont renforcé et clarifié la présence de la RTBF sur toutes les plateformes. Et pour tous les publics ...

Jean-Paul Philippot

Jean-François
Raskin

Président du Conseil
d'administration



RÉAFFIRMER NOS VALEURS

Les rapports annuels des entreprises, comme la RTBF, sont un extraordinaire moyen de communication. Ils informent les partenaires, les politiques, les usagers sur la situation économique et financière de l'entreprise et sur ses perspectives pour les exercices suivants. Mais la RTBF n'est pas une entreprise comme les autres, elle est au cœur même de ce qui nous a été rappelé, douloureusement et cruellement en ce début d'année 2015, que la liberté d'expression et la liberté de la presse sont consubstantielles des valeurs démocratiques. Fallait-il que ce principe fondamental soit à ce point discuté qu'il imposât d'invoquer Hugo et Voltaire pour réaffirmer le périmètre d'action des héritiers de Renaudot et de Girardin. Dans nos pays, seul le droit et non la violence peut poser des limites à la liberté. C'est ainsi que l'on ne peut impunément porter atteinte à la dignité de la personne humaine, que l'on ne peut faire l'apologie de l'antisémitisme, du racisme, de la xénophobie, de la haine des autres, que l'on ne peut tenir des propos négationnistes, qu'il est interdit de tenir des

propos diffamatoires. La liberté n'est donc pas absolue mais elle se trouve limitée par la loi et s'inscrit assurément dans le pacte social qui constitue le socle de nos sociétés. La remise en cause de ces fondements par des terroristes a stupéfié non seulement les gens de presse mais le monde entier. Énumérer une série de chiffres, commenter un bilan et un compte de résultats paraît tout à coup dérisoire devant l'urgence de réaffirmer ce que nous sommes, qui nous sommes et notre devoir: celui d'informer, d'aider à comprendre, de donner les clés qui permettent de décrypter la complexité du monde. Ce qui nous est rappelé, c'est notre devoir de rigueur, la nécessité de nous rendre accessible au plus grand nombre, d'être une référence professionnelle, de proposer une offre culturelle la plus large possible qui permette les échanges les plus divers et notamment des fenêtres d'expression à celles et ceux qui n'en ont que si peu. Dans un moment aussi important, il nous paraît opportun de réaffirmer le rôle essentiel d'un service public audiovisuel qui, parce que son existence se justifie dans la confiance qu'il

entretient avec le public, est contraint à l'excellence et à la fiabilité. Nous sommes les garants de son indépendance éditoriale. Le métier d'informer est la meilleure forme d'engagement, comme l'écrivait Camus, pour autant qu'il soit guidé par un haut degré d'exigence en matière d'éthique et de déontologie.

Jean-François Raskin

2014

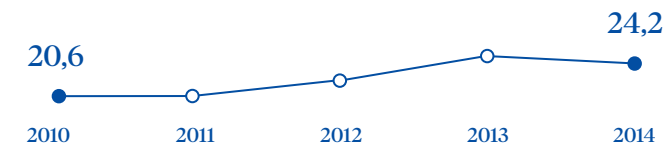
INTRODUCTION

LA RTBF

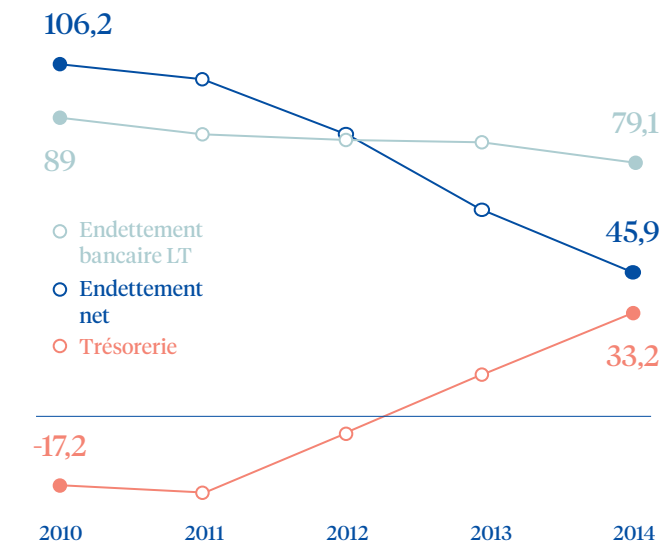
LES CHIFFRES CLÉS

FINANCES

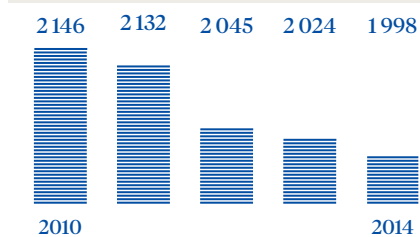
EBITDA (MEUR)



ENDETTEMENT NET (MEUR)



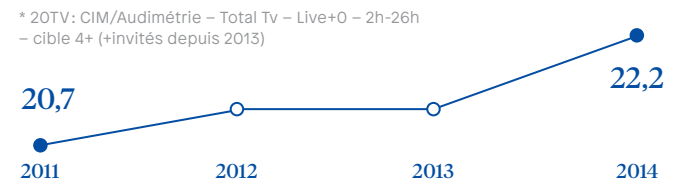
RESSOURCES HUMAINES



38% de femmes
62% d'hommes

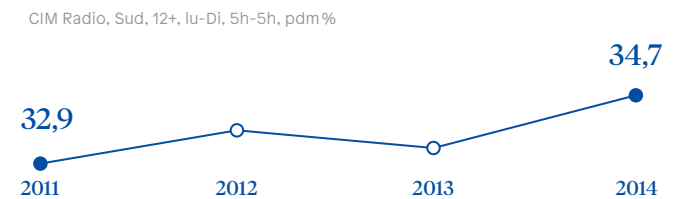
AUDIENCES

TÉLÉVISION – PARTS DE MARCHÉ (% PDA)



3 214 276 TÉLÉSPECTATEURS EN 2014
SUR LES 3 CHÂÎNES DE LA RTBF
(EN MOYENNE HEBDOMADAIRE)

RADIO – PARTS DE MARCHÉ (% PDA)



1 841 847 AUDITEURS EN 2014
SUR LES 5 CHÂÎNES DE LA RTBF
(EN MOYENNE HEBDOMADAIRE)

WEB – VISITEURS UNIQUES (Nb VU)



1 402 146 FANS FACEBOOK EN 2014

ÉVÉNEMENTS MARQUANTS

2014

Janvier

16 · 01

VOGELPIK

Premier numéro

WHAT THE FAKE!

Des inconnus se rencontrent
en terre belge, ça passe ou ça casse...

Février

09 · 02

LANCEMENT DU
DAN LATE SHOW

14 · 02

UN MILLION

de fans RTBF sur Facebook

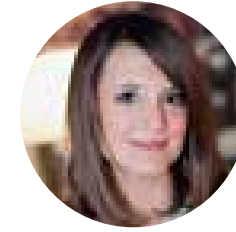
11/14 · 03

Mars

50 ANS
D'IMMIGRATION

Lancement

21 · 03

RETOUR
AUX SOURCES

apparaît en télévision

31 · 03

10 ANS

Les radios de la RTBF
fêtent leurs 10 ans

WEBSÉRIES RTBF

Lancement
du premier appel à projets

Avril

28 · 04

MARADIO.BE

voit le jour

Mai

L'HISTOIRE
BELGEUne série de
documentaires sur la Première
Guerre mondiale

25 · 05

SOIRÉE
ÉLECTORALE

4/11/18 · 05

Juin

LA COUPE DU MONDE
DE FOOTBALL

12/06

13/07

28/30 · 06

MUSIQ'3

4^e édition du Festival

Juillet

3 · 07

RTBF.BE/14-18

Mise en ligne du site dédié
à la Première Guerre mondiale

17/21 · 07

LES FRANCOFOLIES
DE SPA

s'associent à la RTBF pour leurs 20 ans

Août

21 · 08

VIVACITÉ

est la première radio
francophone

Septembre

01 · 09

LAETITIA
HUBERTIPremière rentrée pour
la nouvelle directrice
de Musiq'3TANGUY
DUMORTIERsuccède à Claudine Brasseur
au Jardin Extraordinaire

07 · 09

10 · 09

VOISINS, VOISINES

1^{er} numéro de l'émission
où Caroline Veyt s'intéresse
à ce qui bouge près de chez nous,
grâce aux initiatives d'associations

OUFTIVI.BE

fait peau neuve

27 · 09

MA THÈSE EN
180 SECONDESDes doctorants ont 3 minutes
pour présenter leur thèse
et convaincre le juryWEBCRÉATION
& TRANSMÉDIA

La cellule est née

Octobre

25 · 10

7 À LA UNE

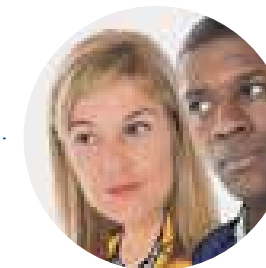
Le nouveau magazine d'information
présenté par François Mazure

Novembre

16 · 11

ESPRITS DE
FAMILLE

La première série belge



Décembre

3/10/17
· 12

DE NOS MAINS

Une série documentaire
coproduite par la RTBF

16 · 12

LA BELGODYSSÉE

à 10 ans

17/23 · 12

VIVA FOR LIFE

2^e édition

I PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE	6	LE PRIX DE L'ORGANISATION PUBLIQUE DE L'ANNÉE
	8	L'HISTORIQUE DE L'ENTREPRISE
	11	LES MISSIONS ET VALEURS
	13	LE CONTRAT DE GESTION
	14	LE PLAN STRATÉGIQUE
	16	LA RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE
	17	L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE
	20	UNE OFFRE RICHE ET COMPLÉMENTAIRE
	25	LE DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE
	II INITIATIVES TRANSVERSALES FOCUS SUR LES ÉVÉNEMENTS MARQUANTS	29
32		ÉLECTIONS
34		VIVA BRASIL
36		VIVA FOR LIFE
38		50 ANS D'IMMIGRATION
40		DÉCODER LES MÉDIAS
III PRÉSENTATION DE L'OFFRE	46	L'INFORMATION
	52	LES SPORTS
	56	LA CULTURE
	64	LA MUSIQUE
	68	LA CITOYENNETÉ
	72	LES MAGAZINES
	76	LE DIVERTISSEMENT
	80	LA JEUNESSE
	84	LES DOCUMENTAIRES
	88	LA FICTION
92	LES COPRODUCTIONS	

IV MÉDIATION	100	
V ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES	102	
VI LES AUDIENCES	106	LES AUDIENCES TÉLÉVISION
	107	LES AUDIENCES RADIO
	108	LES AUDIENCES WEB
	110	LES AUDIENCES TABLEAU DE BORD
	111	LES AUDIENCES DE LA TRANCHE INFO
VII LES RESSOURCES HUMAINES	114	
VIII PERFORMANCES FINANCIÈRES	122	INTRODUCTION
	127	FOCUS SUR LES RÉSULTATS FINANCIERS
	140	COMPTES ANNUELS
	171	COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC
IX LES FILIALES	176	



|

PRÉSENTATION DE L'ENTREPRISE



La RTBF est faite de professionnels qui aiment leur métier, qui l'exercent avec talent et créativité en le mettant quotidiennement au service des citoyens.

Le prix de l'Organisation Publique francophone de l'année souligne ce travail collectif.

Bravo à tous !



LE PRIX DE L'ORGANISATION PUBLIQUE 2015



CE PRIX DÉSIRE METTRE À L'HONNEUR LA FORCE ET LE SOUTIEN INDISPENSABLE DES ORGANISATIONS PUBLIQUES

En guise de clôture de l'année, la RTBF a été élue organisation publique de l'année pour la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ce prix a été créé par Ernst & Young en partenariat avec L'Echo et BNP Paribas Fortis et a été remis le 3 mars 2015 à Bruxelles. Avec ce prix, Ernst & Young désire mettre à l'honneur la force et le soutien indispensable des organisations publiques. Le message transmis est clair: le secteur public est un environnement moderne dans lequel des personnes talentueuses exercent leur métier; des organisations où les objectifs et les résultats sont mesurables et mesurés et qui s'investissent quotidiennement afin de procurer un service de qualité aux citoyens. Ce prix a couronné le travail de l'ensemble de tous les collaborateurs de la RTBF. L'évolution constante

des médias crée de nouveaux défis pour les acteurs de ce monde. La manière dont la RTBF a su adapter une structure héritée du passé aux nouveaux défis de ce monde changeant a su convaincre le jury. Depuis 2002, la RTBF a dû adopter de nouvelles méthodes de gestion, diversifier son offre, en y intégrant internet et les réseaux sociaux, ce qui a ainsi renforcé l'ancrage dans notre communauté. Notre entreprise a de plus dû digérer différents plans d'économies. Malgré cela, la RTBF a réussi à éviter les déficits et à relever avec brio de nombreux défis d'un paysage audiovisuel belge toujours plus concurrentiel.

17
ORGANISATIONS
PUBLIQUES
CONCOURRAIENT
DANS SIX CATÉGORIES
DIFFÉRENTES

L'HISTORIQUE DE L'ENTREPRISE

Née en 1977, la Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF), héritière de l'INR puis de la RTB, est une entreprise publique autonome à caractère culturel.

1930
CRÉATION
DE L'INR

FONDATRICE
DE L'EUROVISION
ET DE TV5

AU FIL DU TEMPS

La Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF) est une entreprise publique autonome à caractère culturel responsable du service public de la radio et de télévision pour la Fédération Wallonie-Bruxelles. Elle succède en 1960 à l'INR (Institut National de Radiodiffusion) sous le nom de **Radio-Télévision belge (RTB)** avant de prendre son nom actuel en 1977. La RTBF dispose actuellement d'offres radio, télévision et web.

La loi du 18 juin 1930 crée l'**INR** qui se voit attribuer l'usage exclusif des trois longueurs d'onde accordées à la Belgique, dont deux seront utilisées pour diffuser des émissions radio en français et en néerlandais. Le 2 juin 1953 marque les débuts de la télévision en Belgique avec diffusion d'émissions régulières dès le 31 octobre.

En 1954, l'INR participe à la création de l'Eurovision. La Belgique est choisie comme pays hôte de la régie qui réceptionne et redistribue les programmes de plusieurs pays d'Europe grâce à une antenne plantée sur le dôme du Palais de justice de Bruxelles.

L'INR devient la **Radio-Télévision belge (RTB)** en 1960. La RTB comprend un institut d'émissions françaises, un institut d'émissions néerlandaises, indépendants l'un par rapport à l'autre, et un institut des services communs. Ses statuts lui assurent une totale autonomie culturelle, la garantie de la liberté d'information et l'indépendance vis-à-vis du gouvernement. En 1971, la télévision passe à la couleur.

Suite à la fédéralisation de la Belgique dans les années 1970 et à la création de trois communautés linguistiques dotées de compétences juridiques, la RTB est transformée en **Radio-Télévision belge de la Communauté française (RTBF)** en 1977, en même



25 SEPTEMBRE 2010,
NAISSANCE DE
LA TROIS
ET D'OUFTIVI

UNE NOUVELLE OFFRE
RADIO EN 2004

temps qu'elle lance une deuxième chaîne de télévision.

Les années 1980 vont permettre à la RTBF de se développer, tout d'abord en tant que membre fondateur de la chaîne internationale francophone TV5.

En 1997, un décret du parlement de la Communauté française donne l'autonomie financière à la RTBF qui devient une entreprise publique autonome. En outre, dans les années 1990, la RTBF reprend une politique d'expansion en participant à la création d'EuroNews en 1993, en signant un accord de coproduction avec Arte en 1995, en reprenant ensuite la diffusion d'émissions radio en ondes courtes par RTBF International en 1999, à destination de l'Afrique centrale et de l'Europe méridionale et en créant enfin en 2001 RTBF Sat.

En 2004, les radios sont réformées avec les naissances de VivaCité, Pure FM et Classic21, aux côtés de la Première et Musiq'3. Les deux chaînes de télévision sont également profondément remaniées pour être plus complémentaires.

Le 12 janvier 2010, la RTBF devient **RTBF.be**. Ce changement montre l'intérêt du média public pour les nouvelles technologies et surtout pour son pôle internet qu'il souhaite développer.

Le 25 septembre 2010, la Trois naît sur les cendres de RTBF Sat et devient une chaîne sans publicité, avec une large offre pour enfants – Ouftivi – tout en étant ouverte aux films et séries en version originale, aux documentaires, aux archives et aux journaux télévisés avec traduction gestuelle.





LES MISSIONS ET VALEURS

NOS AMBITIONS

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.

Notre ambition est résolument ancrée dans notre histoire, notre actualité et dans l'avenir que nous avons défini dans notre stratégie de développement. Elle repose sur trois fondamentaux :

La RTBF **appartient avant tout à tous les publics**. Elle est le reflet de nos cultures marquées par l'ouverture à la diversité au cœur d'une Europe multiculturelle. Ensuite, la RTBF 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 identifie et valorise la diversité des opinions comme la richesse de nos talents dans tous les

secteurs d'activités en osant la fierté sans verser dans l'idéologie.

Enfin, dans le contexte des évolutions et mutations profondes que nous connaissons dans nos environnements, la RTBF est **un pôle de référence**, un repère au service de toutes et tous. Elle se veut être un référentiel puissant et cohérent. *Puissant* dans un univers médiatique qui devient de plus en plus occupé et *cohérent* pour être respectueux du message et

de la promesse que l'on adresse au public. La fierté bâtie autour de notre savoir-faire et de notre faire-savoir se développe comme une valeur positive de progrès partagé à l'inverse de tout repli identitaire. La RTBF participe à l'essor et à l'épanouissement de la Wallonie et de Bruxelles en Belgique et par-delà ses frontières.

NOS ENGAGEMENTS

Un moteur d'expression et d'épanouissement

La RTBF est un moteur d'expression et d'épanouissement, par tous, pour tous et partout. Elle place le public au centre de ses occupations. Notre engagement reflète notre dynamique d'entreprise à travers nos actions individuelles et collectives

dans un monde sans cesse en évolution. Notre engagement se définit autour de deux axes. Il se définit au départ de nos missions d'information, de divertissement et d'éducation. Il repose sur les besoins et les attentes de nos publics.

NOS MISSIONS

Nos métiers d'information ont évolué : les sources sont désormais illimitées.

Notre mission première est donc 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. Dans un contexte où chaque citoyen peut désormais devenir producteur d'information, l'offre de la RTBF tend à répondre aux besoins du public de disposer d'une information quand il le veut, où il le veut et d'une information à laquelle il peut

évidemment réagir. Nous encourageons l'initiative, l'engagement, la participation, l'émancipation et le rapprochement.

Notre rôle en tant que stimulateur et révélateur 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. Elle 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. La RTBF se fixe comme objectif la dématérialisation de ses contenus pour pouvoir les mettre à disposition de nos publics sur toutes les plateformes et sous toutes les formes.

Les professionnels de la RTBF aiment leur métier et sont fiers de leurs missions. Ils s'attachent à les remplir.

NOS VALEURS

Les valeurs de l'entreprise forment le socle des convictions que nous partageons et auxquelles nous adhérons. Elles fondent l'identité et la culture de notre entreprise permettant de donner un sens à l'action quotidienne de nos collaboratrices et collaborateurs.

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

La RTBF **dynamise** la société en tant qu'elle permet à chacun de comprendre les nombreux changements pour mieux les appréhender et les vivre plus sereinement. Grâce à sa place privilégiée dans la société, la RTBF permet à chacun de se positionner face aux grands courants sociétaux, culturels, économiques et scientifiques. En tant qu'acteur local sur son territoire, elle dispose d'un ancrage dans le référentiel culturel, patrimonial, social, historique des citoyens auxquels elle s'adresse. Elle soutient aussi pleinement les initiatives et les projets et les valorise auprès de la société afin d'élargir le champ de la création. La RTBF donne accès au meilleur de l'innovation, des technologies et de la recherche.

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

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

La RTBF est **indépendante**. Elle investigate, sonde, fouille les sujets et thématiques au cœur du public. Elle réagit et analyse avec curiosité, intelligence et rigueur. La RTBF est libre de toute influence politique et commerciale. Elle insiste sur la pertinence, la confiance et l'indépendance dans la production de ses contenus. Dans un monde où de plus en plus d'acteurs se positionnent comme intermédiaires entre les créateurs de contenus et le public, la RTBF entend créer des contenus originaux, assurer une spécificité et une originalité.

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

LE CONTRAT DE GESTION

UN CADRE AMENDÉ ET PRÉCISÉ

En 2013, le quatrième contrat de gestion était conclu entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF.

2013
2017

Il entrera en vigueur pour une durée de cinq ans, soit jusqu'au 31 décembre 2017. 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. Par son statut d'entreprise publique autonome à caractère culturel, la RTBF peut agir d'initiative et dispose d'une certaine autonomie, régie par ce contrat de gestion.

Ce quatrième contrat de gestion a non seulement renforcé les valeurs et les missions de service public de la RTBF, mais il a également fait entrer l'entreprise dans une **dimension digitale et multi-média** : internet et les réseaux sociaux y sont considérés comme des médias à part entière.

Cette année, un premier avenant au contrat de gestion est venu renforcer et clarifier la présence de la RTBF sur internet.

Signé le 16 décembre 2014, il faisait, en quelque sorte, suite à la décision de la Commission européenne du 7 mai 2014 résultant d'une plainte des éditeurs de presse écrite quotidienne francophone contre les **activités d'information en ligne** de la RTBF.

Les précisions quant aux activités en ligne ont permis une mise en conformité avec la législation européenne. Ces activités sont ainsi confirmées dans un cadre défini plus précisément. La RTBF doit mettre l'accent, sur son site d'information en ligne, sur des contenus d'information en lien avec des sujets développés ou à développer dans ses programmes TV et radio, produits ou traités dans ses propres rédactions et enrichis d'images et de sons. Par ailleurs, les autres contenus (tels que dossiers thématiques, enquêtes...) doivent également être en lien avec ses programmes. Enfin, tout nouveau

contenu important en ligne non prévu dans le contrat de gestion, devra faire l'objet, avant sa mise en œuvre, d'une **procédure d'évaluation préalable** (procédure *ex ante*). Cet avenant au contrat de gestion permet également à la RTBF d'explorer de nouvelles voies de financement. Elle peut à nouveau avoir recours au « placement de produit », notamment dans ses émissions de divertissement. Mais ce procédé réclame un balisage clair pour les téléspectateurs et un encadrement plus strict que celui imposé aux autres éditeurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Par ailleurs, deux autres dispositions déjà en vigueur sont prolongées en matière de publicité : les coupures commerciales dans les fictions cinématographiques entre 19h et 22h et l'autorisation de la publicité pour les médicaments de comptoir.

LE PLAN STRATÉGIQUE

La RTBF est confrontée année après année à de nouveaux défis qu'elle relève dans un environnement médiatique qui évolue constamment au même titre que les technologies.

Les technologies ayant fait évoluer les supports de toutes les façons, la notion restrictive de chaînes ou de support web fait place elle-même à une notion de « digital ». La RTBF n'est plus seulement un média du son et de l'image. C'est un média complet, poly-plateformes, qui se donne les moyens de construire une offre équilibrée, pour tous les publics, sur tous les supports, en veillant à une diversification intelligente des contenus. Dans le contexte d'un plan stratégique portant jusqu'en 2016, la RTBF a revisité sa ligne éditoriale avec trois objectifs majeurs en 2014.

Dans un monde où de plus en plus d'acteurs se positionnent comme intermédiaires entre les créateurs de contenus et le public, la RTBF a d'abord mis l'accent sur la créativité et sur la production de contenus originaux à sa communauté tout en leur assurant une spécificité qui cadre avec les missions de service public. L'ancrage « local » constitue en effet un référentiel culturel, patrimonial et social pour celles et ceux à qui la RTBF s'adresse.

Elle a ensuite travaillé à la convergence, celle des contenus, celle des plateformes, celle de nos processus de production et de stockage, celle qui conduit à la transversalité dans le travail quotidien des équipes.

Enfin, la RTBF a particulièrement veillé à la cohérence de son offre dans une approche marketing qui lutte contre le bruit de fond en respectant la promesse adressée au public.

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, pour toutes et tous ; une entreprise responsable, indépendante et pérenne.

DES MÉDIAS POUR TOUTES ET TOUS

La RTBF offre des contenus originaux qui répondent aux attentes de chaque tranche d'âge. Cette offre est ouverte sur la diversité et tient compte de la notion de proximité. Elle renforce également 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, en s'assurant d'une déclinaison de la vie quotidienne en diverses thématiques et en développant la fiction populaire.

360°

LE TRADITIONNEL ESPACE AUDIOVISUEL EST DÉSORMAIS SUPPLANTÉ PAR UN UNIVERS À 360 DEGRÉS

UN MÉDIA MODERNE ET COMPLET

LA RTBF A REVISITÉ SA LIGNE ÉDITORIALE AVEC TROIS OBJECTIFS MAJEURS EN 2014

L'enjeu est de taille. Pour remplir ce rôle, la ligne éditoriale de la RTBF s'articule autour des axes suivants : la production de contenus originaux, les ressources humaines, la convergence (celle des plateformes, celle des contenus, celle des processus de production et de stoc-

kage, mais aussi celles des équipes) et l'approche marketing. Pour réussir, la RTBF assure une présence sur une multitude de supports. Son dispositif tient compte de la **complémentarité des médias** dans le cadre d'une relation renouvelée avec ses publics.

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.

C'est un média complet, poly-plateformes, qui se donne les moyens de construire une offre équilibrée, pour tous les publics, sur tous les supports, en veillant à une diversification intelligente des contenus.

LA RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

DES OUTILS POUR MIEUX RESPECTER L'ENVIRONNEMENT

Depuis le lancement de son opération Planète Nature en 2007, la RTBF démontre toujours plus son souci de l'environnement et son attention à l'impact que ses activités peuvent avoir sur celui-ci.



Avec l'objectif d'intégrer de manière plus systématique la dimension environnementale dans ses projets et développements majeurs, la RTBF a développé deux outils permettant, d'une part, l'établissement d'un « bilan carbone » et, d'autre part, le calcul de « l'empreinte écologique » de l'entreprise.

Le bilan carbone comptabilise les émissions de gaz à effet de serre (GES) produites par l'ensemble des activités de la RTBF. Ce premier bilan a permis d'identifier les principales sources d'émissions de gaz à effet de serre parmi lesquelles la plus importante provient des achats de biens et de services liés à la production TV et radio. De son côté, le calcul de l'empreinte écologique a permis de mesurer le nombre d'hectares de terres nécessaires pour produire les biens et services consommés par la RTBF et absorber les déchets qu'elle produit. Ce second outil pointe également le secteur des achats de biens et de services liés à la production comme principal consommateur d'hectares de terres. Les données récoltées grâce à ces deux outils permettent d'optimiser et cibler encore plus précisément les actions en faveur de l'environ-

nement et d'être en même temps une source d'économies de fonctionnement. Les achats effectués intègrent systématiquement dans les différents cahiers des charges des incitants relatifs aux impacts environnementaux. Le volet énergétique est également pris en compte grâce à la réalisation de travaux visant la réduction des consommations: modernisation de la production de chaleur sur le site de Mons, modernisation des châssis sur le site de Charleroi, éclairage basse consommation avec détecteur dans les lieux communs, mise en place d'une comptabilité énergétique, etc. La mobilité est un autre défi mis en avant par le calcul de l'empreinte écologique de la RTBF. Sur ce point, les incitants à la mobilité douce se multiplient: Railease SNCB, vélos électriques, développement du parc de véhicules CNG, réflexion sur le télétravail, etc. Au près des membres du personnel, la sensibilisation à la dimension environnementale s'est là aussi accentuée avec la création d'« éco-teams » qui rassemblent à présent quarante-deux volontaires devenus les relais de la conscientisation environnementale de l'entreprise auprès de l'ensemble du personnel.

L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE

POUR CAP48, LA SOLIDARITÉ NE CONNAIT PAS LA CRISE

Informier et mobiliser les concitoyens autour du handicap et des jeunes en difficulté telles sont les missions que la RTBF a confiées à son asbl, CAP48. Celle-ci est active depuis de nombreuses années dans le secteur du handicap et de l'aide à la jeunesse avec notamment sa campagne annuelle de sensibilisation et récolte de fonds au mois d'octobre. Depuis 2013, CAP48 est aussi présente

sur le terrain de la pauvreté et de la petite enfance avec la grande mobilisation « Viva for Life », lancée par VivaCité à l'occasion de ses 10 ans. Ce deuxième moment de solidarité de l'année, organisé en décembre, dans l'ambiance familiale des fêtes de Noël, est devenu, en l'espace de deux ans, un rendez-vous incontournable et de la solidarité et de la citoyenneté responsable.



Stéphanie Prévost et Johanna Grislain, visages de la campagne CAP48 lors du tournage du clip « sensibilisation »

LES MAMANS AU CŒUR DE LA CAMPAGNE DE CAP48

En 2014, c'est au cœur des familles que CAP48 s'est plongé pour sa nouvelle campagne de sensibilisation en faveur des personnes handicapées, en mettant en lumière les mamans. Au travers de l'histoire de Stéphanie et de sa jeune fille handicapée, Johanna, on découvre qu'être maman, c'est du sport. Avec un enfant handicapé, c'est un sport extrême.

DES BÉNÉVOLES ET DES PERSONNALITÉS CARRÉMENT CAP48

Nous ne pouvons pas parler de CAP48, sans parler de ses... **Post-it CAP48!** Comme chaque année, **les 11.000 bénévoles CAP48 motivés** et actifs aux quatre coins de la Wallonie et à Bruxelles, étaient au rendez-vous pour les vendre au profit de l'opération. Marouane Fellaini, parrain de l'opération, a tenu à être « carrément CAP48 » pour marquer son soutien sans faille à l'opération. Souvenez-vous, il a fait sensation sur la toile avec sa coupe de cheveux... au carré! Les animateurs de la RTBF ont eux aussi tenu à être « carrément cap » en participant au nouveau clip de CAP48 aux côtés de Quentin, ce jeune garçon atteint par la polyarthrite.



L'affiche de la campagne de vente CAP48 avec le parrain CAP48, Marouane Fellaini



Maureen Louys et Quentin dans les coulisses de la Grande Soirée CAP48 à Liège



Quentin, jeune garçon atteint de polyarthrite, entouré d'animateurs RTBF lors du tournage du clip « Carrément CAP48 »

ACTEUR D'UNE GRANDE MOBILISATION

Placée sous **le signe de la solidarité et de la convivialité**, cette campagne a aussi été rythmée par les traditionnels rendez-vous CAP48 portés par les chaînes radio et les équipes de la RTBF, qui ont marqué, une fois de plus, leur soutien à CAP48.

Citons Golf48 (Direction générale Technologies & Exploitation), l'étape spéciale du Beau Vélo de Ravel (VivaCité), la Rando CAP48 (Classic21), COX48 (PureFM), le concert de Musiq'3 et la soirée La Première chez Filigranes.



DEUX RECORDS DE GÉNÉROSITÉ

4 717 795

EUROS RÉCOLTÉS PAR
L'OPÉRATION CAP48

Un parrain survolté, 40 animateurs déterminés, 300 bénévoles au taquet, des donateurs carrément CAP de battre un record... L'émotion était aussi au rendez-vous avec des portraits touchants, comme le témoignage de Véronique Barbier dans le cadre de la recherche médicale concernant la polyarthrite. Un vrai succès médiatique avec un public toujours au rendez-vous, la Grande Soirée CAP48 a encore une fois tenu toutes ses promesses!

2 103 404

EUROS RÉCOLTÉS
PAR VIVA FOR LIFE



Sara de Paduwa, Sébastien Nolleaux et Raphaël Scaini ont été enfermés dans le studio de verre pendant 6 jours et 6 nuits



Point d'orgue de la campagne, la Grande Soirée CAP48 diffusée en direct sur la Une, le 12 octobre

DES CHIFFRES IMPRESSIONNANTS

La campagne 2014 de CAP48 s'est clôturée sur un nouveau record de **4.717.795 euros**. Grâce à cet argent récolté, **88 projets d'associations ont été financés** et améliorent le quotidien des personnes handicapées. CAP48 participe également au financement de l'inclusion des enfants handicapés dans les écoles ordinaires, à la fois par la réalisation de travaux d'accessibilité, mais aussi en soutenant une recherche-action pour améliorer l'efficacité des processus d'accompagnement des enfants et des familles. Enfin, CAP48 finance un projet de recherche médicale pour améliorer le bien-être et la vie sociale des enfants et des jeunes adultes atteints par la polyarthrite. La deuxième édition de **Viva for Life** est également un succès grandissant et a permis de récolter **2.103.404 euros**. Grâce à cette

grande mobilisation, 51 projets d'associations visant à améliorer les conditions de vie des bébés dont les familles vivent sous le seuil de pauvreté ont pu être financés. Le fonds Viva for Life de CAP48 permet également de financer une recherche-action, menée par trois associations (Samusocial, Source, Comme chez Nous), en collaboration avec une équipe universitaire. Cette recherche-action a pour objectif de mieux comprendre les mécanismes des femmes en errance et en grande précarité.

L'impact de CAP48 sur le terrain du handicap et de la jeunesse en difficulté est donc significatif. Ce constat renforce l'ambition de CAP48 de donner l'occasion à chaque citoyen, à chaque entreprise, d'exprimer sa solidarité et de contribuer ainsi au bien-être des concitoyens de notre communauté.

UNE OFFRE RICHE ET COMPLÉMENTAIRE

LA TÉLÉVISION

Avec une offre de programmes riche et diversifiée, la RTBF s'adresse à l'ensemble de la Fédération Wallonie-Bruxelles et propose ses programmes sur quatre chaînes de télévision.

La Une

La Une est la chaîne généraliste, familiale et populaire de la RTBF. Elle se consacre prioritairement à l'information, au divertissement et à l'événement. La Une promeut

le patrimoine de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Elle est ouverte sur la Belgique, l'Europe, la francophonie et le reste du monde.



La Deux

Deuxième chaîne généraliste de la RTBF, La Deux est entièrement complémentaire à La Une. Elle accorde ainsi une attention particulière aux différents publics,

en privilégiant celui des personnes actives. La Deux se consacre à l'événement, la connaissance et la découverte. Elle est la chaîne du sport et des séries.



La Trois

La Trois est la chaîne de la culture et de la jeunesse. Elle se veut multiculturelle et ouverte sur le monde. Chaîne de la connaissance et de la découverte, elle

multiplie les regards pour explorer nos régions, notre pays, notre continent, notre univers.



Arte Belgique

Arte Belgique fait la part belle à la culture. Le décrochage belge d'Arte est chaque

jour une fenêtre ouverte sur l'activité culturelle et artistique de notre pays.



LA RADIO

Les cinq radios de la RTBF se caractérisent par la richesse et la diversité de leur offre de programmes

Curieuses, proches de leur public, branchées ou classiques, elles vont chacune à la rencontre d'auditoires spécifiques en mêlant diversement les mots et les notes, la chronique et le commentaire, l'information et le divertissement, l'entretien et le débat.



La Première est la radio généraliste de la RTBF qui s'adresse à un public curieux et ouvert sur le monde.

Ses piliers éditoriaux sont l'information, la culture et le débat de société. Informer, décrypter et inspirer sont ses trois missions essentielles.

Informier: avec ses 35 journaux quotidiens, La Première est la radio la plus réactive à l'actualité. **Décrypter:** elle partage avec ses auditeurs les clés de lecture du monde. **Inspirer:** ses

nombreux magazines sont autant de fenêtres ouvertes sur tous les savoirs. C'est une radio sérieuse qui sait ne pas se prendre au sérieux; qui cultive la pertinence et l'impertinence.

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



VivaCité est la radio généraliste de la RTBF informe et divertit son public à travers ses journaux, magazines et émissions musicales dans une forme et un ton garantissant sa modernité et son homogénéité. Enfin, avec vingt journaux de sports chaque semaine et près de 20 heures d'émissions sportives hebdomadaires, VivaCité est aussi la chaîne de référence pour les passionnés de sport.

la RTBF informe et divertit son public à travers ses journaux, magazines et émissions musicales dans une forme et un ton garantissant sa modernité et son homogénéité. Enfin, avec vingt journaux de sports chaque semaine et près de 20 heures d'émissions sportives hebdomadaires, VivaCité est aussi la chaîne de référence pour les passionnés de sport.



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

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

LA RADIO



Classic 21

C'est le meilleur du **Rock et de la Pop** de ces cinquante dernières années raconté et mis en musique par des passionnés dotés d'une fameuse expertise en la matière. Partenaire de nombreux concerts, Classic 21 est aussi la chaîne de référence en matière d'info-traffic

grâce au dispositif RTBF MOBILINFO (flashes à horaires réguliers, renforcés aux heures de pointe et dispositif spécial en cas de gros problèmes de circulation). Enfin, Classic 21 concocte aussi de grandes évasions à moto pour ses auditeurs.



Pure FM

Chaîne des nouvelles tendances musicales, Pure FM est la **radio branchée et impertinente** de la RTBF. Grâce à une programmation axée notamment sur la découverte, Pure FM accorde une place particulière aux nouveaux talents,

artistes belges et aux festivals. Bien plus que de la radio, Pure FM est résolument ancrée dans son époque avec une forte pénétration sur les plateformes multimédia, le web et les réseaux sociaux.



RTBF International

Enfin, l'offre radio RTBF est complétée par RTBF international, une sélection de programmes en direct de La Première et de

VivaCité qui est diffusée en Belgique en AM, en FM à Kinshasa, par satellite en Afrique, et partout dans le monde via internet.



LA NOUVELLE OFFRE DES RADIOS DE LA RTBF A EU 10 ANS EN 2014

Au printemps 2004, en pleine mise en œuvre de son vaste plan de relance Magellan, la RTBF n'hésite pas à restructurer en profondeur son offre radio en osant « saborder » trois de ses radios historiques (Fréquence Wallonie, Radio 21 et Bruxelles Capitale) pour créer trois nouvelles chaînes (VivaCité, Classic 21 et Pure FM), tandis que

La Première et Musiq'3 étaient repositionnées. Avec le recul, on peut se dire qu'il fallait oser se lancer dans une restructuration aussi profonde de l'offre radiophonique de la RTBF. Le pari était ambitieux, mais quand, à l'arrivée il y a cinq chaînes mieux segmentées, plus complémentaires et bien identifiées, on peut dire qu'il est

réussi. D'autant plus que les auditeurs ont suivi: les radios de la RTBF ont une part d'audience moyenne qui est passée, en quelques années, d'un niveau de part d'audience de l'ordre de 26% à près de 35% en moyenne en 2014.

L'OFFRE WEB

L'interactivité au cœur des préoccupations de la RTBF

40
COMPTES
TWITTER

PLUS DE 145
PAGES FACEBOOK

La RTBF est également présente sur les nouveaux canaux de communication que sont les réseaux sociaux.

L'offre web de la RTBF a pour but de se décliner sur un maximum de plateformes afin de toucher le plus grand nombre de citoyens.



L'offre web se décline à plusieurs niveaux. La RTBF dispose **de nombreux sites internet**. Info, sport, culture, les sites thématiques ensuite avec, notamment, le site services, le site OUFtivi pour les enfants ou le site vidéo qui regroupe toute l'offre vidéo des chaînes et des sites internet de la RTBF. À l'écoute de ses publics, la RTBF est également présente sur les nouveaux canaux de communication que sont **les réseaux sociaux**. La RTBF dispose de plus de 145 pages Facebook et

40 comptes Twitter, grâce auxquels elle fait vivre et anime des communautés sur le web. La RTBF dispose également **d'applications mobiles Android, iOS, Windows 8, d'applications smart TV Samsung et Sony** et enfin d'applications **consoles PS3 et PS4**. Retrouvez-y tout le meilleur de la RTBF! **Le LiveCenter** propose quant à lui une expérience unique en Belgique. Cette plateforme de diffusion web permet de retrouver, quand les droits de diffusion rendent l'expérience possible, les programmes de

télévision ou de radio en direct et même à l'avance dans certains cas. Parce que dépendre d'une programmation n'est pas toujours facile, la RTBF s'adapte aux horaires de ses auditeurs et téléspectateurs et propose un catalogue d'émissions, de journaux télévisés, de documentaires, mais aussi des séries et des films à voir et à revoir. Cette offre est actuellement disponible sur Proximus TV et VOO grâce à **la TV numérique interactive**, via le bouton rouge de la télécommande.

rtbf info

RTBF.be/info

Au cœur de l'info, mise à jour en temps réel
Des chroniques, articles, critiques
Le journal télévisé en live et en replay

rtbf sport

RTBF.be/sport

L'actu sportive en flux tendu
Les commentaires et analyses de nos journalistes sportifs
Des directs-live

rtbf culture

RTBF.be/culture

L'actu cinéma, littéraire, musicale
Les expos et scènes à ne pas manquer
De nombreux concours, interviews et vidéos en exclusivité

rtbf tendance

RTBF.be/tendance

Un blog qui regroupe toutes les tendances mode, déco, bien-être et détente
Un ton différent avec des astuces, des infos pratiques et des conseils
Un espace réservé aux jeunes talents belges blogueurs

rtbf video

RTBF.be/video

Toute l'offre vidéo RTBF réunie dans un seul et même endroit
Toute l'offre replay des chaînes TV
Accessible depuis chaque site de la RTBF

rtbf webcréation

RTBF.be/webcreation

Faire émerger de nouveaux modes de narration spécifiques au web
Fidéliser de nouvelles communautés
Offrir des expériences enrichies en termes d'interactivité et d'engagement

LE DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE

Les défis technologiques auxquels la RTBF est confrontée sont nombreux.

Ils portent sur la gestion, le stockage et la sécurité des données ainsi que la mobilité et le tout IP. Mais c'est aussi toute la question de la dématérialisation qui a été au centre des préoccupations en 2014.



Avec sa nouvelle plateforme, la RTBF s'inscrit dans une perspective multimédia en mettant ses contenus au centre des processus

UNE PLATEFORME AGILE ET CAPABLE DE S'ADAPTER AUX ÉVOLUTIONS FUTURES

En avril, la RTBF a choisi une nouvelle plateforme numérique qui englobe l'ensemble des processus de production en télévision, en radio et sur le web. La précédente plateforme d'échange de médias en fichiers dans un processus complètement dématérialisé a permis la mise en œuvre quotidienne d'un nombre significatif de productions. Mais elle avait également ses limites pour répondre efficacement aux rapides avancées technologiques et au foisonnement des plateformes non linéaires. Avec sa nouvelle plateforme, la RTBF entend s'inscrire davantage encore dans une perspective multimédia en mettant ses contenus au centre

des processus quels que soient leur mode de diffusion. Cette volonté est synonyme d'une plateforme agile et capable de s'adapter aux évolutions, de sorte qu'elle intègre dès à présent les processus les plus automatisés possibles pour distribuer facilement les contenus vers les médias traditionnels, les sites web, les tablettes, les smartphones, mais aussi vers des environnements encore non identifiés. Cette nouvelle plateforme dont le projet a été confié à IBM pourra répondre au défi principal de la RTBF: transformer cette entreprise en un producteur de contenus à distribuer vers l'ensemble des vecteurs de médias actuels et futurs.

II

INITIATIVES
TRANSVERSALES
FOCUS SUR
LES ÉVÉNEMENTS
MARQUANTS

01

MÉMOIRE

14-18

La RTBF a commémoré le centenaire de la Grande Guerre au travers d'un important dispositif en radio, en télévision et sur le web.

APOCALYPSE, LA PREMIÈRE GUERRE MONDIALE

Kassovitz, a porté les voix, les souvenirs et les expériences de ces hommes et femmes afin de mieux comprendre et ressentir ce qui a conduit « le monde d'hier » à l'apocalypse.

Isabelle Clarke et **Daniel Costelle**, déjà auteurs d'une série historique consacrée à la Deuxième Guerre mondiale, ont inauguré, au mois de mars, le dispositif de la RTBF à travers un **documentaire TV** en cinq épisodes mêlant approche globale et regard intime sur un conflit aussi cruel que total.

Réalisée à partir de plus de **500 heures d'archives cinématographiques** souvent inédites et colorisées, cette série emmène le téléspectateur sur les champs de batailles, dans la tête des gouvernants et des soldats, mais aussi dans le quotidien des civils à l'arrière: des tranchées du nord de la France aux fronts moins connus de Russie, de Serbie, de Turquie et de Palestine. Des millions de soldats, venus des cinq continents vont mourir ou être blessés dans leur chair et leur esprit. **La narration, de Mathieu**



REGARD INTIME SUR
UN CONFLIT AUSSI
CRUEL QUE TOTAL

01

MÉMOIRE

14-18 L'HISTOIRE BELGE



Pour la RTBF, **Marianne Sluszny** et **Michel Mees** ont signé une autre série de **documentaires TV** en trois épisodes de 90 minutes sur La Une. Racontée par Bernard Yerlès, c'est « **l'Histoire belge** » puisque tout ce qui s'est passé dans notre pays est profondément lié à la Première Guerre mondiale. Les événements vécus en Belgique sont ainsi apparus comme signifiants pour comprendre ce que furent ici et partout les horreurs de 14-18. **Voyage mémoriel** qui s'adresse à tous, ces documentaires explorent les **décors réels** et emblématiques de cette **terrible période**: le fort de Loncin à Liège, les villes de Namur, Dinant, Mons, Bruxelles, la région frontalière avec le Luxembourg, la région d'Ypres, la ligne de front à Nieuport.

Le récit s'appuie sur de nombreuses archives, certaines inédites, révélatrices du vécu des soldats et des civils, mais aussi sur des témoignages bouleversants d'anciens combattants, sur l'analyse d'histoires et sur des fictions dans lesquelles quatre personnages **éclairent les événements et le ressenti** de la population de leur point de vue respectif.

TRANSVERSALES DE SARAJEVO À SARAJEVO

Cette série de **30 documentaires radio** (La Première) a dressé la ligne du temps de la Grande Guerre. Une guerre totale dont les traces, bien présentes, demandent un œil averti. Témoins directs et actuels se sont ainsi rencontrés pour explorer cette catastrophe fondatrice de notre monde contemporain, au-delà des clichés et des idées toutes faites. Chaque documentaire est un dosage de témoignages directs – pour l'essentiel puisés dans nos archives –, de reportages sur les lieux des événements, de rencontres avec des historiens et d'évocations sonores. Le tout sur une assise historique solide et un fil rouge: mettre en exergue ce qui, dans ce conflit vieux d'un siècle, est singulier ou, au contraire, résonne dans notre modernité.

WWW.RTBF.BE/ 14-18

Pour compléter son offre, la RTBF a lancé en juillet son propre site internet sous l'adresse: www.rtbf.be/14-18. L'objectif est de devenir un site de référence sur le vécu et le quotidien des belges pendant le conflit. L'approche a en effet été novatrice puisqu'une équipe de spécialistes, et notamment des historiens, a été mise sur pied pour monter ce projet. Comme toujours, la RTBF a également donné la priorité à la proximité. Les équipes d'historiens de la RTBF sont partis à la rencontre des Belges pour récolter leurs témoignages. Avec un contenu particulièrement riche et varié, une carte interactive, des vidéos, des témoignages, des articles thématiques, une ligne du temps, des anecdotes, et un site conçu en responsive design (c'est-à-dire adapté au format de l'écran: ordinateur, tablette ou smartphone), la RTBF s'est ainsi donnée l'ambition de toucher un public le plus large possible.



Mais aussi

Trois journées d'août 1914

Un documentaire TV en deux volets d'**André Darvevelde** coproduit par la RTBF sur la **mémoire des atrocités allemandes** du début de la Grande Guerre.

Marie Curie, une femme sur le front d'août 1914

Ce téléfilm coproduit par la RTBF et tourné entièrement en Belgique met en lumière **le rôle de Marie Curie durant la Grande Guerre** quand l'urgence de la situation la pousse hors de son laboratoire pour sillonner les lignes de front.

Les commémorations officielles

La RTBF a également mobilisé tous les moyens du direct en radio comme en télévision pour **retransmettre les différentes commémorations officielles** qui ont eu lieu partout dans le pays, et en particulier le **4 août à Liège** et à **Mons**.

Concert en direct de Sarajevo

Cent ans jour pour jour après l'assassinat à Sarajevo de l'Archiduc François-Ferdinand, considéré comme l'élément déclencheur de la Première Guerre mondiale, La Première a diffusé en direct de la Vijecnica le **concert** donné par **l'Orchestre Philharmonique de Vienne** et le Chœur du Théâtre National de Bosnie-Herzégovine.

Les rendez-vous d'information

Dès le mois de mars 2014, les journaux d'information de la RTBF, sur La Une et La Première, ont proposé différentes séquences pour raconter les quatre années de conflit en Belgique.

02

DÉMOCRATIE

ÉLECTIONS

Les élections du 25 mai 2014 étaient à la fois régionales, fédérales et européennes. Elles ont justifié que la RTBF décode les enjeux de façon plus pertinente et plus précise que jamais avec l'ambition de les rendre compréhensibles et accessibles à tous les publics.

Il en a découlé un dispositif électoral ambitieux, créatif, abondant et à disposition de tous les publics, partant du principe qu'un auditeur, un téléspectateur, un internaute bien informé est un citoyen qui vote en connaissance de cause. Pour cela, la RTBF a souhaité rencontrer deux objectifs. Le premier visait à informer et alimenter le débat pour permettre aux Belges francophones de faire un choix électoral plus conscient. Où le « pour qui allons-nous voter ? » devenait le « pour quoi allons-nous voter ? ». Le second objectif tentait à concerner tous les publics en allant à leur rencontre là où ils sont en leur offrant les débats qu'ils sont en droit d'attendre. De la sorte, la RTBF a cherché à relever le défi de l'accessibilité et de la diversité des débats et des publics grâce à des émissions participatives et/ou ludiques comme le Votomaton et le Test électoral. Mais aussi grâce à un ton audacieux, pertinent et impertinent, à une capacité d'analyse, à un site d'information le plus réactif et complet possible et grâce au

hashtag #RTBF2505. Tout cela par le biais d'une ambition éditoriale qui confronte les points de vue.

LE TEST ÉLECTORAL

Réalisé en collaboration avec la Libre Belgique, la VRT, l'UCL et l'Université d'Anvers, ce test ludique et concret a permis à tout un chacun de se situer politiquement en répondant aux différentes questions qui différencient les programmes des partis. En rejetant ou en adhérant aux affirmations liées aux grands thèmes de campagne, l'internaute a pu se faire une idée de ses positions politiques. En une dizaine de minutes, chaque citoyen était ainsi susceptible de savoir quel parti correspondait le mieux à ses choix.

LE VOTOMATON

Pendant cinq semaines, un véhicule équipé d'une caméra a enregistré ce que les citoyens pensaient de leur région. Quels sont les points forts et faibles ? Comment peut-elle changer ? Qu'attendent-ils concrètement de la nouvelle majorité ? Il en a découlé des témoignages qui, sur VivaCité, La Première, La Une et rtbf.be ont notamment été confrontés aux visions des hommes et femmes politiques.

En chiffres



410

invités ont participé aux différents débats organisés par la RTBF.

2 846 380

téléspectateurs belges francophones ont regardé pendant quinze minutes au moins une émission de télévision de la RTBF consacrée aux élections du 25 mai 2014, en audience cumulée.

404 883

visiteurs uniques ont été enregistrés sur le site web d'information.

03

EXPLOITS

VIVA BRASIL

2014 LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL

Le rendez-vous sportif de l'année sur les antennes de la RTBF fut sans nul doute la Coupe du Monde de football au Brésil et la concrétisation d'un retour en force des Diables Rouges qui ont créé l'événement et battu de nombreux records.

Aussi bien en télévision qu'en radio ou encore sur le web, les médias de la RTBF ont mis en place une couverture inédite pour l'événement. Durant plus d'un mois, une logique 360° a offert du commentaire, de l'analyse, de la passion, de la raison, au cœur du stade au plus près des Diables, avec distance, non sans humour, à chaud ou à froid, la parole de l'expert, la place du magazine.

Bien avant le premier coup de sifflet, le dispositif Coupe du Monde RTBF s'est non seulement intéressé à la préparation de l'événement, mais également à la réalité brésilienne. Sur le terrain, émissions d'information et documentaires ont jeté un autre regard sur l'envers du décor et plus largement sur la société brésilienne. En télévision, la série de capsules documentaires coproduites par la RTBF « **Fanaticos** »

a notamment brossé le portrait de personnalités brésiliennes passionnées de foot. Une autre série baptisée « **Les Diables au cœur** », et réalisée en collaboration avec la VRT et l'URBSFA, a, quant à elle, levé le voile sur les coulisses de la campagne qualificative de notre équipe nationale en compagnie de ses plus grands supporters. La radio a également pris le pouls du pays du futebol durant plusieurs semaines avant le coup d'envoi grâce aux dispositifs « J-30 » et de nombreux directs d'émissions d'information.

Dès le 12 juin, la RTBF a joué l'exhaustivité sportive, du stade de Manaus à celui de Porto Alegre avec une couverture en direct des **64 matches par 7 commentateurs**. Toutes les rencontres étaient à suivre en images en télévision sur La Une et/ou sur La Deux et sur le web grâce au livecenter



Record d'audience

1 659 794

télespectateurs (soit 83,6% de parts de marché) lors de la victoire face aux Etats-Unis le 1^{er} juillet en huitième de finale.

RTBF. Les succès de nos Diables et la finale étaient quant à eux également retransmis en radio. En encadrement, une large place était également faite aussi à l'analyse sur tous les médias. La radio, la télévision et la rédaction web ont notamment prolongé l'ambiance des matches et les résultats à travers de nombreuses émissions telles que **Complètement foot** ou encore les magazines **Viva Brasil** (les résumés, le mag et le match).

Les plus jeunes n'ont pas manqué la fête avec « **Les endiablés d'OUftivi** ». Ce

concours fut une opportunité unique pour huit enfants âgés entre 9 et 12 ans et fans de foot de partir en voyage au Brésil avec un parent. Durant le voyage, le groupe a partagé son expérience avec les jeunes télespectateurs de la RTBF sur OUFtivi et dans les Niouzz.

Tout au long de ce mondial qui aura vu la Belgique accéder aux **quarts de finale après quatre victoires**, les auditeurs et télespectateurs de la RTBF ont massivement soutenu leur équipe nationale et ont poussé les chiffres d'audience vers des records jusqu'ici jamais atteints. Sur l'année 2014, les exploits des Diables occupent de nombreuses places dans le top des audiences avec le record de 1.659.794 télespectateurs (soit 83,6% de parts de marché) lors de la victoire face aux Etats-Unis le 1^{er} juillet en huitième de finale. Un tel engouement télévisuel n'avait encore jamais été vécu depuis l'instauration des études CIM en 1997. Sur la toile, les supporters et adeptes du ballon rond ont aussi fait vibrer les réseaux sociaux de la RTBF. Sur Twitter, le hashtag #BrasilRTBF a rassemblé quelques 110.265 tweets de 219.869 personnes et sur Facebook, 200.414 interactions ont été générées par 56.257 personnes.

UNE LOGIQUE 360°
A OFFERT
DU COMMENTAIRE,
DE L'ANALYSE,
DE LA PASSION
ET DE LA RAISON
AU CŒUR DU STADE
AU PLUS PRÈS
DES DIABLES

04

SOLIDARITÉ

VIVA FOR LIFE

UN LABORATOIRE 360° GRANDEUR NATURE!

La deuxième édition de Viva for Life a permis de récolter 2.103.404 euros pour soutenir une cinquantaine d'associations œuvrant dans le secteur de la petite enfance et de la pauvreté en Belgique. Mais c'est aussi une grande opération 360° qui a rassemblé plus d'une centaine de personnes et de nombreux métiers de la RTBF, sur le terrain et en coulisses.



Bénabar était le parrain de cette deuxième édition de Viva for Life

Ils sont trois. Trois animateurs enfermés dans un studio radio de verre sur une place publique, pendant 6 jours et 6 nuits sans manger de nourriture solide, pour animer une grande émission spéciale faite de musique et de défis en échange de dons. Eux, ce sont **Sara de Paduwa, Raphaël Scaïni et Sébastien Nollevaux**: les trois porte-drapeaux de Viva for Life, la grande action de mobilisation et de solidarité de VivaCité dont la deuxième édition

s'est tenue à Liège du 17 au 23 décembre 2014. Mais derrière eux, c'est CAP48 et toute la RTBF qui se sont mobilisés pour réaliser ce gigantesque marathon médiatique décliné sur tous les médias: **144 heures de direct non-stop en radio sur VivaCité**, sur le web et les réseaux sociaux, mais aussi 7 émissions quotidiennes en télévision à 18h30 sur La Une, animés par Adrien Devyver et Anne-Laure Macq.



Sébastien Nollevaux, Sara de Paduwa et Raphaël Scaïni

144

HEURES DE DIRECT
NON-STOP EN RADIO
SUR VIVACITÉ

05

VIVRE ENSEMBLE

50 ANS D'IMMIGRATION

1964

2014

Documentaires, fictions, récits de vie, portraits croisés, archives, spectacles vivants : tout au long de l'année 2014, dans l'ensemble des émissions en télévision, en radio, sur toutes ses plateformes, la RTBF a rendu hommage à ceux qui un jour, venus du Maroc, de Turquie ou d'ailleurs, ont quitté leur culture pour se retrouver dans un univers inconnu.

Plusieurs temps forts ont ainsi émaillé l'ensemble des programmations radio et télévision. Lors de l'ouverture des festivités, La Première a bousculé sa grille avec une journée spéciale, accompagnée d'un vaste appel à témoignages vidéos, photos et anecdotes. Lancé pour le web et les réseaux sociaux par **Laurent Dehossay** et **Hadja Lahbib**, ces récits de vie font **le sel de l'histoire et l'histoire de la Belgique**.

La Trois a suivi avec une semaine thématique en mars où se sont mêlés films d'archives, pièce de théâtre et documentaires inédits. Sur les planches, les voyageurs sans bagage ont traité de l'immigration avec humour et légèreté dans la pièce **« La vie c'est comme un arbre »**. Un road movie entre le Maroc et la Belgique ponctué de rencontres de personnages tous aussi hilarants et abracadabrants les

uns que les autres. ARTE Belgique a également profité de la présence de Fellag à Bruxelles pour faire écho à la programmation artistique des 50 ans dans Cinquante degrés nord. Quai des Belges a mis particulièrement à l'honneur les femmes de l'immigration. Hors écran, la RTBF a participé à plusieurs manifestations publiques, dont une table ronde où elle a réfléchi à la diversité dans les médias. L'événement **50 ans d'immigration** turque et marocaine s'est décliné tout au long de l'année sur les réseaux sociaux, dont facebook, à travers des témoignages. Des histoires vécues avec leur lot de surprises et d'imprévus qui font le sel de la vie. Des histoires que l'on se raconte au coin du feu et qui se transmettent de génération en génération. **De petites histoires qui font partie de la grande Histoire de la Belgique.**



Image de fond : « La vie c'est comme un arbre »



DÉCODER LES MÉDIAS

En 2014, la RTBF a mis en place son premier « Plan stratégique d'Éducation aux médias » dans une double perspective : un développement 360° sur tous les médias de la RTBF et la production de contenus audiovisuels spécifiques.

360°

Un développement
sur tous les médias

Ce plan annuel s'inscrit dans la stratégie développée par la RTBF pour les années 2012-2016 et prend en compte des **grandes tendances du secteur audiovisuel** : la croissance de la consommation au sens large et sur les mobiles, **l'interactivité grandissante** avec les publics, le développement de la consommation non linéaire et l'arrivée de nouveaux entrants notamment issus du web. Face à ces nouveaux modes de consommation des médias, la volonté de la RTBF est de mettre en avant le décryptage, la compréhension, l'analyse et la prise de distance critique vis-à-vis des contenus et de leurs supports.

Des thématiques qui touchent nos publics bien au-delà de la Fédération Wallonie-Bruxelles en répondant au concept

général de « Media Literacy », qui est une priorité pour les membres de l'UER et qui s'intègre dans les valeurs fondamentales des médias de service public. En vue de mener une politique active en matière d'éducation aux médias, ce plan comporte plusieurs objectifs. Tout d'abord développer la capacité du public à accéder à tous les médias, les comprendre et les apprécier avec un sens critique. Ensuite, inciter le public à communiquer, participer et créer dans divers contextes et sur plusieurs supports. Avec ces objectifs, les actions d'éducation aux médias se développent de manière transversale dans l'ensemble de la production de la RTBF pour tous ses publics, avec une attention particulière aux jeunes et aux enfants. Concrètement, ce premier



INCITER LE PUBLIC À COMMUNIQUER

Plan stratégique d'Éducation aux médias a permis d'identifier six actions prioritaires qui se sont inscrites dans les programmes existants ou ont fait naître de nouvelles productions :

- La RTBF souhaite mieux expliquer au public ses choix éditoriaux. La production d'un programme implique des choix qui doivent être expliqués et inscrits dans une démarche proactive.

- La participation des publics est développée. La réactivité, l'interactivité, la créativité permettent aux publics de s'appropriier le média, notamment grâce aux réseaux sociaux.

- Un projet de programme dont l'objectif est d'expliquer les nouvelles technologies a été lancé.

- Une attention particulière aux jeunes et aux enfants avec des programmes consacrés spécifiquement au décryptage de la publicité, à l'internet et aux nouvelles technologies de l'information.

- Poursuivre l'ouverture des portes de la RTBF au public grâce aux visites guidées. Il s'agit d'une occasion unique de mettre l'accent sur l'Éducation aux médias et de donner des clés de décryptage et de compréhension.

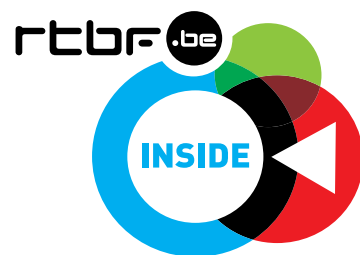
- Former notre personnel RTBF à travers une action de sensibilisation,

d'information et de formation à l'Éducation aux médias au stade de la production des contenus diffusés sur l'ensemble de nos plateformes RTBF.

Ce premier Plan stratégique jette aussi les bases d'une nouvelle plateforme d'éducation aux médias sous forme d'un site internet rassemblant l'ensemble des initiatives prises par la RTBF. Différents acteurs sont amenés à collaborer dans la démarche initiée par la RTBF. Le Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias est lui aussi impliqué. Un groupe de pilotage formel, composé de membres des deux entités et chargé de suivre la concrétisation du Plan, a vu le jour. D'autres partenariats sont envisagés avec l'UER, l'Union européenne ou le Conseil de l'Europe.

La volonté de la RTBF est la prise de distance critique vis-à-vis des contenus et de leurs supports.

PRODUIRE ET DÉCOUVRIR



Visites guidées et ateliers thématiques, la RTBF ouvre ses portes.

Au-delà des différentes productions abordant la thématique de l'éducation aux médias, la RTBF ouvre ses portes au public et propose de découvrir l'envers du décor, mais aussi d'aller plus loin et de pratiquer les métiers des médias.

«**RTBF Inside**» propose différentes visites guidées thématiques et «**RTBF Lab**» organise des ateliers pratiques d'éducation aux médias. Les deux possibilités de découverte privilégient une approche dynamique et critique des médias de la RTBF. Répartis entre Bruxelles, Liège et Charleroi, les cinq parcours thématiques proposés dans le cadre de RTBF inside mettent en lumière, en s'appuyant sur divers supports, les étapes de la fabrication de contenus, radio, tv et web, les métiers connus et moins connus de l'audiovisuel, les contraintes des journalistes, producteurs ou réalisateurs. D'une durée de plus ou moins deux heures chacun, ils offrent la possibilité de s'interroger sur **les enjeux et la place de la RTBF dans le paysage audiovisuel actuel**, en abordant aussi les questions d'audiences,

de communication-marketing, de budget et de programmation. Des rencontres avec les professionnels de la RTBF sont également organisées.

Dans une démarche pédagogique, les cinq ateliers RTBF Lab proposent, d'une part, de déconstruire et de décortiquer les contenus audiovisuels et, d'autre part, d'en produire, pour mieux saisir leurs mystères, leur magie, leurs contraintes et leurs subtilités. Accessibles dès l'âge de huit ans, ils ont pour objectifs d'interroger les représentations des publics, de s'adresser à leur intelligence, de nourrir et susciter leur esprit critique, mais aussi de développer leur créativité grâce à des activités uniques de pratique des médias. Définis autour de six axes, les ateliers RTBF Lab ont été créés en intégrant les objectifs du Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias (CSEM) en matière d'éducation aux médias et en liens avec les programmes et objectifs de l'enseignement.

WHAT THE FAKE, C'EST QUOI ?

Un programme transmédia interactif pour les jeunes.

UNE EXPÉRIENCE INTERACTIVE

«**What the Fake**», est un programme transmédia interactif qui permet aux jeunes (essentiellement des adolescents) de donner leur point de vue sur des thématiques comme la gestion de l'image privée, le décryptage de la publicité, la rumeur ou encore la liberté d'expression. Dans ce programme, les ados peuvent aussi et surtout exprimer leur façon de dialoguer, de partager, d'échanger, de créer, de s'interroger et de s'informer sur le net. Cette expérience met un point d'honneur sur la créativité de discussion des jeunes et sur la façon dont s'exprime la nouvelle génération des 13-18 ans. En bref, **c'est un programme pour des jeunes et fait par des jeunes**. Dans sa **première saison**, «**What the Fake**» remettait en question les codes de communication des adultes pour laisser la parole à la jeune génération sur la façon dont elle échange, crée, s'interroge et s'informe sur le net. Chaque semaine, l'équipe de l'émission proposait aux ados un thème de discussion et leur permettait de devenir acteurs des webisodes lors des tournages. Les ados se retrouvaient autour du comédien Nixon. Pour sa **deuxième saison**, le projet se voulait une expérience transmédia interactive encore plus proche des ados en leur donnant le micro pour

qu'ils s'expriment sur des thèmes de leur quotidien et de leur réalité, qu'ils avaient eux-mêmes choisis. Sans tabou, et sans mot d'ordre. Concrètement, les épisodes alternaient entre des séquences de fiction, jouées par quatre ados castés sur le web, et des séquences de micro-trottoirs dans lesquelles l'animatrice Detch partait à leur rencontre à la sortie des écoles dans différentes villes de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

UNE ÉDUCATION AUX MÉDIAS

«**What the Fake**» développe la participation du public, en grande partie grâce aux réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou Youtube. Mais les rencontres avec le public sur le terrain favorisent aussi l'interactivité avec ce dernier. Il s'agit là de deux grands espaces d'expression pour les jeunes. Ensuite, le programme est également consacré au décryptage de la publicité, à l'internet et aux nouvelles technologies de l'information. La question lancée chaque semaine est liée aux usages que les jeunes font de la communication. Les thématiques, elles, s'inscrivent dans une logique évolutive, participative et interactive et abordent des sujets qui suscitent l'intérêt des jeunes. En résumé, «**What the Fake**» s'inscrit clairement dans une dimension d'éducation aux médias.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

NOUVELLE MATINALE!



Jacques Cremers, le nouveau
Chef de rédaction de La Première

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

L'INFORMATION

Après 20 ans, «*Matin Première*» a fait peau neuve au mois de septembre. Emmenée par Mehdi Khelfat, l'émission d'information de référence dans le paysage belge francophone se voulait à la fois plus réactive, plus dynamique et plus conviviale!

MATIN PREMIÈRE FAIT PEAU NEUVE!



L'équipe de Matin Première: Mehdi Khelfat,
Diane Burghelle-Vernet, Sophie Brems, et Bertrand Henne



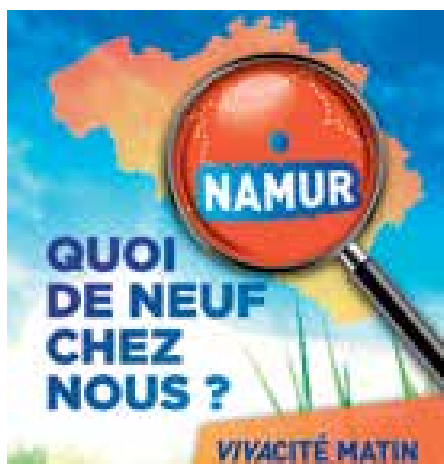
Avec plus de directs et des journaux renforcés toutes les demi-heures, ce rendez-vous matinal propose de tout: Politique, International, Société, Sport, Culture, etc. «*L'auditeur doit sortir de la matinale en se disant: chouette, ce matin j'ai appris, compris quelque chose*» explique **Mehdi Khelfat**. Afin que l'émission reste toujours «*en connexion*» avec les auditeurs, les réactions et les commentaires de ces derniers sur les différentes facettes de l'actualité sont relayées à l'antenne.

«*On pourrait comparer cette nouvelle matinale à une pièce de théâtre qui dure trois heures, dans laquelle les acteurs sont les journalistes et les différents invités autour de la table. Mais cette pièce n'est pas mise en boîte; il y a beaucoup de rebondissements, comme dans la vie quotidienne*». Cette nouvelle mouture s'est construite avec la mobilisation et l'expertise de l'ensemble des journalistes de la RTBF et sous la responsabilité de **Jacques Cremers**, Chef de rédaction de La Première.

VIVACITÉ

100 h DE DÉCROCHAGES RÉGIONAUX PAR SEMAINE

VIVACITÉ RÉORGANISE ET RENFORCE SON OFFRE RÉGIONALE AVEC DE NOUVELLES SÉQUENCES



À Liège, c'est Anne Poncelet qui a été désignée Chef d'édition



Depuis septembre 2014, c'est désormais Julie Van H qui réveille les Bruxellois avec « Bruxelles matin »

Avec ses **six implantations** en Wallonie et à Bruxelles, VivaCité est la chaîne de proximité de la RTBF. Plus de 100 heures d'émissions par semaine sont dédiées exclusivement aux régions pour donner la parole aux forces vives, aux initiatives locales et partager tout ce qui fait la vie d'une région. En septembre 2014, l'offre régionale de la chaîne s'est recentrée sur les créneaux existants (les matinales et les émissions aller-retour l'après-midi) tout en proposant de nouvelles séquences et une émission multirégionale le samedi: « **Les Touristes** ». En février, une première en Wallonie a aussi été lancée: VivaCité et Télé MB se sont associées afin que l'émission radio régionale Hainaut Matin soit retransmise en télévision sur Télé MB, la chaîne de télévision locale et généraliste diffusée dans l'arrondissement de Mons. Entre 6h et 8h, chaque jour de la semaine, les téléspectateurs de Télé MB peuvent donc désormais voir, et non plus seulement entendre, Carine Bresse (animatrice) et Emmanuel Duvivier (journaliste) pour savoir tout ce qui se passe à Mons et en Hainaut: infos régionales et locales, musique, jeux, séquences « région » météo, sport, info-traffic, etc. Enfin, chaque jour de la semaine depuis septembre, dans « **Le 5 à 7** », VivaCité propose une séquence (en décrochage) présentant le sommaire du jour des télé locales. À Mons, une tournante est organisée entre les 4 télévisions locales de la région, à Namur, entre les 5 télévisions locales et à Liège, entre les 2 télévisions de la région. À Bruxelles, c'est bien entendu le sommaire de Télé Bruxelles qui est présenté. Les 12 télévisions locales ont ainsi chaque semaine, une vitrine sur VivaCité.

DEVOIR D'ENQUÊTE



Malika Attar

PRISE DE DISTANCE ET ANALYSE DES FAITS

6^e SAISON

C'est dans un nouveau décor, avec un nouveau logo et un nouveau générique que le magazine d'investigation judiciaire « **Devoir d'enquête** » a débuté sa sixième saison. Présentée par la journaliste **Malika Attar**, l'émission s'est installée sur un plateau qui met en scène la rédaction du magazine judiciaire. Les enquêtes réalisées par l'équipe font voyager dans toute la Belgique et analysent les grandes affaires

judiciaires du moment, les faits divers et les différents aspects de notre système judiciaire. Que ce soit des images exclusives, des **témoignages poignants** ou des enquêtes qui dévoilent le dessous des cartes, les reportages proposent toujours une prise de distance et une analyse des faits pour approcher au plus près la réalité judiciaire de notre pays.

QUESTIONS À LA UNE

50 RENDEZ-VOUS INVESTIGATION EN 2014



Bruno Clément

Le magazine d'investigation présenté par **Bruno Clément** a mené l'enquête au sein de **la société belge**. Dans un esprit poil à gratter, les journalistes se penchent sur des thèmes très variés qui concernent tout le monde. Sur un ton à la fois pertinent et impertinent, Questions à la Une pose **un regard distancié** sur notre façon de vivre, nos habitudes, notre consommation, nos mœurs, nos schémas de pensées, etc. Tous les thèmes sont permis à condition de répondre à la question que le magazine **met en une le mercredi soir** sur La Une.

MISE AU POINT

LE RENDEZ-VOUS POLITIQUE DU DIMANCHE MATIN



Baudouin Remy

Chaque dimanche à 11h25 sur La Une, «**Mise au Point**» a ouvert le débat sur les questions de société qui nous préoccupent. Objectif ? Balayer les idées reçues, faire le point et donner la parole aux citoyens en 3 séquences : dans «**Revu et corrigé**», l'actu a été revisitée sans tabou, avec humour et distance par

plusieurs chroniqueurs et humoristes. Dans «**L'indiscret**», un invité a été interrogé sur sa position et ses projets. Dans «**Le Débat**», Baudouin Remy a analysé une question d'actualité et a animé le débat en présence de différents partis politiques et de spécialistes.

7 À LA UNE

LE MAGAZINE D'INFO QUI MET L'ACTU DE LA SEMAINE EN PERSPECTIVE

Lancé, au mois d'octobre, le magazine d'information «**7 à la Une**» revient chaque semaine avec curiosité et légèreté sur les temps forts des 7 derniers jours. Ce sont le ton **audacieux et impertinent** et les angles originaux non dénués d'humour qui font la facture de ce nouveau rendez-vous d'information. Le présentateur, **François Mazure**, y déroule le fil des infos de la semaine en sons et en images avant de recevoir en plateau différents invités pour des chroniques récurrentes : «**Le Debrief**», «**Le Tour d'horloge**», «**Le Doc**», «**Le contrechamp**», «**Dans les yeux de...**», «**Le Web 2.0**» et «**Télé Cactus**».



François Mazure

JEUDI EN PRIME

LE RENDEZ-VOUS POLITIQUE DE LA SEMAINE EN PRIME-TIME

Inauguré en janvier par **Johanne Montay** et **François De Brigode**, «**Jeudi en prime**» a accueilli chaque jeudi soir sur La Une, dans la foulée du journal télévisé de 19h30, une personnalité en lien avec l'actualité politique du moment pour une interview d'un quart d'heure.

Impertinence, indépendance, humour et franc-parler guident cet entretien qui permet au téléspectateur d'**approfondir sa connaissance de la vie politique de notre pays**. Après avoir dressé un bref portrait de l'invité, les présentateurs l'invitent ensuite à réagir à l'actualité et à argumenter dans une discussion à bâtons rompus.



Johanne Montay et François De Brigode

LE JT

UN DES RENDEZ-VOUS PHARES SUR LA RTBF

Les rédactions de la RTBF proposent chaque jour des éditions différentes

Sur La Une :

- **Le JT 13h00** s'ouvre sur l'actualité de la journée. Il est réactif et riche en directs. Il couvre tous les faits (ceux qui se passent au coin de la rue comme ceux qui se passent à l'autre bout du monde) et met les explications à portée de main, de regard et d'émotion.
- **Le JT 19h30** informe de l'actualité du jour avec des séquences claires et pertinentes mais variées (les clés de l'info, les grands formats, etc.) qui permettent de comprendre les grands dossiers de l'actualité.

Sur La Deux :

- Présenté en duo, **le 15 minutes** propose une synthèse claire de l'actualité avec des sujets courts et dynamiques sans oublier la spontanéité et l'humour.
 - En fin de journée, **le 12 minutes** propose un «**digest**» de l'actualité qui informe rapidement.
- Sans oublier le JT en langue des signes disponible sur La Trois.

Les chiffres d'audience des différents rendez-vous d'info quotidienne sont

en augmentation constante depuis la réforme de la tranche info en 2011. On remarquera aussi que les présentateurs du 19h30 sont dorénavant debout en plateau pour présenter les titres et que les différentes éditions sont, dans la foulée, disponibles sur rtbf.be/info en vidéos séquencées pour le 13h00 et le 19h30. Très réactive, la rédaction se mobilise en cas d'événement pour proposer des éditions spéciales qui tiennent les téléspectateurs et internautes informés au plus proche de l'événement.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LES SPORTS

UNE ANNÉE
SPORTIVE

13

DIRECTS EN FOOTBALL
AVEC LES DIABLES
ROUGES LORS
DE LA COUPE
DU MONDE 2014LA RTBF
À LA POINTE
DE L'INFO

Année sportive par excellence avec une Coupe du Monde de football et les Jeux Olympiques d'hiver, 2014 a été riche en événements. La RTBF était présente sur tous les terrains pour de très nombreuses heures de direct, de commentaires, de reportages, de résumés et de résultats.

Proche des sportifs francophones et belges, sensible aux exploits internationaux, la RTBF est restée à la pointe de l'information sportive au-delà du direct. L'émission «**Auto Mobile**» s'est faite l'écho, chaque semaine, du marché de l'industrie et de l'actualité des sports moteurs. Sur un rythme hebdomadaire également, «**Le week-end sportif**» et ses présentateurs ont assuré une large couverture du monde du sport dans de

nombreuses disciplines, proposant des coups de projecteurs sur des sports parfois méconnus. Dans le domaine de la découverte, Frank Peterkenne a poussé l'aventure encore plus loin. Il a emmené des personnalités belges «**En terrain inconnu**». L'occasion de se frotter à d'autres sports dont certains les moins médiatiques comme le taekwondo, le squash, l'escrime, le football américain ou encore le tennis en chaise.

LES SPECIAL
OLYMPICS

Au nombre d'athlètes, **les Jeux européens d'été Special Olympics** ont été le plus grand événement sportif de l'année à s'être déroulé en Belgique en 2014. C'était l'occasion unique **de mettre à l'honneur les personnes vivant avec un handicap mental** dans notre pays. Au-delà des émissions d'information en radio et en télévision qui ont fait écho des moments forts, une série de capsules a été diffusée en TV pour évoquer, par leur témoignage, l'expérience de ces athlètes différents.

SOTCHI
EN CHIFFRESPLUS DE
100
HEURES EN DIRECT**14** DISCIPLINES**1 640 678**TÉLÉSPECTATEURS
DIFFÉRENTS



FOOTBALL

En 2014, le monde du ballon rond a rassemblé en Belgique et ailleurs des supporters de tous horizons dans les stades et sur les médias de la RTBF grâce à des rendez-vous hebdomadaires autour de la **Jupiler Pro League** et du foot européen chaque soir du week-end dans **Studio foot**. Une actualité footballistique également évoquée et débattue chaque lundi dans **La Tribune** autour de Michel Lecomte et de Benjamin Deceuninck. Le football était à vivre en direct en télévision, en radio et sur le web. En plus de la

phase finale de la **Cofidis Cup** et de la **Super Coupe**, les **Diablos Rouges** ont rassemblé de très nombreux supporters sur les médias de la RTBF avant leur épopée brésilienne grâce aux directs de leurs matches en déplacement commentés par Rodrigo Beenkens et aux magazines qui leurs étaient consacrés. En plus petit format, sur un autre terrain et toujours derrière un ballon, le direct était aussi de la partie à l'occasion du **Championnat d'Europe 2014 de Futsal** qui se déroulait à Anvers.

ATHLÉTISME

Au stade toujours, Vincent Langendries et Hervé Gilbert ont fait la part belle à l'athlétisme avec la diffusion de la **Cross cup**, des 15^e Championnats du monde **d'athlétisme en salle de Sopot** en Pologne, des **Championnats d'Europe** qui se déroulaient à Zurich et de l'incontournable rendez-vous belge qu'est le **Mémorial Van Damme**.



TENNIS

Avec 75 heures de direct, **Roland Garros** est en tête d'affiche dans la couverture du service des sports confiée à Laurent Bruwier et Benjamin Deceuninck. Avec leurs consultants, ils ont aussi fait vivre les grands moments de **la Coupe Davis** et de **l'Ethias Trophy** auquel on a consacré un très large magazine autour d'une exhibition en fin d'année au Sart Tilman.

500 DIRECTS RADIO!

306

DIRECTS EN FOOTBALL

12

DIRECTS EN ATHLÉTISME

27

DIRECTS EN BASKET

41

DIRECTS EN TENNIS

19

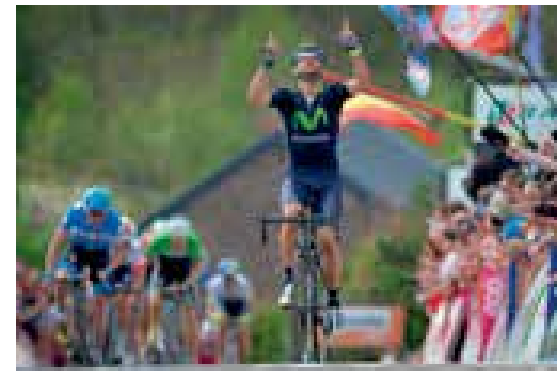
DIRECTS EN SPORTS MOTEURS

69

DIRECTS EN CYCLISME

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

CYCLISME



Plus d'une quinzaine d'épreuves ont bénéficié de retransmission. Il était question, bien sûr, des grandes classiques du calendrier : **de Milan-Sanremo à Paris Tours**, en passant par le **Tour de France**, Paris-Roubaix ou Liège-Bastogne-Liège, mais également **d'autres épreuves belges et wallonnes** telles que le GP de Samyn, Binche-Chimay-Binche, **le Tour de Wallonie** ou encore **l'Eurométropole**.

SPORTS MOTEURS

Que ce soit à deux ou quatre roues, les moteurs ont résonné tout au long des saisons de **Formule 1** avec Gaëtan Vigneron, de **MotoGP** et de **Moto2** avec Pierre Robert ou encore de **WRC**. En F1, les 19 Grand Prix encadrés des essais et de l'actualité des paddocks dans **Warm Up** étaient à suivre en direct des quatre coins du monde. Avec un rendez-vous de moins, les saisons de Moto2 et de MotoGP ont offert des records en direct et les performances de notre compatriote Xavier Siméon. Sur des pistes et des circuits moins classiques, l'émission **AutoRallye WRC** a quant à elle livré les résultats et résumés du calendrier WRC.

RENCONTRE CULTURE ET RTBF

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LA CULTURE

UNE PREMIÈRE TABLE RONDE

Les métiers de la culture comme ceux de l'information et de la critique sont en pleine mutation. Les technologies de la communication, les comportements changeants des publics et l'élargissement du champ culturel remettent en cause nos habitudes de travail.

DIALOGUES ET PROPOSITIONS CONCRÈTES SUR LES THÈMES DE LA CULTURE

Dans le but de trouver de nouvelles pistes de collaboration, la Chambre patronale des Employeurs permanents francophones de la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF ont décidé d'organiser une rencontre pour mettre à plat les envies et difficultés rencontrées par chacun des partenaires.

Cette **Première Rencontre annuelle Culture et RTBF** a eu lieu à Bruxelles le 28 août 2014. La journée était articulée autour de trois tables rondes sur les thèmes de «La culture et l'information», «La culture, sujet des programmes radio et télévision» et «La culture et les nouveaux médias». Elles étaient animées en duo par des personnalités de la RTBF et des théâtres de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Des propositions concrètes ont été apportées par des participants actifs et enthousiastes de pouvoir exprimer leurs idées dans des discussions productives et animées. Parmi les souhaits

des responsables culturels, est revenue à plusieurs reprises l'utilité d'un organigramme répertoriant les personnes à contacter au sein de la RTBF par domaine: littérature, arts plastiques, cinéma, théâtre, musique, danse, etc.

Sur base de ce constat et des publications existantes à la RTBF, les programmes qui avaient pour mission de mettre en valeur le travail, les productions et les acteurs du secteur culturel, parmi les écrivains, les artistes, les cinéastes, metteurs en scène, acteurs, musiciens, danseurs, sont progressivement compilés dans un document unique baptisé «Dico culture». Cette première édition du Dico Culture se veut un *work in progress*. Il sera amené à évoluer au fur et à mesure des modifications de la grille des programmes et des remaniements des émissions.

SUR LES TRACES DE...

LES EMPREINTES DE L'HISTOIRE



Jean-Louis Lahaye

Basé sur des faits historiques, «**Sur les traces de...**» donne l'occasion de jeter un nouveau regard sur notre pays et ce, au travers des péripéties vécues par des personnalités historiques.

Le magazine présenté par **Jean-Louis Lahaye** retrace les parcours empruntés sur notre territoire par des personnalités historiques célèbres et les empreintes qu'ils y ont marquées. Le premier numéro est parti «**Sur les Traces de Napoléon**». Un personnage incontournable dont le passage et celui de ses troupes en Belgique ont laissé une trace importante entre Beaumont et Waterloo lors de son ultime bataille.

Le numéro suivant s'est intéressé à la trajectoire du Général Patton sur le sol belge et les témoignages de son passage. «**Sur les Traces de Patton**» a permis de suivre l'ascension d'un génie tactique, souvent controversé, de sa ville natale, la Californie, jusqu'à Bastogne, au cœur des Ardennes. Depuis l'hiver 44-45, la région est entrée définitivement dans l'Histoire du XX^e siècle et ce, au même titre que le Général Patton.

RETOUR AUX SOURCES



«Retour aux sources», une émission présentée par Élodie de Sélys

UN NOUVEAU RENDEZ-VOUS DOCUMENTAIRE

Au printemps, La Une a fixé un nouveau rendez-vous, entièrement dédié à l'Histoire, présenté par Élodie de Sélys. «**Retour aux sources**» a proposé le vendredi soir un **documentaire historique suivi d'un débat ou d'une rencontre** avec des témoins ou des experts en lien avec le sujet du jour.

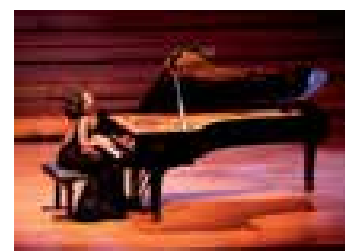
NOUVELLE GRILLE MUSIQ'3

Suite à l'arrivée de la nouvelle directrice Laetitia Huberti, une nouvelle grille est proposée sur Musiq'3 depuis le mois de septembre.



Laetitia Huberti

UNE PLUS GRANDE ACCESSIBILITÉ, COHÉRENCE ET LISIBILITÉ



La radio classique de la RTBF a présenté une **grille de rentrée** 2014 marquée par le changement et l'ouverture ! Découvertes, plaisir et rencontres ont été à la base des nouveautés proposées par l'équipe de Musiq'3 pour la saison 2014. Autour des émissions piliers qui perdurent, de nouveaux rendez-vous ont vu le jour à des moments-clés de la journée afin de se faire l'écho de la vie musicale et artistique foisonnante de notre pays et d'ailleurs. Les changements ont démarré dès 6h30 du matin avec une refonte de «**La matinale de Musiq'3**», présentée par **Camille de Rijck**, qui s'achève chaque jour en compagnie d'un invité en direct de 8h30 à 9h. Après une matinée très musicale entre 9h et midi, Anne Mattheeuws et Fabrice Kada proposent «**Temps de pause**», une émission quotidienne en direct en compagnie d'un artiste (toutes disciplines confondues) avec qui ils prennent le temps de parler d'art et du monde qui nous entoure. Ensuite, démarrage de l'après-midi en musique dès 13h, avec l'avancement du concert. Les autres aménagements de la journée visent une **plus grande accessibilité, cohérence et lisibilité**.

Parmi ceux-ci, relevons l'apparition des «**Grandes soirées de Musiq'3**», qui démarrent dès 19h et permettent ainsi aux présentateurs de construire toute une soirée afin d'emmener les auditeurs au concert à travers une programmation musicale personnalisée, autour du concert de 20h. Le week-end, quant à lui, est resté le moment de rendez-vous avec certaines des émissions phares de la chaîne, et est devenu plus musical grâce à de nouvelles émissions classiques particulièrement accessibles et ouvertes à d'autres genres musicaux telles que «**Les inoxydables**», «**Caprices**», «**Chi va piano...**», ou encore «**Atout chœur**» et «**Musiques du Monde**». Notons aussi que, grâce à la collaboration de la Sonuma, une place particulière est réservée aux archives sonores exceptionnelles (musicales et parlées), notamment dans la nouvelle émission du dimanche «**Les pêcheurs de perles**», mais aussi dans des petites séquences réparties à d'autres moments dans la grille. Enfin, «**À portée de mots**», une émission consacrée au dialogue entre musique et littérature, voit également le jour et s'installe le samedi après-midi.

5 HEURES DE PURE FM

L'ÉMISSION CINÉMA CULTÉ DE PURE FM A CÉLÉBRÉ SES 20 ANS

Cette émission qui passe au crible, sans langue de bois, les sorties cinéma de la semaine est agrémentée de découvertes musicales et a célébré ses 20 ans d'antenne avec une double actualité. Pour fêter cette longévité, Rudy Léonet et Hugues Dayez ont pris la plume et publié le livre « **Recommandé par 5 heures** ». Loin de se prendre au sérieux ou de verser dans l'autocongratulation, l'ouvrage, ludique, a prolongé « l'esprit 5 Heures » dans un récit de culture-fiction basé sur une histoire vraie. Pour cet anniversaire, le duo s'est aussi attaché à l'organisation de soirées « **COD – Critic On Demand** » dans les cinémas belges.



Hugues Dayez et Rudy Léonet

ENTREZ SANS FRAPPER



Jerôme Colin
et Xavier Vanbuggenhout

UN NOUVEAU MAGAZINE CULTURE SUR LA PREMIÈRE

De l'actualité et du débat

Un nouveau magazine **culture, média et tendance** a vu le jour depuis la rentrée de septembre sur La Première.

Aux commandes, **Jerôme Colin** et **Xavier Vanbuggenhout** et autour de la table, une équipe de chroniqueurs

francs-tireurs pour soulever chaque jour ce qui fait l'actualité culturelle, le débat, la polémique. Bref, tout ce qui, dans la sphère culturelle, pose question et provoque de belles émotions. L'émission a lieu du lundi au vendredi, de 9h à 11h.

FÊTE DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES

A l'occasion
de la Fête de la Fédération
Wallonie-Bruxelles, la RTBF
a proposé une soirée spéciale
en direct de la Grand-Place
de Bruxelles.

C'EST DU BELGE

Pour célébrer la Fête de la Fédération Wallonie-Bruxelles, « C'est du Belge », comme cela en devient presque une habitude, a proposé son rendez-vous en direct d'une des plus belles places du monde, transformée pour la circonstance en un lieu de concert. Entourés de leurs invités, Barbara Louys et Gerald Watelet ont préfacé celui-ci en compagnie de leurs invités avant de céder le relais à Maureen Louys et Stéphane Jobert.



Maureen Louys



Stéphane Jobert



La scène de Rendez-vous Grand-Place à Bruxelles

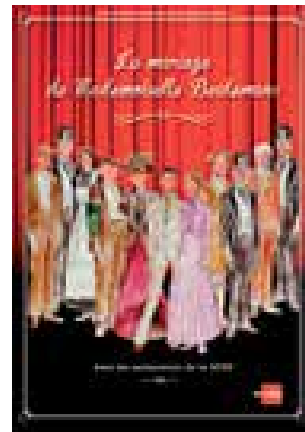
RENDEZ-VOUS GRAND-PLACE

Calogero a fait chanter la foule avec son dernier album avant de laisser place à Benabar, Indila, Antoine Chance et **la révélation belge, Noa Moon**. Le spectacle s'est clôturé avec le premier gagnant de « **The Voice** », Roberto Bellarosa.

LE MARIAGE DE MADEMOISELLE BEULEMANS



Caroline Veyt alias « Mademoiselle Beulemans » accompagnée de Guy Lemaire et de Marie-Hélène Vanderborcht dans le rôle du couple Beulemans



UNE PIÈCE JOUÉE PAR LES ANIMATEURS DE LA RTBF

« **Le mariage de Mademoiselle Beulemans** » a traversé le temps avec un succès jamais démenti.

C'est sous la houlette de **David Michels**, le directeur du Théâtre Royal des Galeries, que onze animateurs de la RTBF ont relevé ce défi un peu fou de jouer cette pièce **au profit de Viva for Life**. Enregistrée le 12 mai 2014 au Théâtre des Galeries à Bruxelles et diffusée pour les fêtes sur La Une, cette version de la pièce mythique a été interprétée devant une salle comble et conquise.

LIVR(É)S À DOMICILE

Chaque année, la très attendue rentrée littéraire s'annonce riche en nouvelles parutions. « **Livr(é)s à domicile** » a donc poursuivi en 2014 ses déplacements chez les lecteurs passionnés.

C'est dans leur salon ou leur jardin que **Thierry Bellefroid** et les chroniqueurs – Michel Dufranne, Gorian Delpâtre, Laurent Dehossay, Julie Huon – se sont invités pour rencontrer une série d'écrivains qui font l'actualité du moment.

Dans la partie « **Figures imposées** », ils ont débattu avec le lecteur et l'invité sur une série d'ouvrages lus par tous.

Parmi ceux-ci :

- « **Le règne des vivants** » d'Alice Ferney, biographie imaginaire consacrée à un capitaine de bateau écologiste.

- « **Comment s'en mettre plein les poches en Asie mutante** » de Moshin Hamid, une méthode de vie pleine de dérision, de tendresse et de sagesse.

- « **Peine perdue** » d'Olivier Adam, roman choral qui regroupe une vingtaine de personnages au bord de l'abîme.

- Figuraient parmi les premiers invités, – Tom Lanoye pour « **Troisièmes noces** » (La Différence)

- Corinne Jamar pour « **On aurait dit une femme couchée sur le dos** » (Castor Astral)

- Grégoire Delacourt pour « **On ne voyait que le bonheur** » (JC Lattès)

- Emmanuel Carrère pour « **Le Royaume** », paru chez P.O.L.

- Frédéric Beigbeder pour « **Oona et Salinger** » (Grasset)



Thierry Bellefroid



Chaque semaine, l'émission part à la rencontre de lecteurs passionnés

HEP TAXI!

En 2014, l'émission « **Hep taxi!** » est repartie sur les chapeaux de roues avec des passagers exceptionnels à son bord.



Omar Sy fut l'un des invités de Jérôme Colin

Au volant : l'intervieweur **Jérôme Colin**, avec ses questions et ses regards furtifs dans le rétroviseur. Sur la banquette arrière : les interviewés qui, dans l'intimité de l'habitacle, se **confient avec un grand naturel**. Sont montés dans le taxi, **Gaspard Ulliel** pour la sortie de « **Saint Laurent** » de Bertrand Bonello ; **Tom Lanoye**, grand auteur flamand ; **Pauline Etienne** qui illumine le dernier film de Stefan Liberski « **Tokyo Fiancée** » dans

la peau d'Amélie Nothomb à 20 ans ; **Omar Sy** l'acteur préféré des Français qui se taille une carrière à Hollywood ; **Christine And The Queens** chanteuse-danseuse-auteure et compositrice, élue interprète féminine de l'année aux récentes Victoires de la musique ; **Carla Bruni**, l'ex-Première Dame de France qui a retrouvé la liberté de se produire sur scène et de reprendre son métier de mannequin.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LA MUSIQUE

LE CHANT À
L'HONNEUR

73

CANDIDATS ADMIS
LORS DE LA PREMIÈRE
ÉPREUVE DU
CONCOURS
REINE ELISABETHLE CONCOURS
REINE ELISABETH

Cette année, le Concours Reine Elisabeth a mis le chant à l'honneur. L'ensemble des médias de la RTBF a largement fait l'écho des moments forts d'un rendez-vous traditionnel de la musique classique.



Page de gauche: Caroline Veyt et Patrick Leterme

Les prestations de tous les demi-finalistes ont été retransmises en direct radio sur Musiq'3 avec l'analyse et les présentations de Camille De Rijck et de Patrick Leterme. Les téléspectateurs avaient également rendez-vous en streaming vidéo en direct sur les sites internet de Musiq'3 et d'Arte Belgique, et ensuite en télévision en différé sur La Trois.

La couverture en direct était également au programme lors de la finale qui s'est déroulée au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles du 28 au 31 mai. Camille De Rijck était cette fois accompagné de Lothar Seghers pour suivre les prestations des 12 finalistes de la compétition en direct sur Musiq'3 et en streaming vidéo sur internet. Pour cette dernière épreuve en télévision, la retransmission des prestations en direct sur La Trois étaient présentées par Caroline Veyt et Patrick Leterme.

Cette année encore, 6 jeunes étudiants du Conservatoire (trois francophones et trois néerlandophones) ont été sélectionnés pour commenter ce

prestigieux Concours sur les réseaux sociaux, à travers le projet « Les Six/ De Zes », lancé en 2011 par Musiq'3 et ses collègues flamands de la VRT.

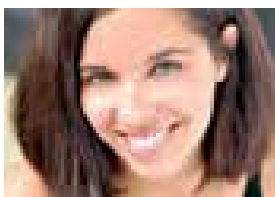


L'opération « Les Six/De Zes » a donné la parole aux jeunes



Camille De Rijck et Lothar Seghers

LE PRIX MUSIQ'3



Jodie Devos

En 2014, c'est la soprano belge Jodie Devos qui a été la lauréate préférée du public et qui reçu le Prix Musiq'3. Ce prix, d'une valeur de 2.500 euros lui a été remis à la Chapelle Musicale Reine Elisabeth par l'Administrateur général de la RTBF, Jean-Paul Philippot.

LE FESTIVAL MUSIQ'3

Sous le thème de « Move – The Danube Experience », la quatrième édition du Festival Musiq'3 a fait voyager son public le long du Danube, à travers des villes au passé et au présent musical foisonnant, telles que Vienne, Budapest ou Bratislava, et ce au rythme de la musique classique, mais aussi de la musique tzigane, des Balkans et du jazz.

Du 26 au 29 juin 2014, le Festival Musiq'3 a présenté plus de **300 artistes**, une cinquantaine de concerts, des ateliers pour les enfants et de nombreuses animations. Durant quatre jours à Flagey et au Marni, c'est environ 10.000 personnes qui ont assisté à une véritable fête de la musique classique qui mettait à l'honneur les plus grands compositeurs classiques tels que **Beethoven, Brahms ou Mozart**, mais également des compositeurs du XX^e siècle comme **Enesco, Ligeti** ou encore **Schoenberg**.

La totalité des concerts a été retransmise en direct sur Musiq'3 (35 heures) et huit concerts ont été filmés et ensuite

diffusés en télévision dans « **Le meilleur du classique** » et en streaming. Une compilation a également été réalisée spécialement pour ARTE.

Après 4 ans, le Festival semble avoir atteint son rythme de croisière. Il fait partie des événements incontournables de l'été en musique classique et l'initiative répond aux attentes d'un public plus large chaque année.

STARTER PURE FM

La capacité à prévoir, absorber, traduire et **transmettre de nouvelles tendances** fait partie des préoccupations quotidiennes de Pure FM. La musique, avant tout, celle de nouveaux talents; ceux d'ici – qui se font de plus en plus entendre ailleurs – et ceux d'ailleurs qu'on entend ici grâce au **rôle de « starter » de Pure FM**. La priorité est donc toujours

à la présentation d'artistes en playlist, en showcase, en interview, en concert ou en festival et désormais aussi en **PureVision**. Chaque saison, Pure FM réalise et transmet pas moins de **300 interviews et sessions acoustiques d'artistes belges** et internationaux, pendant les festivals, mais aussi et surtout dans les studios de Pure FM.

PURE FESTIVALS INVASION

Les animateurs de Pure FM étaient au cœur de **La Fête de la Musique, des festivals Couleur Café, Rock Werchter, Les Ardentes, LaSemo, Dour Festival, Francofolies de Spa, Esperanzah!, BSF, Pukkelpop et Fête des Solidarités** pour animer des émissions agrémentées de nombreux extraits de lives et interviews et de contenus exclusifs. Le tout était à voir aussi en **PureVision!** En plus de ce riche contenu radio, un **dispositif web amélioré** a été mis en place cette année: photos et vidéos, produites directement

en *backstage*, sur scène et en studio par l'équipe de Pure FM ou directement par les festivaliers au cœur de l'événement, tout a été relayé et était disponible sur le site **purefm.be** et sur les comptes Facebook, Twitter et Instagram de la radio. Si les week-ends de Pure FM se sont en majorité passés sur les plaines de festivals, la radio n'a pas pour autant délaissé cette thématique pendant la semaine. Du lundi au vendredi de 17h à 20h, **Jetlag**, le magazine dédié aux festivals belges et étrangers, a comblé les aficionados

avec ses infos et bons plans, son mini-live et son JDF (*Journal des Festivals*). Le magazine proposait aussi un condensé du meilleur des festivals couverts par les équipes de Pure FM et par nos correspondants français du Mouv' (Radio France) et suisses de Couleur 3 (RTS). Les soirées n'étaient pas en reste avec la quotidienne *Pure FM Festivals Invasion*, de 20h à minuit: une playlist spéciale qui faisait la part belle aux artistes présents sur les scènes belges cet été et aux morceaux live.

D6BELS ON STAGE



Quentin Mosimann a repris la présentation de « D6bels » On Stage

L'émission de *full music* enregistrée en live à la Ferme du Biéreau à Louvain-la-Neuve, a entamé une sixième saison en 2014 et est devenue hebdomadaire. D'une durée de 22 minutes, ce changement a marqué l'arrivée de **Quentin Mosimann** à la présentation. L'année précédente, le DJ bien connu était aux platines sur la scène de D6bels on Stage, entouré de ses musiciens, pour présenter des extraits de son dernier album « The 8 Deadly Sins ». Cette fois, Quentin Mosimann est devenu l'animateur d'une émission qui met en lumière de nombreux talents, connus ou à découvrir, de Wallonie et Bruxelles. Plus de 90

artistes de chez nous ont déjà rendu visite à l'émission, et cela continue. Grâce à D6bels on Stage, les talents belges font également le tour du monde sur les réseaux de TV5. Sans oublier la présence de l'émission sur les réseaux sociaux. La nouvelle formule a démarré en novembre avec Nina et Yohann des Cats On Trees, en configuration « tournée » puisqu'ils étaient accompagnés de quatre cordes. Ont suivi Frero Delavega, Laurent Pagna, Antoine Chance, The Dø, Applause, Kris Dane, Jali, Stanislas, etc.

MUSIQUES DU MONDE

Chaque soir de la semaine,
sur La Première...

« **Le Monde est un Village** » explore les Cultures et Musiques du Monde chaque soir, de 20h10 à 21h. Au micro de **Didier Mélon**: musiciens, chroniqueurs, artistes, voyageurs... Leur regard singulier, leur expérience, leur diversité nous éclairent sur un monde en mouvement et riche de différences. Omniprésentes, les musiques offrent des clés tout aussi essentielles à sa compréhension.

RENCONTRES MÉDIANES

En novembre, la RTBF a accueilli les troisièmes Rencontres Médiante, organisées par le Conseil de l'Europe.

« Comment mieux couvrir la diversité, et comment mieux l'intégrer durablement dans notre travail ? » était le thème central de ce colloque qui a rassemblé 130 professionnels du monde médiatique européen, pour échanger sur la diversité et leur capacité à l'inclure dans leurs pratiques quotidiennes et de production de contenu.

LA CITOYENNETÉ



Safia Kessas

LE CHANTIER DE LA DIVERSITÉ A ÉTÉ LANCÉ À LA RTBF

Aujourd'hui, différents groupes de population sont absents ou représentés inégalement dans l'espace médiatique européen. Pour beaucoup, ces groupes restent invisibles dans la presse écrite, sur les écrans, les ondes ou encore en ligne. Pire encore ! Quand ces mêmes personnes apparaissent dans les médias, elles sont cantonnées à des rôles bien spécifiques et assignées à des sujets clairement délimités. Ainsi, non seulement invisibles, différents groupes de population n'ont pas voix à de nombreux chapitres du débat démocratique ! C'est pourquoi le programme joint Union européenne / Conseil de l'Europe Médiante – Media en Europe pour une Diversité Inclusive – a fait le choix de se concentrer sur la capacité des médias et de leurs professionnels à inclure les diversités constitutives de nos sociétés contemporaines dans les processus de production, mais aussi de conception des contenus médiatiques, en particulier ceux participant de l'information à l'opinion publique. Situé dans le prolongement des recommandations du Conseil

de l'Europe sur le pluralisme des médias et l'expression de la diversité, des acquis de sa Campagne anti-discrimination 2008-2010 ou encore de son programme joint avec l'UE 2011-12 MARS – Media & Anti-Racisme dans le Sport, Médiante entend faire de la diversité et de la non-discrimination des angles récurrents de couverture médiatique. Par cette approche, Médiante veut encourager l'émergence de modes réellement inclusifs de construction et de production de contenus médiatiques. À l'issue du colloque « MEDIANE », le chantier de la diversité a été lancé à la RTBF. Pour marquer cet engagement dans l'application **d'une diversité inclusive dans nos programmes**, un chef de projet transversal a été désigné : il s'agit de Safia Kessas, déjà très impliquée dans le groupe de travail diversité créé en 2013. Sa mission est de mettre en place une stratégie de développement de la diversité à la RTBF pour capter un public le plus large et le plus divers possible et tendre ainsi vers une meilleure représentation de toutes les populations dans nos médias et dans notre entreprise.

MEDIALOG

Avec un regard à la fois détaché et complice, le magazine d'Éducation aux médias et de médiation de la RTBF vous entraîne en coulisses. **Thierry Bellefroid** fixe rendez-vous une fois par mois pour découvrir ce qui se passe de l'autre côté de l'écran, mais aussi le travail technique et éditorial qui se cache derrière chaque

émission radio / télévision. Il analyse ensuite, en plateau, des questions chaudes d'actualité, de déontologie, d'évolution médiatique qui viennent sur le tapis suite au traitement de l'information, au buzz d'une émission, et en présence d'invités qualifiés.



Thierry Bellefroid

LIBRE ÉCHANGE

Un rendez-vous en télévision fait par les étudiants, pour les étudiants.



Marlène De Wouters a notamment accueilli Guy Verhofstadt sur le plateau de Libre Échange

« Libre Échange », rassemble **250 étudiants** issus des différentes Universités et Hautes Ecoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles face à un invité de marque pour **débattre en toute liberté depuis le Parlement Européen**. Tout au long de l'année, « Libre Échange » et **Marlène De Wouters** ont ainsi reçu de nombreuses personnalités internationales issues du monde politique, culturel, scientifique,

artistique, médiatique ou encore économique: Hubert Reeves, Abdou Diouf, Jean Van Hamme, Barbara Hendricks, Ari Vatanen, François Englert, Guy Verhofstadt et Isabelle Autissier. Les étudiants, eux, ont pu questionner les invités sur leur histoire, leur parcours, leur vision du monde ou leurs passions lors de différents volets et ce, librement et sans préjugés.

VOISINS, VOISINES

« Voisins, voisines » s'est fait le relais de ces nombreuses associations qui font un travail remarquable de proximité, dans des quartiers le plus souvent défavorisés, accompagnant les habitants dans leur éducation à la citoyenneté. L'émission s'est intéressée à toutes les initiatives qui fleurissent autour de nous pour que l'on tende **vers une société plus homogène**, dans laquelle

chacun puisse trouver sa place et créer des liens avec les autres. Chaque numéro a présenté différents projets mis en place dans les quartiers à travers des films issus du VIDEP (Vidéo Éducation permanente) et du CVB (Centre Vidéo de Bruxelles), mais aussi issus des Télévisions du monde. **Carolyne Veyt** a proposé des interviews d'intervenants pour une meilleure compréhension.

ALORS, ON CHANGE!



Lucie Hiel

LE MAGAZINE
D'UNE SOCIÉTÉ
EN TRANSITION

Le magazine « Alors, on change! », l'émission de Philippe Pilate mise en œuvre avec les télévisions locales (No Télé, Télé MB, Canal Zoom, Canal C, TV Lux et Télé Vesdre ...) a traité d'une nouvelle façon de penser son quotidien personnel et professionnel, pour plus d'épanouissement. Chaque mois, « Alors, on change! » a proposé quatre reportages axés sur les témoignages de citoyens qui réagissent à la dérive globale avec des solutions originales et novatrices. Ces personnes ont raconté leur cheminement afin de faire partager au public leur expérience.

Présenté par **Lucie Hiel**, le magazine est revenu en septembre 2014 avec une émission consacrée aux « vacances durables ». En octobre, c'est un nouveau thème qui a été abordé: « Entreprendre autrement ». Avec quatre portraits d'entrepreneurs, soucieux des enjeux de la transition énergétique, l'émission a été réalisée avec Europe Refresh – Edition II, le salon du financement participatif. En novembre, Alors, on change! a proposé un numéro spécial consacré à la « désobéissance civile ».

ON N'EST PAS DES PIGEONS

Chaque jour de la semaine, en radio et en télévision, l'équipe de « On n'est pas des pigeons », le magazine d'information de La Une, décrypte les questions de société à l'aulne de la consommation.



Carolyne Veyt, Sébastien Nollevaux, Michaël Miraglia et Hubert Mestrez

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LES MAGAZINES

LA DIVERSITÉ DES GENRES ET DES PUBLICS

UN TALK-SHOW BELGE ANIMÉ PAR UN QUÉBÉCOIS



Dan Gagnon

AVEC PLUS DE
100
INVITÉS EN
PLATEAU

Avec son accent inimitable, Dan Gagnon a proposé un talk-show à l'américaine qui mêle humour et interviews. Un late show en public animé par le plus belge des québécois et le plus décalé des animateurs.

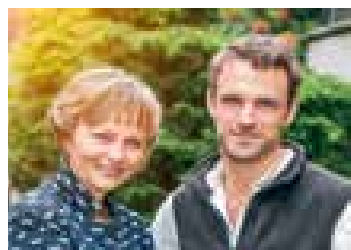
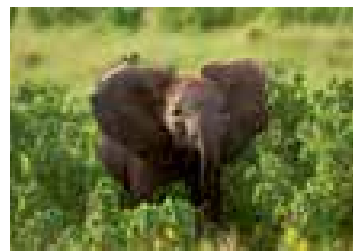
Farceur et facétieux, l'humoriste belgo-canadien rebondit sur l'actualité du monde des médias, de la culture et du web. Après un petit monologue dont Dan a le secret, il propose des sketches, des témoignages et reçoit ensuite ses invités pour des interviews décontractées, sur le ton de l'humour.

Pour sa première saison, **«Le Dan Late Show»** a reçu des personnalités belges mais aussi françaises. Ce sont des chanteurs, acteurs, comédiens, humoristes, journalistes, animateurs et sportifs qui

sont venus sur le plateau pour raconter leurs meilleures anecdotes. Dan Gagnon a eu l'occasion de s'entretenir avec, notamment, Matthew Irons, BJ Scott, le Grand Jojo, Milow, Charlie Dupont, Bert Kruismans, Kyan Khojandi mais aussi Pierre Kroll ou Jean-Michel Saive.

«Le Dan Late Show», ce sont également des prestations live, mais aussi l'occasion pour Dan de mettre en avant des jeunes talents issus du Kings of Comedy Club, une équipe dont il fait partie.

LE JARDIN EXTRAORDINAIRE



Claudine Brasseur et Tanguy Dumortier

L'année 2014 a été placée sous le signe du changement pour « **Le Jardin Extraordinaire** » avec l'arrivée d'un nouveau visage à la présentation. Après 22 années aux commandes, Claudine Brasseur a passé le relai à **Tanguy Dumortier**.

Nouveau générique, nouvel habillage, le rendez-vous du dimanche soir fait aussi la part belle à la production propre et aux sujets plus courts avec une autre forme de présentation proposée par Tanguy Dumortier.

UN GARS, UN CHEF!

Du lundi au vendredi, **Adrien Devyver** et **Gerald Watelet** ont été aux fourneaux pour concocter de savoureuses **recettes de saison, simples, authentiques et généreuses**. C'est souvent « l'éclate en cuisine » dans la bonne humeur, en musique et avec les chroniques d'Isabelle Masson

(éco-consommation), d'Eric Boschman (conseils vins/bières), de Julien Kaibeck (astuces bien-être), de Céline de Sart (diététique et nutrition) et de Nathalie Bruart (tendances culinaires).



Gerald Watelet et Adrien Devyver

69 MINUTES SANS CHICHIS

Pour la troisième saison, le talk-show présenté par **Joëlle Scoriels** et ses acolytes a proposé des entretiens étonnants, émouvants et pétillants. Joëlle est accompagnée d'**Adrien Devyver**, qui allie le charme et le punch, de **Dan Gagnon**, qui combine la fraîcheur de l'humour nord-américain avec la grâce du Vieux Continent, et de **Guillermo Guiz**, qui mêle humour cash et sincérité. Toutes les deux semaines, Joëlle passe la soirée en direct avec un invité dans le but d'en savoir davantage sur sa personnalité.

Des surprises, des confidences, des défis, des souvenirs, des blagues et des projets tressent ces soirées émouvantes ou piquantes mais toujours bienveillantes. Et que ce soit Elio Di Rupo, Delphine Boël, Monseigneur Leonard, Jérémy Ferarri, Bénabar, Bastian Baker, Pierre Marcolini ou Jean-Michel Saive, ça reste toujours une soirée sans chichis!

10 ANS DE BELGODYSSÉE

Pour la dixième année consécutive, le concours organisé par le Fonds Prince Philippe a mis en lumière le travail de jeunes journalistes belges, au-delà des frontières linguistiques.



Adrien Joveneau

Les vainqueurs de l'édition 2014 étaient Mariam Alard pour la RTBF, avec un reportage sur un couple mixte de Wemmel, et Nikeli De Ceuninck pour la VRT, avec un reportage sur le restaurant étoilé Comme Chez Soi à Bruxelles et le couple Pierre Wynants et Marie-Thérèse Dossche. Pour cette édition anniversaire, le roi Philippe était présent dans les locaux de la RTBF à Bruxelles pour remettre le prix aux deux journalistes. Née

en 2004 à l'initiative d'Adrien Joveneau, la Belgodyssée a déjà mis en avant les talents de plus de **160 étudiants** en journalisme. L'objectif de l'opération: **la découverte, la citoyenneté, l'ouverture à l'autre Communauté**, l'établissement de contacts au-delà des frontières linguistiques et la volonté d'informer les auditeurs et les lecteurs sur ce qui se passe dans les autres Communautés de notre pays.

LE BEAU VÉLO DE RAVEL

En plus d'accompagner les jeunes talents journalistes de notre pays, c'est à la découverte des communes de Wallonie et de Bruxelles et à vélo qu'Adrien Joveneau a emmené les auditeurs et téléspectateurs de VivaCité et de La Une pour une 16^e édition du « Beau Vélo de RAVEL ».

Du 28 juin au 21 septembre, treize étapes ont rassemblé petits et grands pour ce concept d'émission unique avec de nombreux invités et des découvertes du patrimoine de nos régions.



Adrien Joveneau dans « Le Beau Vélo de RAVEL »

LES BELGES DU BOUT DU MONDE

Plus loin encore, c'est aux quatre coins du monde qu'**Adrien Joveneau** a étendu la découverte avec « **Les Belges du bout du monde** ». Chaque semaine en radio sur La Première et en fin d'année en télévision sur La Une, l'émission est partie à la rencontre de nombreux Belges partis tenter l'aventure d'une vie différente à l'autre bout de la planète.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LE DIVERTISSEMENT

NOUVEAUTÉS
ET ÉMOTIONS

THE VOICE SAISON 3



« The Voice saison 3 », les coaches

L'année a aussi été marquée
par le retour de The Voice Belgique
avec une troisième saison riche en show,
en émotions et en nouveautés.

109
TALENTS AUX BLIND
AUDITIONS

1 350
PERSONNES
AUDITIONNÉES

Qui dit nouvelle saison, dit **nouvelle recrue**. Après deux saisons pour BJ Scott, une pour Natasha St Pier et Marc Pinilla, c'est le jeune chanteur suisse de 22 ans **Bastian Baker** qui a rejoint l'équipe des coaches pour cette nouvelle saison de The Voice Belgique. Un succès à l'écran mais aussi sur le web et les réseaux sociaux. Pour cette édition, d'autres nouveautés ont été apportées à l'émission.

D'abord, l'audition en **« Blind total »**, où, comme son nom l'indique, les téléspectateurs et les coaches ne voient rien du talent candidat. Celui-ci chante derrière un kabuki, sorte de rideau qui l'entoure et qui tombe à l'issue de sa prestation. Ensuite, **l'aventure du 5^e coach**, était à vivre sur le web et permettait aux internautes de constituer leur équipe

et peut-être remporter le privilège d'assister à la finale en VIP. La troisième saison de « The Voice » comptait beaucoup de belles voix, mais surtout de nombreuses personnalités.

Afin de devenir The Voice 2014, 109 talents se sont disputés les places disponibles dans les quatre équipes avec l'objectif d'être coachés par un artiste de renom. Après les blind auditions, les duels et les lives riches en émotions et en découvertes, c'est finalement le militaire liégeois **Laurent Pagna**, talent de Natasha St-Pier, **qui a remporté la Finale de la 3^e saison** de The Voice Belgique avec 52% des votes du public!

ÇA N'ARRIVE PAS QU'AUX AUTRES

100%
BELGE



Maureen Louys et ses invités en plateau

Nouveau divertissement à la RTBF, «Ça n'arrive pas qu'aux autres» a consisté en trois rendez-vous de deux heures avec Maureen Louys et des caméras cachées 100% belges inédites.



Maureen Louys

DUELS EN CUISINE, UN NOUVEAU CONCEPT CULINAIRE

Dans «Duels en cuisine», six duos d'amateurs ont transformé leur maison en véritable restaurant le temps d'une soirée.

Héritière de «Comme un Chef !», une nouvelle compétition culinaire a été présentée sur La Une: «Duels en cuisine». **Leur mission?** Se battre contre le temps, car ils n'ont droit qu'à trois petites heures pour préparer un menu trois services et mettre à l'honneur le terroir belge.

Chaque duo devait être jugé par ses adversaires et par **deux chefs étoilés: Pascal Devalkeneer** (Le Chalet de la Forêt, à Bruxelles) et **Julien Lahire** (Le Moulin Hideux, à Noirefontaine). Au bout de neuf semaines, il n'est resté qu'un seul vainqueur.



Pascal Devalkeneer et Julien Lahire



3h

POUR
UN MENU
TROIS
SERVICES

OUFTIVI A FAIT PEAU NEUVE EN 2014!

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LA JEUNESSE

OUftivi, c'est le label jeunesse de la RTBF
qui se décline dans tous les médias : une télé, un site web,
une radio, des événements, une offre 360° à destination
des enfants de 3 à 12 ans.



C'est une chaîne dans la chaîne, diffusée sur La Trois et déclinée sur internet, qui propose une offre de qualité, sans publicité, qui va à la rencontre de tous les publics.

À l'occasion de son **4^e anniversaire**, **OUftivi** a décidé de relooker son site internet pour devenir **« responsive »** et donc adapté à tous les supports : tablettes, smartphones et ordinateurs. Avec un contenu enrichi, OUftivi offre ainsi encore plus de vidéos et de jeux pour les enfants, un programme télévision plus clair et détaillé et une distinction plus importante entre l'espace « petits » et « grands ». D'ailleurs, pour les 3 à 6 ans, une page reprend les

contenus qui leur sont spécifiquement dédiés, comme un point de repère dans le site dont l'ergonomie a aussi été revue. Mais la grande innovation, c'est l'apparition de la **WEBtivi** avec des thématiques à certains moments de l'année, comme Halloween, Noël ou Pâques.

OUftivi s'est donc transformé mais reste toujours totalement sécurisé, **sans liens externes** et **sans publicité**. Une priorité « non négociable » pour la RTBF.

UNE OFFRE
360° POUR
LES ENFANTS
DE 3 À 12 ANS

LA GRANDE INNOVATION,
C'EST L'APPARITION
DE LA WEBTIVI

LES COLLABORATIONS

La RTBF participe ainsi à la dynamisation du secteur.

En 2014, les coproductions ont permis à plusieurs courts, moyens et longs métrages ainsi que différentes séries de voir le jour.

En 26 minutes, **«La bûche de Noël»** nous a replongés dans l'ambiance décalée de «Panique au village» avec ses personnages typiquement délicieux: Cheval, Cow boy, Indien, Jeannine, Steven et Jean-Claude.

Toujours en moyen métrage, **«Le vent dans les roseaux»** nous a emmenés dans l'aventure poétique et musicale d'Eliette, six ans. Habitante d'un pays où toute musique est interdite, sa rencontre avec un troubadour la convainc d'entraîner le peuple de son pays à se libérer de la tyrannie.



«La bûche de Noël»

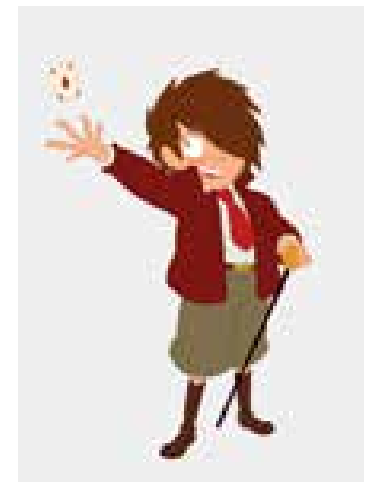
UNE SÉRIE CULTE DES ANNÉES 80

Cette série fait découvrir aux plus jeunes l'histoire du magicien d'Houdini dans le New-York du XIX^e siècle.

LITTLE HOUDINI



«Les mystérieuses cités d'or»



LA RTBF, VIA SON LABEL JEUNESSE, COPRODUIT CHAQUE ANNÉE DE NOMBREUSES SÉRIES JEUNESSE

Dans un autre style et en 52 minutes cette fois, **«Little Houdini»** a fait découvrir aux plus jeunes l'histoire du magicien d'Houdini dans le New-York du XIX^e siècle.

Deux séries jeunesse ont également été coproduites par la RTBF. La bande dessinée éponyme, **«Petit poilu»** a été déclinée en 78 épisodes de 7 minutes et **«Les mystérieuses cités d'or»**, série culte des années 80 a fait son retour pour une troisième saison de 23 épisodes.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LES DOCUMENTAIRES

DES RENDEZ-VOUS MULTIPLES



« Fenêtre sur doc – i comme iran »

La RTBF, seule chaîne généraliste en Belgique francophone à coproduire à grande échelle du documentaire, s'est fixé pour ambition de refléter toutes les tendances vivaces en Wallonie et à Bruxelles, tout en évitant tout phénomène de ghettoïsation.

C'est ainsi qu'on trouve dans les grilles de programmation de la RTBF des cases visant un large public, comme celle du mercredi sur La Une en seconde partie de soirée, consacrée à des films d'investigation, de consommation, de société et de géopolitique au sens large, ou encore la case récemment inaugurée dédiée aux documentaires historiques (« Retour aux Sources », le vendredi

sur La Une). Ou encore les cases du vendredi en prime time **consacrées au patrimoine**. Ces cases hebdomadaires accueillent aussi bien des achats internationaux que des coproductions.

Et entre ces rendez-vous réguliers, viennent se nicher (en prime time ou en second rideau) de nombreux documentaires événementiels, liés aux manifestations qui ont ponctué 2014, dans des registres très contrastés : le centenaire de la Grande Guerre, la commémoration du génocide rwandais, le cinquantième anniversaire de l'immigration marocaine en Belgique, mais aussi le Mondial de football, les 70 ans de la Libération de Bruxelles en septembre, ou encore les élections régionales, fédérales et européennes en mai, qui revêtaient une dimension particulièrement aigüe en Belgique. Chacun de ces événements a fait l'objet d'approches originales, décalées, soucieuses d'éclairer ces phénomènes hyper médiatisés sous un jour nouveau. À l'autre extrémité du spectre, la case estivale « Fenêtre sur Doc », le mercredi en prime time sur La Trois, a diffusé huit à dix documentaires de création. Il s'agit de documentaires développant un point de vue personnel, dans une écriture libre et novatrice. Cette année a abordé, entre autres, des territoires aussi excentrés que la performance filmée ou le « found footage ». La priorité était accordée aux créateurs de notre Communauté. De même, la case « Quai

des Belges », sur ARTE Belgique, propose chaque mois un documentaire, témoignant du foisonnement créatif et culturel en Belgique. Au fil des ans, s'est élaborée une galerie de portraits de nos grands créateurs et mouvements culturels, actuels ou passés.

Tous les formats sont représentés, essentiellement en **52 minutes ou en longs métrages**, avec des ouvertures sur quelques déclinaisons de séries en 26 minutes (plusieurs sont en développement ou finition, et seront à l'antenne la saison prochaine), voire des capsules courtes. Le point commun de ces divers formats est de ne jamais déroger à une approche et une écriture documentaires. De multiples débats sont (comme toujours) en cours sur la définition du documentaire. Nous avons fait le choix de ne nous fermer a priori à aucun style, qu'il s'agisse du docu-fiction, du recours à l'animation, de l'investigation journalistique ou de la grande tradition du cinéma du réel.

Un dernier mot pour mentionner les collaborations précieuses avec le Centre du Cinéma de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les ateliers de production, des institutions comme Wallimage et Bruxellimage, nos partenaires flamands et internationaux (ARTE en particulier), et surtout pour remercier les auteurs et producteurs, ces combattants infatigables du documentaire.

SACRÉE CROISSANCE!



« Sacrée croissance! »

UN NOUVEAU DOCUMENTAIRE SUR LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Après «Le monde selon Monsanto», «Notre poison quotidien» et «Les Moissons du futur», Marie-Monique Robin est revenue sur les antennes de la RTBF (La Une) avec **un nouveau documentaire sur la croissance économique**. «Le retour de la croissance»: n'y a-t-il pas mieux que cette incantation pour répondre à la crise (économique, financière, écologique)? Peut-on continuer d'imaginer une croissance illimitée, alors que les ressources naturelles de la planète sont limitées? C'est à ces questions que «Sacrée croissance!» a tenté de répondre, en mettant en avant des alternatives éprouvées. Ils sont en effet de plus en plus nombreux, les «lanceurs d'avenir» (comme on parle de «lanceurs

d'alerte»), qui estiment qu'il faut sortir du modèle de la croissance illimitée, reprendre le contrôle de la production alimentaire, de l'énergie, et de l'argent. Au Nord comme au Sud, les expériences fleurissent et se répondent. Parfois soutenues par les élus locaux, elles dessinent un nouvel idéal économique, respectueux des limites de la planète, et soucieux d'augmenter la résilience des territoires pour affronter les difficultés à venir (réchauffement climatique, épuisement des ressources fossiles, crises financières). «Sacrée Croissance!» a alterné les expériences concrètes et la parole des experts qui se conjuguent pour tracer les voies de la transition vers la société post-croissance.



« Sacrée croissance! »

SACRIFICE

DU DÉBARQUEMENT À LA LIBÉRATION DE PARIS



« Sacrifice »



À l'occasion du **soixantième anniversaire du débarquement de Normandie**, la RTBF a proposé une émission spéciale avec le documentaire **d'Isabelle Clarke et Daniel Costelle** intitulé «Sacrifice». Ce film, mis en couleurs et réalisé au départ d'images exceptionnelles souvent inédites, réunissait les acteurs de ce débarquement dans un récit en temps réel. Avec les voix de **Kristin Scott Thomas et Lambert Wilson**.

LE CASSE DU SIÈCLE

En août 1963, le train postal Glasgow-Londres est attaqué par un gang de 15 personnes. Plus de 50 ans plus tard, **Chris Long**, le producteur de la série du «Mentalist», décide de raconter **l'histoire rocambolesque de ce casse du siècle**, grâce à l'interview du dernier survivant du gang. À 84 ans, Gordon

Goody dévoile, pour la première fois, tous **les secrets de ce hold-up**, y compris l'identité du véritable cerveau du gang. L'information a ainsi fait les gros titres de la presse britannique avant de devenir un documentaire-fiction sur La Une en octobre.



« Le casse du siècle »

COUPS DE Foudre

À l'occasion de la journée internationale pour l'élimination de la violence faite aux femmes, La Une a diffusé «Coups de foudre», un documentaire édifiant qui donne la parole à celles qui ont subi les coups d'un mari ou d'un compagnon. Sans fard et sans tabou, cinq femmes ont raconté l'histoire d'un amour qui a viré au cauchemar.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LA FICTION

L'OFFRE LA PLUS DIVERSIFIÉE

Des grands succès du cinéma américain et européen aux films d'auteur, en passant par les séries les plus suivies, la RTBF offre une large place à la fiction sur ses chaînes de télévision.



Skyfall

393

LONGS MÉTRAGES

diffusés en 2014

174

COURTS MÉTRAGES

diffusés en 2014

Page de gauche: Déborah François dans «Populaire»

Le lundi soir, la Séance VIP offre deux films pour le prix d'un aux téléspectateurs de La Une désireux de profiter du cinéma en famille. En 2014, La Une a ainsi rassemblé près de **600.000 téléspectateurs devant «Skyfall»** et de nombreux autres devant «Astérix et Obélix, au service de sa majesté», «Le Prénom», «Sherlock Holmes, jeu d'ombres», «Populaire», «The Lady», «Inglourious Basterds» ou encore «Lovely Bones». La programmation fiction de La Deux et de La Trois a quant à elle joué la carte de la complémentarité. Avec des cycles sur plusieurs semaines, La Deux a fait revivre les grandes sagas du cinéma avec les six long métrages des aventures de Rocky Balboa, **la trilogie Ocean's de Steven Soderbergh** ou encore cinq épisodes des aventures de **James Bond**. De son côté, La Trois a fait la part belle au cinéma d'auteur, à la fiction en version originale et à l'actualité du **7^e art** en proposant notamment des programmations spéciales à l'occasion du **Festival de Cannes, du Festival du Film Fantastique de Bruxelles (BIFFF)** et de la cérémonie des **Magritte du cinéma**. Ces moments ont été l'occasion pour la RTBF de mettre à l'honneur des talents belges du cinéma. Tout au long de l'année, les séries proposées sur La Une, La Deux et La Trois ont, elles aussi, rassemblé un large public, amené les téléspectateurs à mieux connaître

certaines personnes et à en rencontrer de nouveaux. Les séries américaines ont suscité l'intérêt avec **«The Mentalist»** comme figure de proue. Alors que la quête de Patrick Jane arrivait à son terme dans la sixième saison de «The Mentalist», d'autres séries à succès se sont poursuivies avec de nouvelles saisons de «Person of Interest», «The Following», **«Game of Thrones»**, «Franklin & Bash» ou encore «In Treatment». Des nouveautés ont également fait leur apparition comme «Suburgatory», «Revolution», «Hostages», «Borgia» et «House of Cards». De leur côté, les séries françaises n'ont pas manqué à l'écran en 2014 avec de nouvelles saisons et la suite de «Clem», «Joséphine, ange gardien», «Plus belle la vie», «Une famille formidable», «Fais pas ci, fais pas ça» et «Le sang de la vigne».

54,84%

D'ŒUVRES
DE FICTION
EUROPÉENNES
DIFFUSÉES EN 2014

WEBSÉRIES

Au printemps, RTBF Interactive lançait un appel à projets webséries afin d'offrir aux jeunes créateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles des moyens de production et un espace de diffusion web. Au total, RTBF Interactive a reçu 40 projets! De quoi démontrer la demande démesurée et l'enthousiasme considérable pour la création de nouveaux formats.



Sophie Berque

Avec l'appel à projets webséries, **première initiative** lancée par la **cellule Webcréation** (dirigée par Sophie Berque), l'objectif était de **stimuler la production francophone sur le web** et d'aider une nouvelle génération de producteurs à se faire remarquer. Parmi les 40 dossiers reçus, cinq ont été présélectionnés, « Euh », « L'Arche de Joé », « Le 9^e mois », « Le Monde de Karla » et

UN APPEL À PROJETS QUI A PORTÉ SES FRUITS

« Rendez-vous insolites ». Chacun de ces cinq projets a disposé d'une enveloppe de 10.000 euros pour produire un premier épisode. La suite, c'est le public qui l'a décidée. **Un concours** sur les réseaux sociaux a déterminé le gagnant. La websérie « Euh », s'est vue attribuer **100.000 euros** pour sa production et la diffusion de l'ensemble de la série sur les plateformes de la RTBF.

40
PROJETS SOUMIS
À RTBF INTERACTIVE



La websérie « Euh » a remporté le premier appel à projets webséries

TYPIQUE

2
PRIX

DU PUBLIC DÉCERNÉS AU FESTIVAL DE LA ROCHELLE ET AU SWISS WEB FESTIVAL



« Typique »

Typique, c'est l'histoire de Max, étudiant typique, et de sa bande de potes. Ils traversent des galères, des angoisses, mais aussi des moments de bonheur, d'amitié et d'espoir. Le tout teinté d'une grosse dose d'humour et d'autodérision.

Au début du mois de novembre, la websérie Typique est donc revenue sur les plateformes interactives de la RTBF avec le lancement de sa **3^e saison**. La série a reçu, en 2014, deux prix du public décernés au festival de la Rochelle et au Swiss web festival. C'est l'engagement de la communauté web qui fait de Typique ce qu'elle est aujourd'hui, mais également son interactivité et sa dimension transmédia.

III

PRÉSENTATION DE L'OFFRE

LES COPRODUCTIONS

RTBF
la **FIERTÉ**
de coproduire

UN ACTEUR MAJEUR

LES SÉRIES BELGES



« **Esprits de famille** » est la première série née du Fonds destiné au développement et à la production de séries belges.

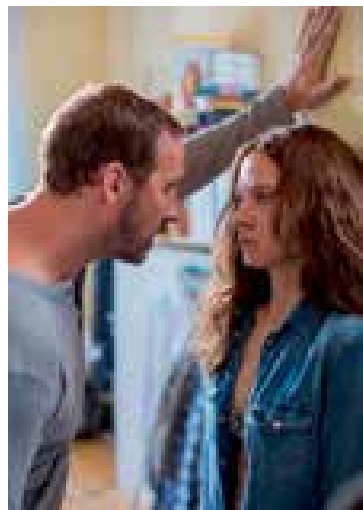


En 2004, la RTBF lançait « **Septième Ciel Belgique** ». Les deux saisons de cette première série belge furent rapidement suivies de deux autres productions : « **Melting Pot Café** » et la série judiciaire « **A tort ou à raison** ». En juillet 2013, la RTBF lance avec la **Fédération Wallonie-Bruxelles un Fonds destiné au développement et à la production de séries belges** francophones. La création de ce fonds vient du constat que, chaque année, le montant pouvant être investi dans la fiction ne suffit pas pour pérenniser un programme à l'antenne. De plus, ce montant annuel rend la production fragile en raison des collaborations qu'il exige. Dans ce contexte, la RTBF et la Fédération Wallonie-Bruxelles ont décidé **d'unir leurs efforts pour amorcer un mouvement** qui participe à la création d'un fonds suffisant pour faire de la série belge un élément récurrent de la grille et fidéliser le téléspectateur. L'ambition de la RTBF, scellée dans son contrat de gestion, se voit à présent renforcée par la mise en œuvre d'un studio spécifique à Liège (le studio 41 de Média Rives) et par une convention passée avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, laquelle doit permettre

l'élargissement de l'assiette financière à destination de la production locale, sur base également de collaborations avec Wallimage et le Pôle Image de Liège. Dans la foulée de cette convention, un 2^e appel à projets plus restreint, dans les genres de séries est lancé en juin 2014. « **Esprits de famille** » de Jean-Luc Goossens (Stromboli Pictures), la première série née de ce Fonds est arrivée sur nos antennes en décembre 2014. Six autres séries sont actuellement en développement : « **Ennemi public** » d'Antoine Bours, Matthieu Frances, Gilles de Voghel et Christopher Yates (Playtime Films), « **Invisibles** » de Mehdi Husain & Pierre Puget (Be-Films), « **La trêve** » de Stéphane Bergmans, Benjamin d'Aoust et Matthieu Donck (Hélicotron), « **Geek et Fic** » de Annie Carels, Julie Bertrand et Charlotte Joulia (Left Field Ventures), « **Ouesterne** » de Jérémie Bidet et Jonathan Becker (El Ardilla Spri) et « **Les pionniers** » de Sophie Kovess-Brun, Erwan Augoyard et Christophe Beaujean (To Do Today Productions).

LES TÉLÉFILMS ET SÉRIES ÉTRANGÈRES

Fidèle à sa politique de coproduction, la RTBF poursuit ses accords avec des chaînes et des producteurs étrangers, essentiellement français.



«L'Emprise»

Ces coproductions assurent une priorité de diffusion sur les chaînes françaises ainsi que des droits de rediffusion sur 15 ans.



«Clem», la série familiale

Les séries «**Une famille formidable**», «**Clem**» et «**Doc Martin**» sont devenues au fil des saisons des «classiques» dans lesquelles la RTBF investit. Ce sont des séries familiales dans le registre de la comédie qui récoltent de très belles audiences. Plus récemment, la RTBF a également coproduit une collection, les «**Meurtres à...**», qui permet aux téléspectateurs de retrouver de grands noms du petit écran comme Ingrid Chauvin, Bruno Wolkowitch, Bruno Madinier, Clémentine Célarié dans des intrigues passionnantes. Et le public est à chaque fois au rendez-vous. Parmi les téléfilms coproduits en 2014 par la RTBF, citons également «**La malédiction de Julia**», un suspense avec Corinne Touzet,

«**Marie Curie, une femme sur le front**», un téléfilm historique d'Alain Brunard ou tout récemment «**L'Emprise**», drame sur la violence conjugale avec Odile Vuillemin.

Toutes ces coproductions nous assurent une priorité de diffusion sur les chaînes françaises ainsi que des droits de rediffusion sur 15 ans. C'est ainsi que les téléspectateurs retrouveront par exemple Pierre Arditi dans la série «**Sauveur Giordano**» ou Véronique Genest dans les «**Julie Lescaut**».

LE CINÉMA

S'il est une vitrine dont la RTBF peut être fière, c'est bien celle de ses coproductions Cinéma.

En coproduisant en moyenne une grosse **dizaine de films par an**, la RTBF voit son nom associé à des films belges (majoritaires) et étrangers (minoritaires) qui sont en permanence sélectionnés et récompensés dans les grands festivals belges et internationaux.

En 2014, épinglons «**Deux jours, une nuit**» de Jean-Pierre et Luc Dardenne et «**Pas son genre**» de Lucas Belvaux, et aussi des films d'animation comme «**Ernest et Célestine**» de Benjamin Renner, Vincent Patar et Stéphane Aubier

et «**Loulou, l'incroyable secret**» d'Eric Omond. Nos coproductions se sont vues saluées tant par des prix de la critique que des prix du public.

Pour ouvrir le public au cinéma belge, les chaînes de la RTBF proposent régulièrement dans leurs grilles des films coproduits en ouverture de soirée ou en ciné-clubs, mais aussi lors de soirées thématiques comme celles programmées ces dernières années sur La Trois pour encadrer la cérémonie des Magritte sur les sorties 2015.



Les Rayures du Zèbre de Benoît Mariage

LES MAGRITTE DU CINÉMA BELGE

13
PRIX POUR NOS
COPRODUCTIONS
RTBF

DEUX JOURS, UNE NUIT

de **Jean-Pierre et Luc Dardenne**

- Magritte du Meilleur Film, du Meilleur réalisateur et du Meilleur comédien pour Fabrizio Rongione.
- Prix Lumière du Meilleur Film francophone
- Sélectionné dans la catégorie Meilleur Film étranger aux César
- Marion Cotillard sélectionnée dans la catégorie Meilleure comédienne aux Oscar



MARINA

de **Stijn Coninx**

Magritte du Meilleur Film flamand, des Meilleurs décors et des Meilleurs costumes

PAS SON GENRE

de **Lucas Belvaux**

Magritte de la Meilleure comédienne pour Emilie Dequenne
Magritte du Meilleur scénario et du Meilleur son

LES RAYURES DU ZÈBRE

de **Benoît Mariage**

Magritte du Meilleur espoir masculin pour Marc Zinga

JE TE SURVIVRAI

de **Sylvestre Sбилle**

Magritte de la Meilleure première œuvre

BABY BALLOON

de **Stefan Liberski**

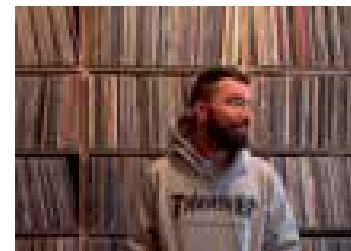
Magritte du Meilleur espoir féminin pour Ambre Grouwels

PUPPY LOVE

de **Delphine Lehericcy**

Magritte de la meilleure musique originale

UN PARTENARIAT AVEC ARTE



«Babel Express» est partie à la rencontre de LeFtO derrière ses platines

En 1993, la RTBF a été, ce qu'elle reste encore aujourd'hui, la première chaîne partenaire associée d'Arte G.E.I.E.



«Babel Express» s'est également intéressée au groupe Moderat

«Babel Express» une vision tendre et subjective de l'activité culturelle étonnante et parfois décalée agitant la Belgique.

500 000
EUROS PAR AN
PERMETTENT À LA RTBF
D'INITIER AVEC
LA CHAÎNE ALLEMANDE
DES PROGRAMMES
DOCUMENTAIRES

arte
BELGIQUE

Des accords de coproduction à hauteur d'environ 500.000 euros par an permettent à la RTBF d'initier avec la chaîne allemande et des producteurs indépendants belges des programmes documentaires à destination des différentes cases de la grille de télévision réservées à ce genre. Parmi la dizaine de projets concrétisés en 2014, retenons «Babel Express», un documentaire en huit épisodes. Il offre une vision tendre et subjective de l'activité culturelle étonnante et parfois décalée agitant la Belgique, un pays devenu incontournable au niveau européen en matière

d'art et d'inventivité. Originale et intrigante, cette série de Valéry Rosier et Tanguy Cortier a témoigné de l'énergie créative comme fil rouge de l'ensemble des œuvres proposées.

De «Oui mais non, le compromis à la belge» de Marie Mandy au «Complexe du kangourou» de Sarah Moon Howe en passant par «Looking for Europe» d'Olivier Malvoisin et «Quand je serai dictateur» d'André Yaël.

La collaboration avec Arte s'est aussi assortie d'une visibilité renforcée pour le Concours Reine Elisabeth et le Festival Musiq'3.

LE SOUTIEN À LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE INDÉPENDANTE

En 2014, près de 70 films ont fait l'objet de partenariats RTBF à leur sortie en salles, soit 85 avant-premières organisées à Bruxelles et en Wallonie.

(Liège, Namur, Mons, Charleroi, Louvain-la-Neuve...)



Jean-Pierre et Luc Dardenne

DES AVANT-PREMIÈRES
EXCLUSIVES RÉSERVÉES
À SES AUDITEURS
ET TÉLÉSPECTATEURS

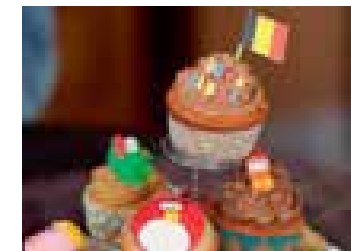
400
FILMS DISTRIBUÉS
DANS LES SALLES
BELGES CHAQUE
ANNÉE

Parmi les quelques **400 films distribués en salles belges chaque année**, les partenariats sont négociés avec les distributeurs en fonction de leur potentiel à renforcer l'identité et la notoriété des chaînes de la RTBF auxquelles ils seront associés. Ils reflètent la diversité de notre offre 360° de la RTBF, avec une attention particulière, mais pas exclusive pour les coproductions RTBF et les futures acquisitions en télévision. Outre la couverture éditoriale dans

ses magazines culturels et d'information, qui restent totalement indépendants, la RTBF octroie de la visibilité aux films partenaires sous forme de spots promotionnels et d'avant-premières exclusives réservées à ses auditeurs et téléspectateurs.

LES COLLABORATIONS

Les collaborations belges ou internationales de la RTBF sont multiples et peuvent prendre plusieurs formes. La plus évidente concerne l'ensemble des acteurs de la production audiovisuelle belge francophone.



«1001 Belges»

LA RTBF NOUE
DE NOMBREUSES
COLLABORATIONS
AU TRAVERS DE
PARTENARIATS
INTERNATIONAUX

De nombreuses émissions dites de flux en télévision sont coproduites, sans relever strictement de la fiction ou du documentaire. Dans des genres bien différents, **«Une brique dans le ventre»**, **«Le beau vélo de Ravel»**, **«Matière grise»**, **«Ça n'arrive pas qu'aux autres»** ou **«1001 Belges»** participent ainsi à l'établissement de synergies fortes avec un secteur riche de sa diversité.

Celle-ci se retrouve également dans les **huit cents partenariats** que la RTBF conclut avec des institutions ou des événements exceptionnels ou récurrents. **Festivals de musique**, ou de **cinéma**, concerts et expositions, salons et saisons, foires ou fêtes, les radios et télévisions de la RTBF soutiennent ainsi une multitude d'initiatives qui participent à la vie culturelle, sociale et associative en Wallonie et à Bruxelles.

D'autres collaborations existent encore, notamment avec d'autres acteurs de l'audiovisuel belge francophone ou internationaux. Il s'agit des télévisions locales avec lesquelles des échanges éditoriaux, la mutualisation de moyens et des projets industriels ont été plus que jamais à l'ordre du jour. Il est question de la presse écrite, aussi, avec des colla-

borations structurelles ou ponctuelles, le plus souvent à vocation éditoriale. Il doit être fait mention enfin des liens avec le Pôle Image de Liège, de Keywall ou Dreamwall à Charleroi, de Twist ou de Cionet à Bruxelles et du rôle de levier que l'entreprise publique peut jouer dans le développement de nouvelles compétences audiovisuelles dans l'univers digital. Par ailleurs, la RTBF noue de nombreuses collaborations au travers de partenariats internationaux que permettent la CTF, Euronews, le Cirtef, Arte, TV5 ou les RFP. Parmi celles-ci, celles développées avec l'UER sont évidemment les plus importantes car portant tout aussi bien sur l'échange de programmes que d'expériences, quel qu'en soit le média.

Retenons enfin l'exemplarité de l'aide à la création radiophonique qui concrétise par plusieurs heures de programmes le lien qui unit la RTBF et les auteurs de Wallonie et de Bruxelles.



Dans «Matière grise», Patrice Goldberg part à la découverte du monde scientifique

IV

MÉDIATION

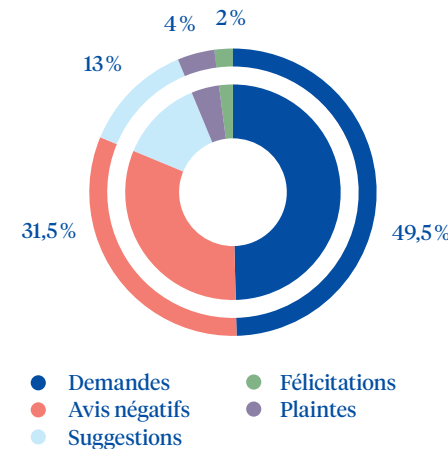


LES PUBLICS DE LA RTBF

Si, statistiquement, les réactions reçues à la médiation ne peuvent être considérées comme représentatives de l'ensemble des Belges francophones, elles n'en sont pas moins significatives.

4 978
DOSSIERS ONT ÉTÉ TRAITÉS PAR LE SERVICE DE MÉDIATION

Parce qu'ils expriment des ressentis ou des incompréhensions, parce qu'ils indiquent des souhaits et révèlent des manques de communication, les courriels et courriers des publics participent ainsi à l'amélioration des services de la RTBF. Ils permettent par ailleurs l'évaluation de ces services, aux côtés des posts sur les réseaux sociaux et des commentaires sur les sites internet, aux côtés des sondages qualitatifs et quantitatifs du département des études de la RTBF.



Les téléspectateurs, auditeurs et internautes s'adressent majoritairement à la RTBF pour effectuer **une demande précise** (49%) à propos d'une émission ou **d'un problème technique**, pour émettre un **avis critique** (31%) sur le traitement de l'information, l'offre médias, la qualité des programmes et de la programmation.

C'est le journal télévisé qui suscite le plus de courriers, tous types de réactions confondues. Si les demandes s'attachent essentiellement à un complément d'information, les avis qui parviennent à la médiation en matière d'information interpellent sur l'indépendance de la rédaction, la vérification des faits, les sources, les choix éditoriaux et la hiérarchisation des sujets. Les questions d'orthographe et de grammaire dans les titres et sous-titres du journal télévisé, ainsi que dans les articles du portail info engendrent également des réactions. Les choix éditoriaux concernant la couverture de l'actualité sportive, en télévision surtout, font aussi réagir les publics de la RTBF. Ils mettent notamment en avant l'importance donnée au football et le manque d'attention accordée aux autres sports. Les questions techniques liées à la catch up (télévision de rattrapage) et au livecenter (streaming) parviennent à la médiation, qui joue l'intermédiaire entre les usagers et les équipes techniques de la RTBF: problèmes de chargement des vidéos, images saccadées, géolocalisation, difficulté lors de la recherche sur le site vidéo, etc. La télévision numérique terrestre (TNT) a suscité de nombreuses réactions en 2014. L'incendie criminel qui a frappé une antenne du site d'émetteurs de Wavre a provoqué de sérieuses perturbations pour la réception TNT et la réception radio. Les réparations temporaires se sont effectuées en plusieurs étapes. Certaines localités du Brabant wallon ont dès lors connu des perturbations durant de nombreux mois. Les demandes de copies d'émissions, récentes ou plus anciennes, diminuent un peu en 2014. Nous en avons reçu 284. Celles qui concernent le partenariat ou le sponsoring ont fortement augmenté, en raison des contacts pris avec la RTBF pour la diffusion sur grands écrans, dans les cafés, clubs de foot, événements divers, des matches de la Coupe du Monde de football. Enfin, l'offre globale de la RTBF, la programmation et le respect des horaires suscitent de nombreuses questions, mais aussi des opinions critiques quand les changements de grille, nouvelle émission, déprogrammation de séries, etc. viennent perturber les habitudes des auditeurs, téléspectateurs et internautes.



ACCESSIBILITÉ DES PROGRAMMES

UNE ACCESSIBILITÉ CROISSANTE

365

JOURNAUX
TÉLÉVISÉS
EN LANGUE
DES SIGNES

Chaque année, la RTBF assure une accessibilité croissante à ses programmes grâce au sous-titrage et à la traduction gestuelle d'une grande diversité de productions propres et d'achats.



1 412

HEURES
SOUS-TITRÉES

Avec un volume total de **1.412 heures sous-titrées** en 2014, la RTBF a couvert de très larges domaines et de nombreuses émissions en direct. Les journaux télévisés de 19h30, les éditions spéciales, la soirée électorale et la météo du soir ont été sous-titrés en direct, tout comme la soirée de clôture de CAP48 et les documentaires diffusés à cette occasion. De plus, les journaux de 19h30, les éditions spéciales ainsi que l'information pour les jeunes, les Niouzz, ont été également accessibles en traduction gestuelle. Par ailleurs, des séries et longs métrages tels que **«The Mentalist»**, **«Game of thrones»**, **«House of cards»**, **«Clem»**, **«Le Tableau»**, **«300»**,

«De rouille et d'os» ou encore **«Le Sang de la vigne»** ont été proposés en version sous-titrée accessible via la page 888 du **télétexte** RTBF. D'autres fictions ont, par ailleurs, été diffusées en **audiodescription** à l'attention des personnes malvoyantes. Le documentaire et la production propre sont encore deux autres domaines rendus plus accessibles avec, entre autres, le sous-titrage de **«Matière Grise»**, **«Contacts»**, **«Les carnets du bourlin-gueur»**, le documentaire participatif **«Mon 21 juillet»** ainsi que les séries documentaires **«Les Diables au cœur»** et **«Apocalypse, Première Guerre Mondiale»**.

225

ÉDITIONS
DES NIOUZZ
EN LANGUE
DES SIGNES

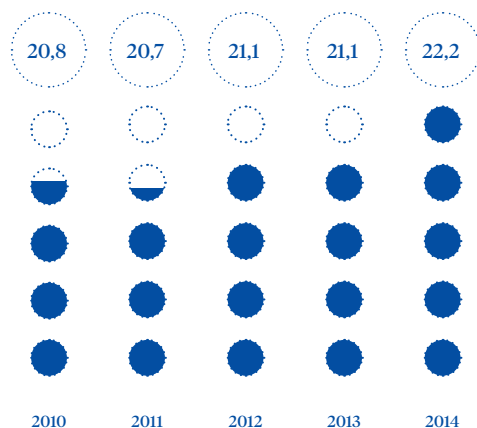
VI

LES AUDIENCES

AUDIENCES TÉLÉVISION

3 214 276*
TÉLÉSPECTATEURS EN
2014 SUR LES 3 CHAÎNES
DE LA RTBF
(en moyenne hebdomadaire)

ÉVOLUTION DES PARTS DE MARCHÉ EN % (4+)

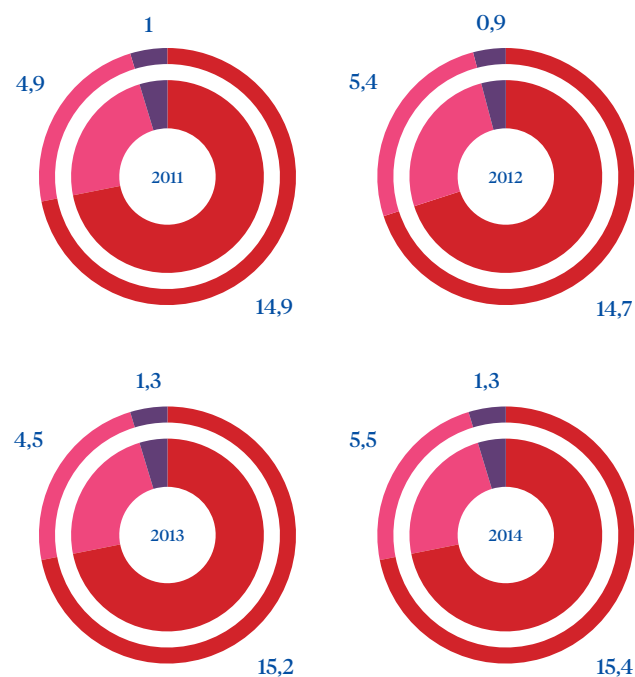


*Source: weekly rch – seuil de vision 15 min – cible 4+ – Live +0
**Source: Audimétrie/CIM – 2h-26h – Live+0 – cible 4+

Constat en part d'audience:

L'année 2014 se clôture à 22,2% de parts de marché pour la RTBF contre 21,1% en 2013 et 2012, et 20,7% en 2011. La Une gagne 0,2 point en 2014 (contre 15,2% en 2013, 14,7% en 2012 et 14,9% en 2011). La progression de 1 point de La Deux s'explique par la présence plus importante du sport sur la chaîne, avec la Coupe du Monde et le parcours des Diables Rouges. La Trois reste stable en 2014 à 1,3% de parts de marché, tout comme en 2013.

ÉVOLUTION DES PARTS PAR ANTENNE**



- La Une
- La Deux
- La Trois

AUDIENCES RADIO

1 841 847*
AUDITEURS EN 2014
SUR LES 5 CHAÎNES
DE LA RTBF
(en moyenne hebdomadaire)

Les radios de la RTBF obtiennent, pour l'année 2014*, une moyenne de 34,7% de parts de marché, record depuis leur repositionnement en 2014!

Avec ce résultat, les radios du groupe RTBF améliorent leur part de marché par rapport à l'année 2013 (33,3% de pdm) et confirment le leadership de la RTBF dans le paysage radiophonique belge francophone.

Radios**	Janvier-Mars 2014 (vague 2014-1)	Avril-Juin 2014 (vague 2014-2)	Automne 2014 (vague 2014-3)	Moyenne 2014	Évolution (2014/2013)
VivaCité	13,5%	15,3%	13,7%	14,1%	+5,2%
La Première	7,2%	6,3%	6,8%	6,8%	+1,5%
Classic 21	10,4%	8,2%	8,1%	8,9%	+7,2%
Pure FM	3,1%	2,9%	2,7%	2,9%	+3,6%
Musiq'3	2,1%	2,4%	1,5%	2,0%	+5,3%
Total RTBF	36,3%	35,1%	32,8%	34,7%	4,2%

* Source: étude tactique Radio – Sud-12+ – Moyenne 2014

** Source: étude tactique Radio – Sud-12+ – (W2014-1/W2014-2/W2014-3)

Constat en part d'audience:

Le groupe des radios de service public conserve la position de leader en Fédération Wallonie-Bruxelles, confirmée à chaque vague sans discontinuité depuis 3 ans maintenant. Et les résultats de cette vague confèrent à la RTBF pour 2014 une part de marché moyenne annuelle de 34,7% (versus 33,3%* en 2013), soit la part de marché annuelle moyenne la plus haute jamais réalisée par la RTBF au cours de ce siècle.

Cette même tendance à la hausse est également observable en nombre d'auditeurs quotidiens et hebdomadaires, indicateurs

très importants, sur lesquels la RTBF reste également à nouveau globalement leader avec une moyenne 2014 également la meilleure qu'elle ait réalisée. Avec 1.841.847 auditeurs par semaine en 2014, la RTBF devient pour la troisième année consécutive n°1 sur ce critère du weekly reach (nombre d'auditeurs hebdomadaires).

Fait rarissime, les chiffres individuels des cinq chaînes indiquent une progression en part d'audience en 2014 pour chacune d'elles.

AUDIENCES WEB

Nous constatons une progression générale du nombre de visiteurs uniques par jour en 2014 en comparaison avec 2013.

Source CIM/Internet

RTBF GROUPE

RTBF TV

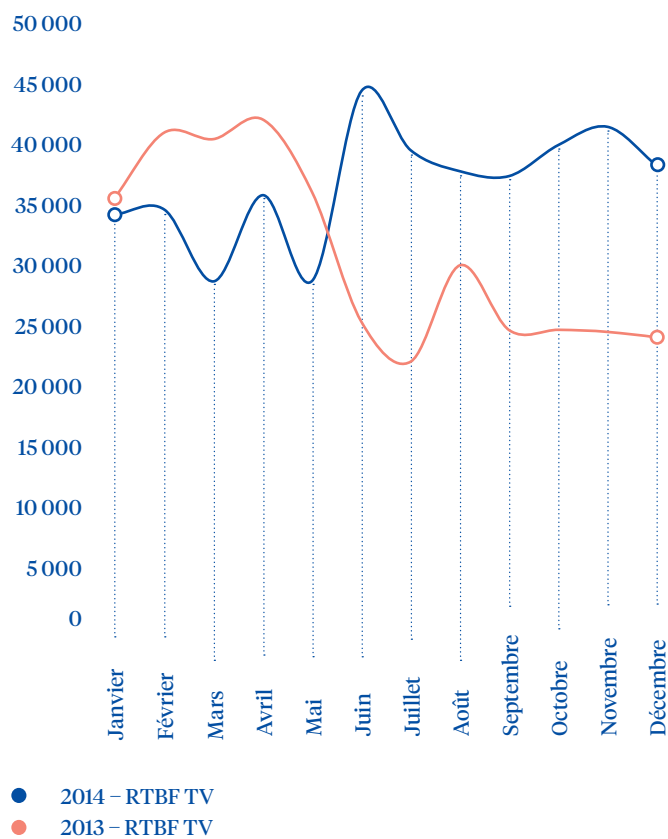
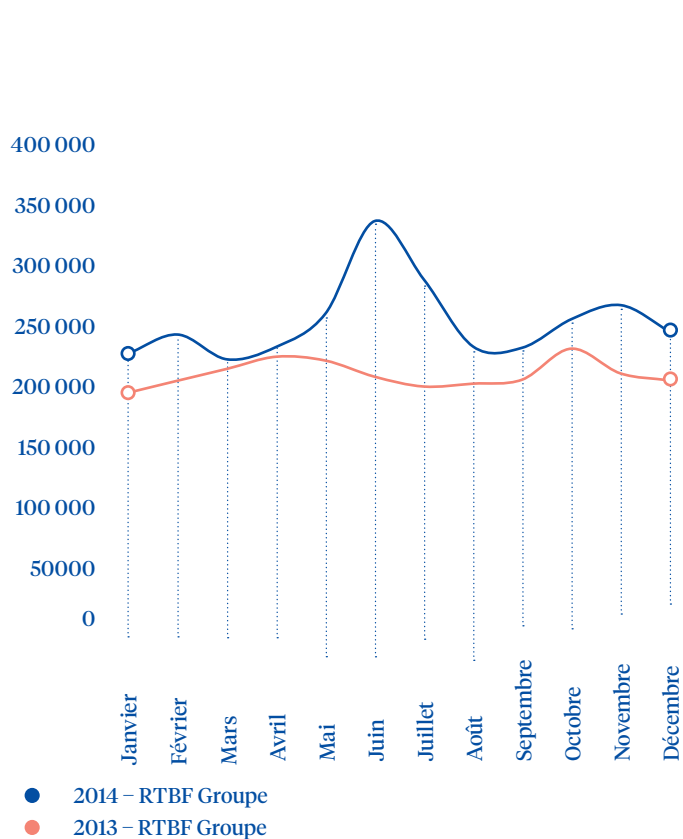


Tableau 1
En 2014, le Groupe RTBF progresse de 22% attirant une moyenne de 251.368 visiteurs uniques par jour pour une moyenne de 206.501 visiteurs uniques par jour en 2013. L'année a été marquée par la Coupe du Monde et les élections.

Tableau 2
En 2014, RTBF TV progresse de 19%. En 2013, la moyenne du nombre de visiteurs uniques par jour était de 30.843 et elle progresse à 36.779 en 2014.

12 826

VISITEURS UNIQUES PAR JOUR SUR PURE FM

36%

DE PROGRESSION SOIT 7 872 VISITEURS UNIQUES PAR JOUR SUR VIVACITÉ

RTBF RADIOS

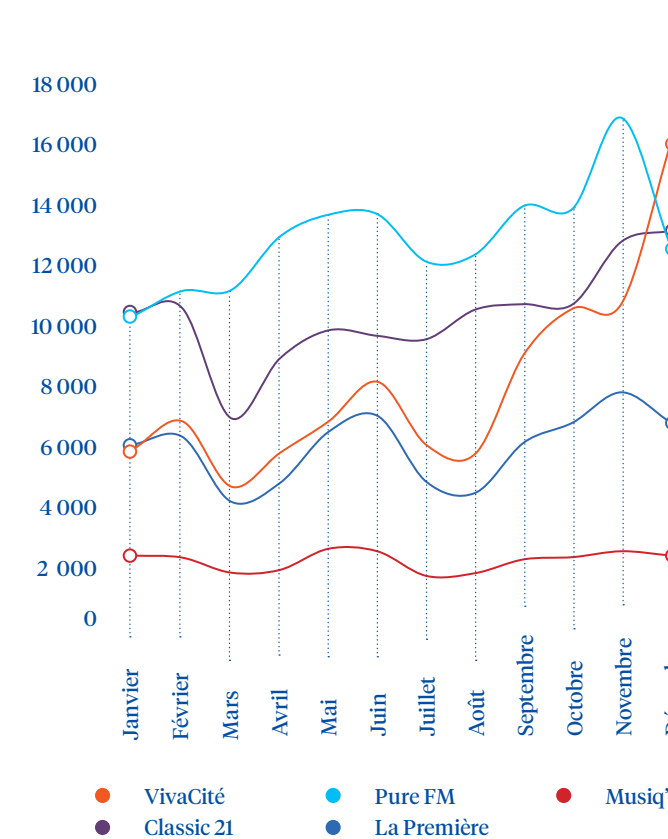
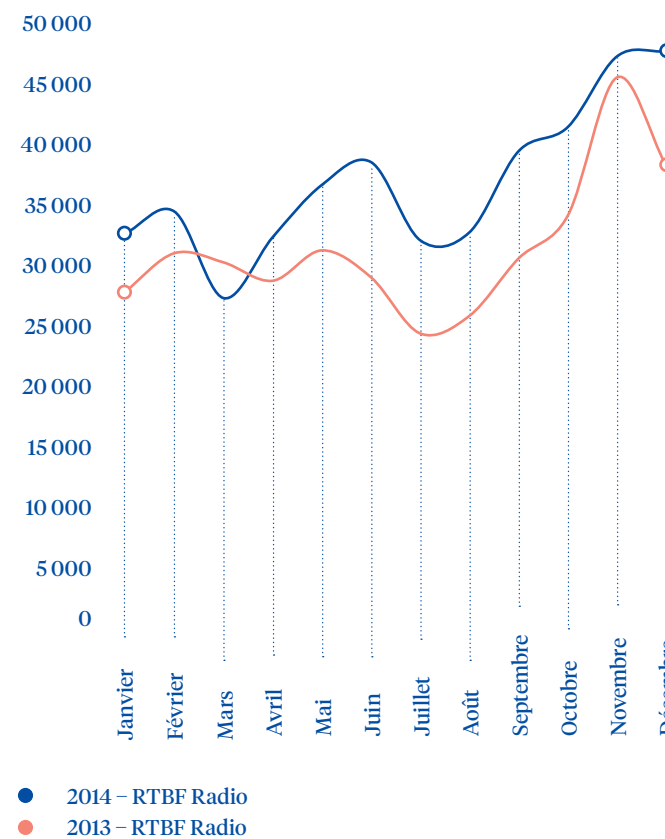


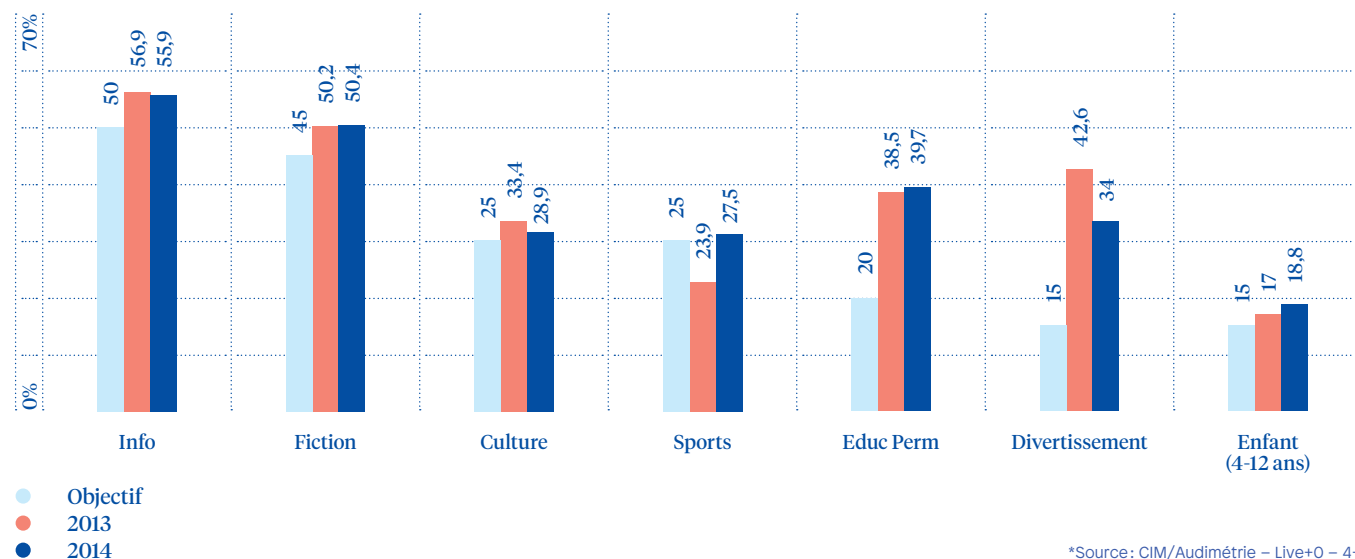
Tableau 3
RTBF Radio progresse de 18%. En 2013, la moyenne du nombre de visiteurs uniques par jour était de 31.329 et elle progresse à 36.843 en 2014.

Tableau 4
Toutes les radios progressent : VivaCité progresse de 36% avec une moyenne en 2014 de 7.872 visiteurs uniques par jour, Pure FM de 30% avec 12.826 visiteurs uniques par jour, La Première de 17% avec 5.727 visiteurs uniques par jour, Classic21 de 8% avec 10.156 visiteurs uniques par jour et Musiq'3 de 5% avec 1.805 visiteurs uniques par jour.

AUDIENCES TABLEAU DE BORD

COUVERTURE MOYENNE HEBDOMADAIRE EN TÉLÉVISION

En 2014, l'ensemble des objectifs d'audience fixés par le contrat de gestion est atteint. Les Sports retrouvent des niveaux similaires à 2010, année aussi résolument sportive avec la Coupe du Monde en Afrique du Sud et les Jeux Olympiques d'hiver à Vancouver.



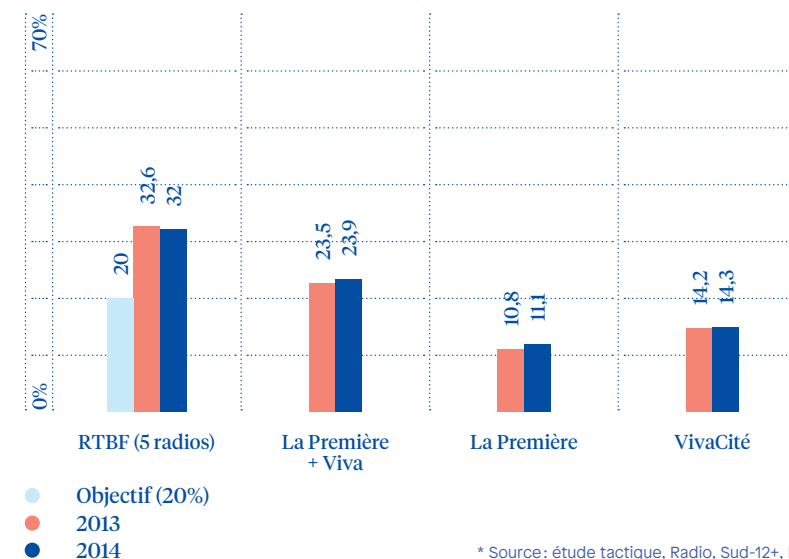
Les objectifs d'audiences fixés par le contrat de gestion à la RTBF font référence à sept matières spécifiques en télévision: l'information, la culture, l'éducation permanente, la fiction, le divertissement, le sport et les programmes à destination des enfants (4-12 ans). L'indicateur de référence est la couverture (aussi

appelée reach). Il définit le nombre d'individus différents qui, en télévision, ont regardé un programme pendant au moins 15 minutes. Si la durée du programme est inférieure à ce seuil, celui-ci est alors considéré dans son entièreté.

AUDIENCES DE LA TRANCHE INFO

23,9%
D'AUDIENCE ENTRE
6H ET 9H EN 2014

Pour l'année 2014, les émissions diffusées entre 6h et 9h sur les deux radios généralistes de la RTBF, La Première et VivaCité, rassemblaient hebdomadairement 23,9% de la population 12+ contre 23,5% en 2013.



32%
LE CUMUL DES CINQ
RADIOS DE LA RTBF
SUR CETTE MÊME
TRANCHE HORAIRE.

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 12ans doit écouter les programmes d'information du matin des radios généralistes de la RTBF

hebdomadairement». «L'indicateur de référence est la couverture (comme en télévision). Il définit le nombre d'individus différents qui ont écouté pendant au moins 10 minutes le moment radio considéré.»

VII

LES RESSOURCES HUMAINES

RESSOURCES HUMAINES

1 076
COLLABORATEURS
ONT SUIVI
UNE FORMATION
DONNÉE PAR
LA RTBF ACADEMY

LA RTBF ACADEMY, UN AN APRÈS...



La RTBF Academy avait ouvert ses portes en novembre 2013. 2014 fut donc la première année complète de fonctionnement de la RTBF Academy. Avec 2.622 jours de formation et 3.246 participants en 2014, la RTBF Academy est devenu l'espace de formation et le lieu d'échange de tous les collaborateurs de la RTBF. Responsabiliser et motiver l'entreprise constitue une priorité stratégique pour la RTBF. Nous investissons dans le développement des compétences via quatre campus de formation:

- Médias et pratiques éditoriales 360°
- Technologies et Production
- Compétences transversales
- Développement personnel et Compétences managériales

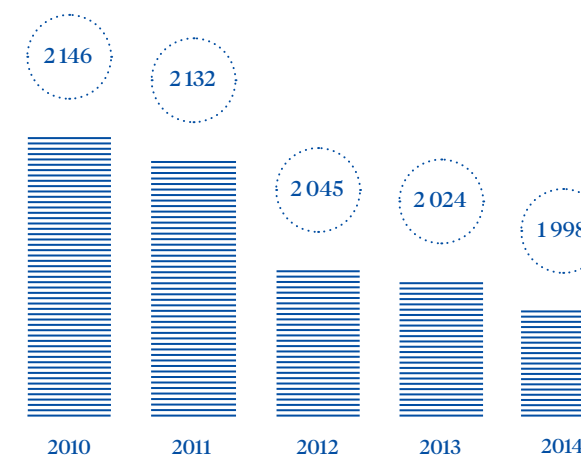
Avec ces quatre campus, nous proposons une série de formations en vue de responsabiliser nos collaborateurs. Faire en sorte que les collaborateurs soient les acteurs du changement est une priorité pour toute l'entreprise. Dans le cadre de sa stratégie, la RTBF a également lancé un projet d'élaboration de description et de classification de fonctions dans l'entreprise. Ce projet a un double objectif: poser les bases d'une modernisation de la gestion des Ressources Humaines, telles que le recrutement, la mobilité et la gestion de carrière, le développement et la formation du personnel, et permettre à chaque collaborateur de travailler et d'évoluer dans un contexte de transparence, d'équité, de reconnaissance et de développement personnel.

LA RTBF SE CLASSE DANS LE TOP 10 DES EMPLOYEURS LES PLUS ATTRACTIFS!

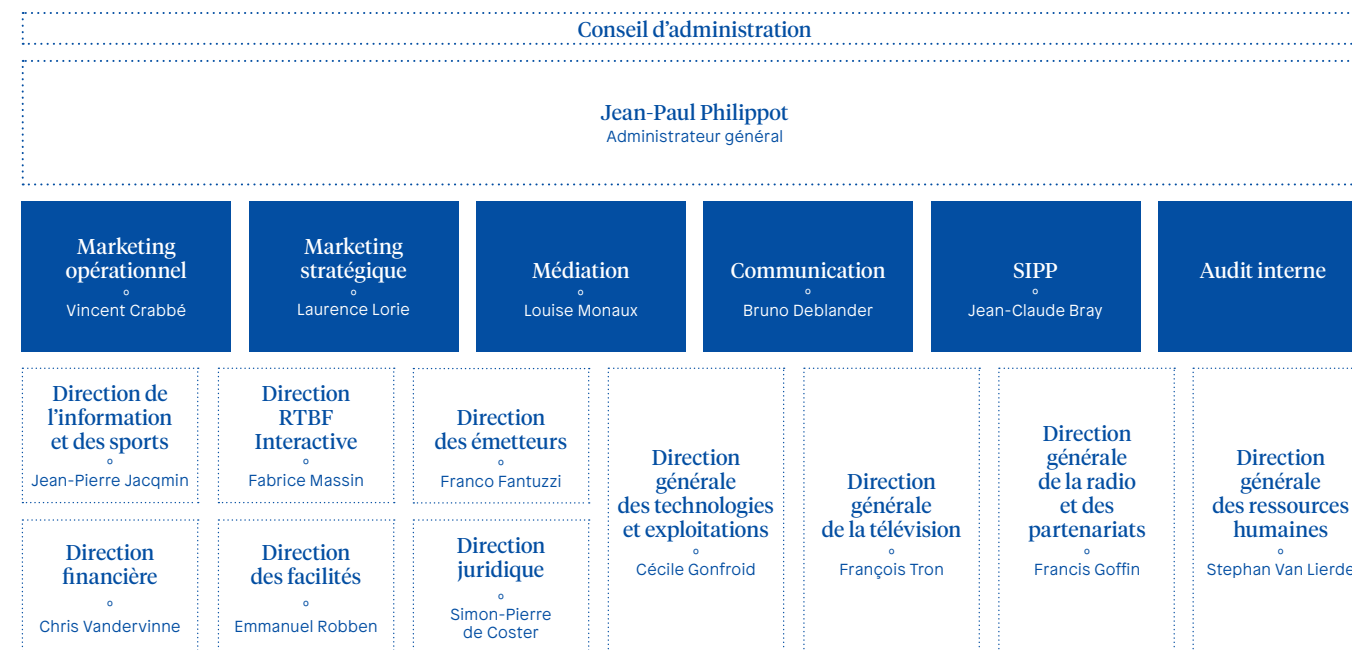
Les changements **organisationnels et technologiques** qui ont bouleversé les entreprises ces dernières décennies ont ouvert la porte à un risque d'une nature nouvelle pour les travailleurs: **le stress**. De nombreuses études démontrent aujourd'hui que ce stress a des répercussions négatives, tant pour les travailleurs que pour les entreprises. C'est pourquoi la RTBF a décidé de confier à l'Université de Liège, la réalisation d'une enquête sur **la charge psycho-sociale au travail** afin de mettre en évidence des groupes de travailleurs plus particulièrement touchés par le stress. Suite aux résultats, un comité de pilotage s'est réuni afin d'établir un plan d'action et de dégager des pistes pour prévenir les situations de stress dans l'entreprise.

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 perçoivent plus de rémunération.



ORGANIGRAMME 2014



BILAN SOCIAL

ÉTAT DES PERSONNES OCCUPÉES

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

Au cours de l'exercice	Codes	Total	1. Hommes	2. Femmes
Nombre moyen de travailleurs				
Temps plein	1001	2.012,2	1.262,2	750,0
Temps partiel	1002	145,7	63,5	82,2
Total en équivalents temps plein (ETP)	1003	2.104,1	1.302,5	801,6
Nombre d'heures effectivement prestées				
Temps plein	1011	3.399.609	2.146.741	1.252.868
Temps partiel	1012	147.574	60.491	87.083
Total	1013	3.547.183	2.207.232	1.339.951
Frais de personnel				
Temps plein	1021	141.991.896	89.067.772	52.924.124
Temps partiel	1022	6.600.042	2.876.477	3.723.565
Total	1023	148.591.938	91.944.249	56.647.689
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	2.151,3	1.334,3	817,0
Nombre d'heures effectivement prestées	1013	3.603.186	2.247.115	1.356.071
Frais de personnel	1023	149.807.471	92.915.032	56.892.439
Montant des avantages accordés en sus du salaire	1033			

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

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	2.011	131	2.093,1
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	110	1.917	111	1.985,6
Contrat à durée déterminée	111	68	18	79,9
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	112			
Contrat de remplacement	113	26	2	27,6
Par sexe				
Hommes	120	1.263	56	1.297,4
Femmes	121	748	75	795,7
Par catégorie professionnelle				
Personnel de direction	130	9		9
Employés	134	1.898	130	1.979,3
Ouvriers	132	104	1	104,8
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	78,0	
Nombre d'heures effectivement prestées	151	154.216	
Frais pour l'entreprise	152	4.557.806	

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	85	18	96,6
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	210	33	0	33
Contrat à durée déterminée	211	39	14	47,3
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	212			
Contrat de remplacement	213	13	4	16,3
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	108	20	116,5
Par type de contrat de travail				
Contrat à durée indéterminée	310	81	12	85,4
Contrat à durée déterminée	311	18	6	20,6
Contrat pour l'exécution d'un travail nettement défini	312			
Contrat de remplacement	313	9	2	10,5
Par motif de fin de contrat				
Pension	340	9	1	9,5
Chômage avec complément d'entreprise	341	44	2	45,0
Licenciement	342	11	2	12,3
Autre motif	343	44	15	49,7
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	598	5811	478
Nombre d'heures de formation suivies	5802	7.808	5812	6.242
Coût net pour l'entreprise	5803	926.157	5813	740.403
dont coût brut directement lié aux formations	58031	926.157	58131	740.403
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	

VIII

PERFORMANCES FINANCIÈRES

1. INTRODUCTION

En 2014, le résultat d'exploitation reste positif pour la huitième année consécutive à 5,1 millions d'euros.

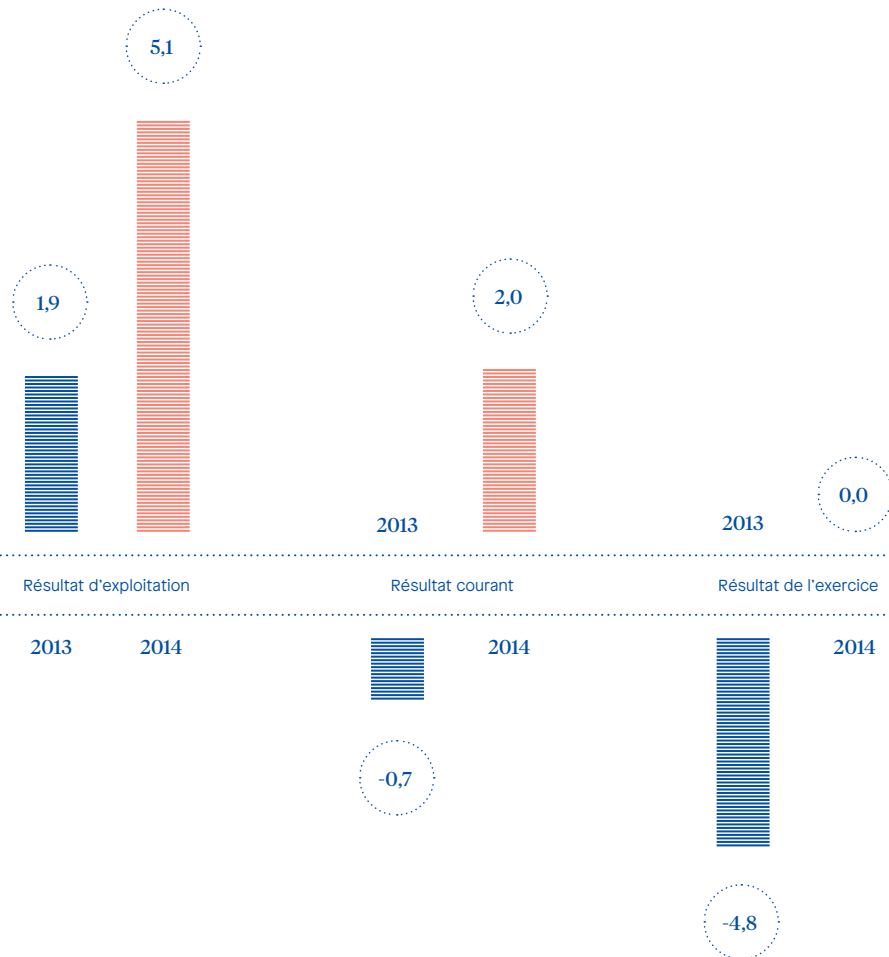
Le résultat courant s'établit à 2,0 millions d'euros contre -0,7 million d'euros un an plus tôt.

Le résultat de l'exercice s'établit à l'équilibre après charges exceptionnelles, en amélioration de 4,7 millions d'euros par rapport à 2013.

RÉSULTATS

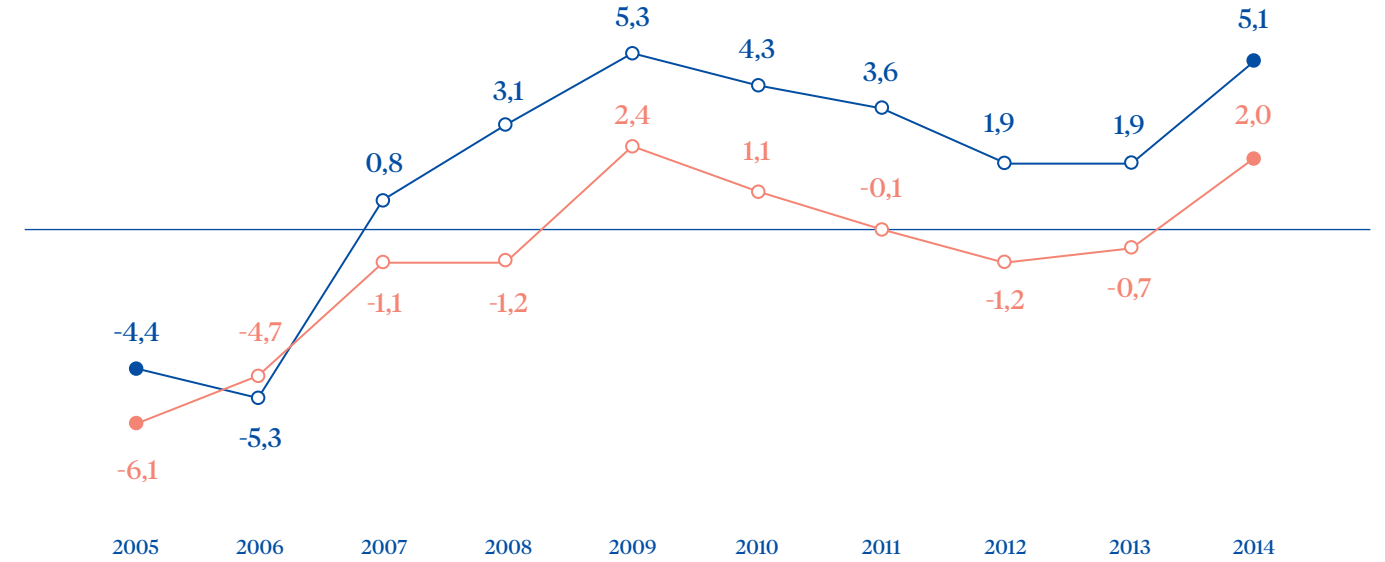
(MEUR)

● 2013
● 2014



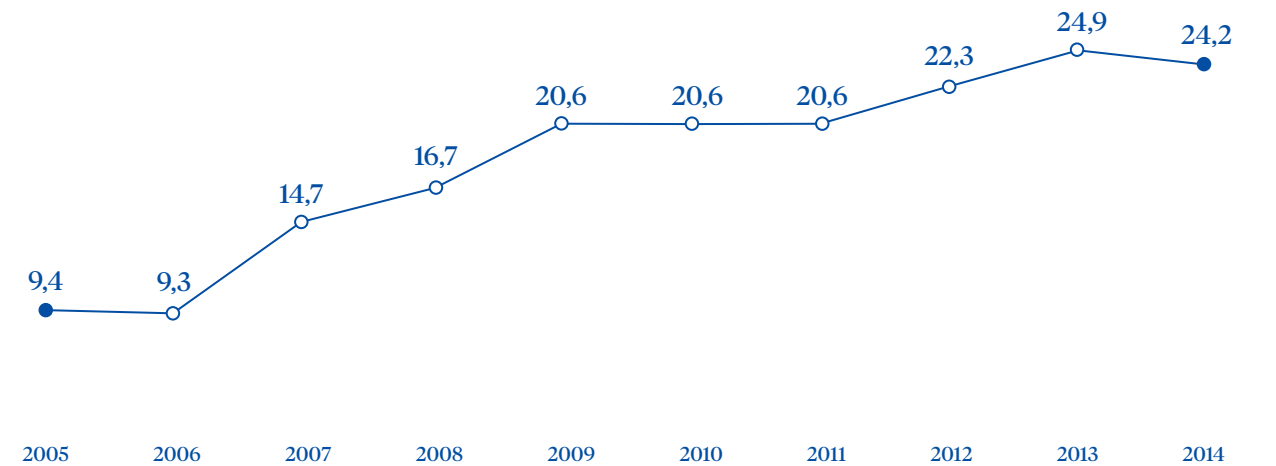
ÉVOLUTION FINANCIÈRE 2005-2014

○ Résultat d'exploitation
○ Résultat courant (MEUR)



L'EBITDA (résultat opérationnel avant amortissements) s'établit à 24,2 millions d'euros, en baisse de 0,7 million d'euros par rapport à 2013.

○ EBITDA (MEUR)



En 2014, les recettes d'exploitation de la RTBF s'établissent à 338,3 millions d'euros, en progrès de 4,6%.

La dotation ordinaire se monte à 212,5 millions d'euros, en progrès de 2,5 millions d'euros par rapport à 2013.

La subvention complémentaire, relative aux charges de pension, s'élève à 8,7 millions d'euros, en hausse de 2,7 millions d'euros. La subvention ARTE s'élève à 3,0 millions d'euros, et est stable par rapport à 2013. La dotation TV5 s'établit à 8,7 millions d'euros, en légère hausse par rapport à 2013. La dotation complémentaire de responsabilisation SEC95 s'élève à 8,0 millions d'euros.

Les recettes publicitaires de la RTBF atteignent 69,8 millions d'euros, en progrès de 1,1% par rapport à 2013.

Les autres recettes atteignent 27,6 millions d'euros, en hausse de 7,5%. La part des recettes liées aux câblo-opérateurs se chiffre à 9,5 millions d'euros.

En 2014, les charges d'exploitation s'établissent à 333,3 millions d'euros, en hausse de 3,6% dans un contexte d'année de grands événements sportifs.

Les coûts salariaux s'élèvent à 170,7 millions d'euros, en recul de 1,5%, conséquence de l'absence d'indexation en 2014, de la diminution des rémunérations et des charges de pension suite au plan de départs anticipés à la retraite. Cette diminution est partiellement compensée par les évolutions barémiques.

Les charges d'achats et de services atteignent 132,8 millions d'euros en augmentation de 13,7 millions d'euros par rapport à 2013.

Les amortissements annuels d'exploitation s'élèvent à 19,2 millions d'euros, en baisse de 3,8 millions d'euros.

Les provisions et les autres charges atteignent respectivement 10,1 millions d'euros et 0,5 million d'euros.

Par conséquent, le résultat d'exploitation 2014 s'établit à 5,1 millions d'euros, soit 3,1 millions de plus qu'en 2013.

Le résultat financier s'élève à -3,1 millions d'euros.

Le résultat courant s'établit à 2,0 millions d'euros.

Le résultat de l'exercice s'établit à l'équilibre.

Le résultat après intervention des filiales s'élève à 2,0 millions d'euros.

STRUCTURE FINANCIÈRE

La position nette de trésorerie s'élève à 33,2 millions d'euros au 31 décembre 2014 en amélioration de 18,5 millions d'euros.

En 2014, les activités opérationnelles génèrent 32,9 millions d'euros, influencées par un résultat net de 2,0 millions d'euros, des amortissements annuels d'exploitation et exceptionnels de 19,2 millions.

Le niveau d'investissement 2014 atteint 14,0 millions d'euros dont 5,6 millions d'euros en équipement de production, 2,5 millions d'euros pour la nouvelle plateforme numérique, 1,4 million d'euros dans les différents sites et émetteurs de la RTBF et 1,8 million d'euros en logiciels et serveurs informatiques.

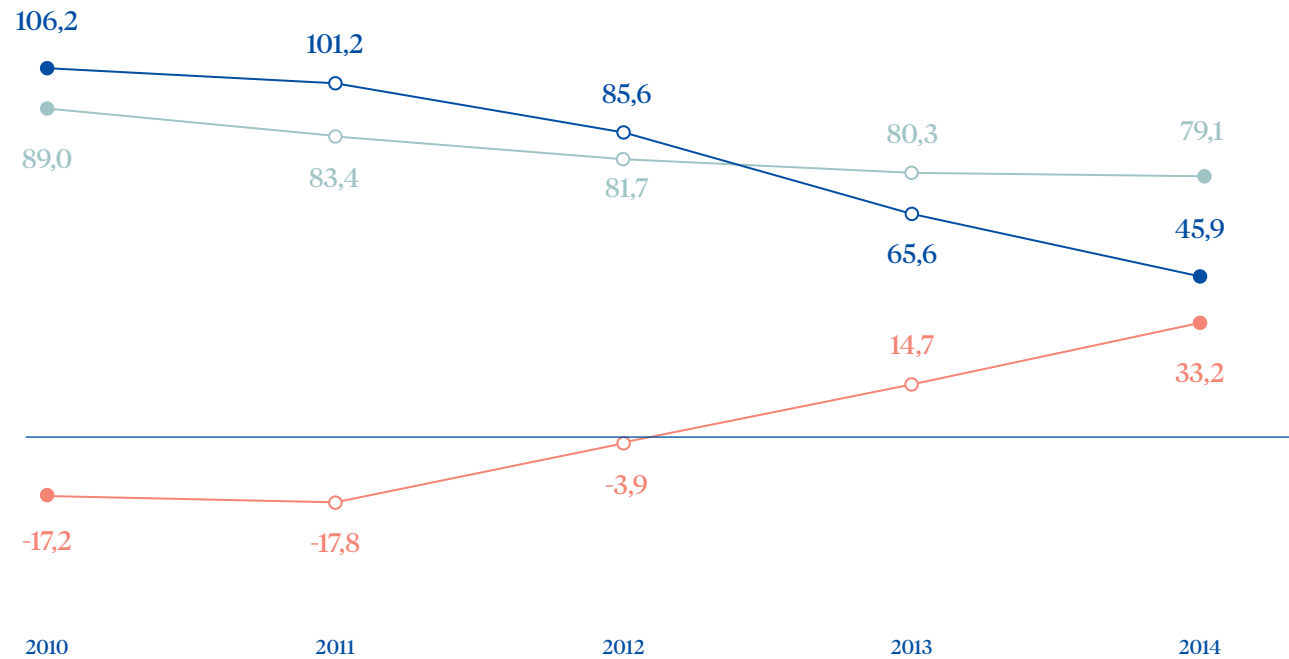
Le financement des investissements a été entièrement assuré par les activités opérationnelles. La RTBF n'a pas eu recours à de nouveaux emprunts à long terme en 2014. Des anciennes dettes sont remboursées à hauteur de 1,2 million d'euros. Par conséquent, l'endettement financier à long terme atteint 79,1 millions d'euros et l'endettement net 45,9 millions d'euros.

Au 31 décembre 2014, les capitaux propres atteignent -14,6 millions d'euros pour un total bilan de 264,7 millions d'euros.

Évolution de l'endettement bancaire long terme, de la trésorerie et de l'endettement net

- Endettement bancaire LT
- Trésorerie
- Endettement net

(MEUR) Le graphique ci-dessous résume l'évolution de l'endettement bancaire long terme, de la trésorerie et de l'endettement net depuis 2010.

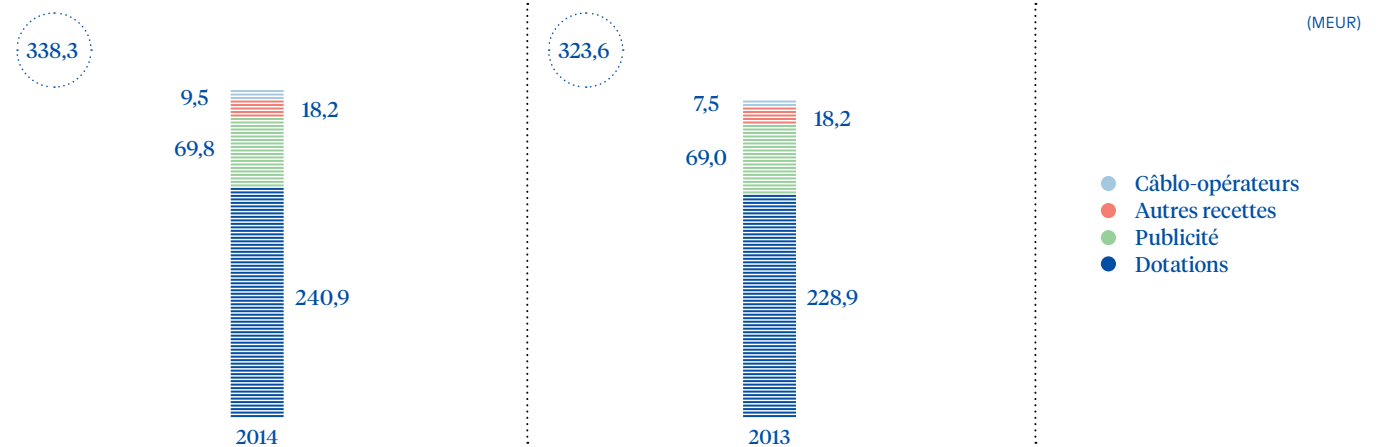


2. FOCUS SUR LES RÉSULTATS FINANCIERS

2.1. RECETTES

2.1.1. RECETTES GLOBALES

En millions d'euros	Compte 2014		Compte 2013		Ecart 14-13	Ecart %
Dotations	240,9	71%	228,9	71%	12,0	5,2%
Publicité	69,8	21%	69,0	21%	0,8	1,1%
Câblo-opérateurs	9,5	3%	7,5	2%	2,0	26,4%
Autres recettes	18,2	5%	18,2	6%	-0,0	-0,2%
Total	338,3	100%	323,6	100%	14,7	4,6%



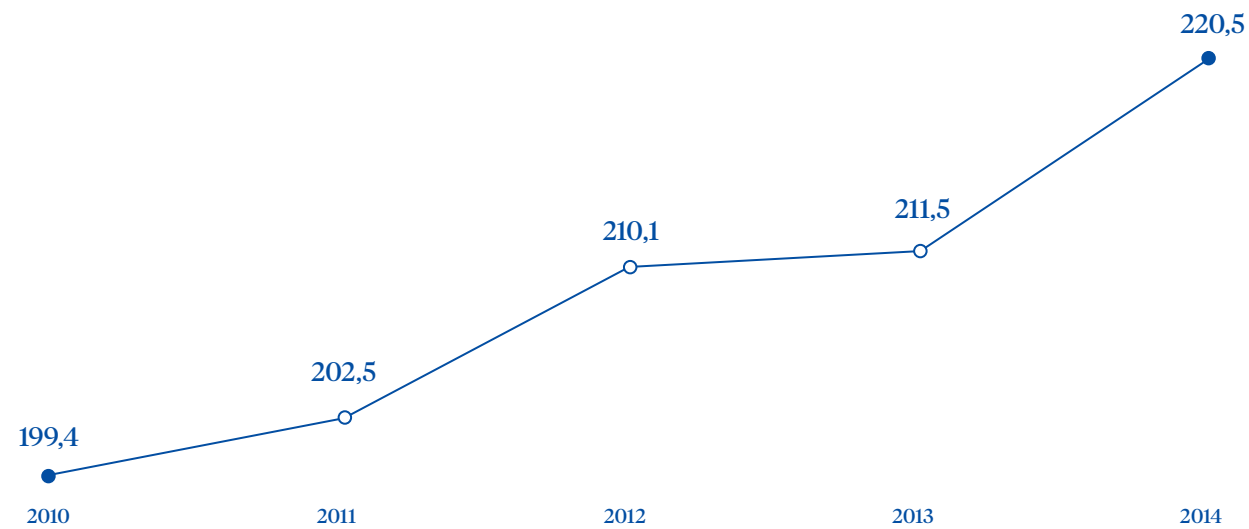
2.1.2. DOTATIONS

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Dotation ordinaire & Subvention responsabilisation SEC	220,5	211,5	9,0	4,3%
Subvention pension	8,7	5,9	2,7	46,3%
Dotation TV5	8,7	8,6	0,2	2,1%
Subvention Arte BE	3,0	3,0	0,0	1,1%
Total	240,9	228,9	12,0	5,2%

Évolution de la dotation ordinaire

Le graphique ci-dessous résume l'évolution de la dotation ordinaire depuis l'année 2010.

(MEUR)



La dotation ordinaire 2014 s'élève à 212,5 millions d'euros, soit 2,5 millions d'euros supérieurs à 2013, suite à l'indexation de 1,2%.

L'entreprise a bénéficié de la dotation complémentaire de responsabilisation qui s'élève à 8,0 millions d'euros en 2014. 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 (8,0 millions d'euros) dans les comptes consolidés de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En 2014, la dotation relative à la subvention complémentaire pension s'établit à 8,7 millions d'euros en respect du principe défini dans notre contrat de gestion à l'article 66.

Les dotations relatives à TV5 et Arte BE sont stables.

2.1.3. PUBLICITÉ

En millions d'euros	Compte 2014		Compte 2013		Ecart 14-13	Ecart %
Télévision	40,2	58%	41,2	60%	-1,0	-2,4%
Radio	27,5	39%	25,9	38%	1,6	6,3%
Internet	2,0	3%	1,9	3%	0,2	8,0%
Total	69,8	100%	69,0	100%	0,8	1,1%

La RTBF voit ses recettes publicitaires progresser de 1,1% tous médias confondus et affiche une croissance supérieure à l'évolution du marché.

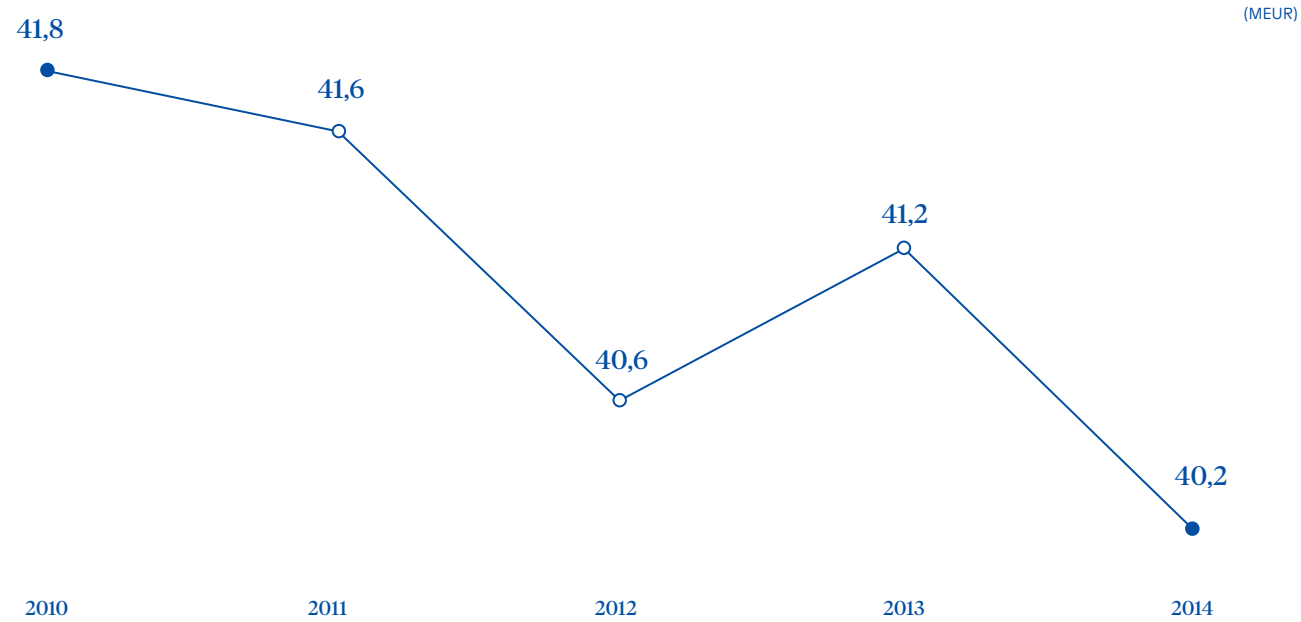
Si les agences média ont annoncé une légère progression dans leur chiffre d'affaires, elles font part également de l'importance croissante dans leurs achats des plateformes digitales, ce qui a pour répercussion une diminution de leurs investissements dans les médias traditionnels. Dans ce sens, les recettes publicitaires en télévision diminuent de 2,4%.

En radio, un accroissement de 6,3% est réalisé alors que le marché belge francophone progresse quant à lui de 4,7%.

Internet affiche une hausse de 8,0%. Sur les cinq dernières années, les recettes publicitaires internet de la RTBF affichent plus du double et ont augmenté de 1,1 million d'euros.

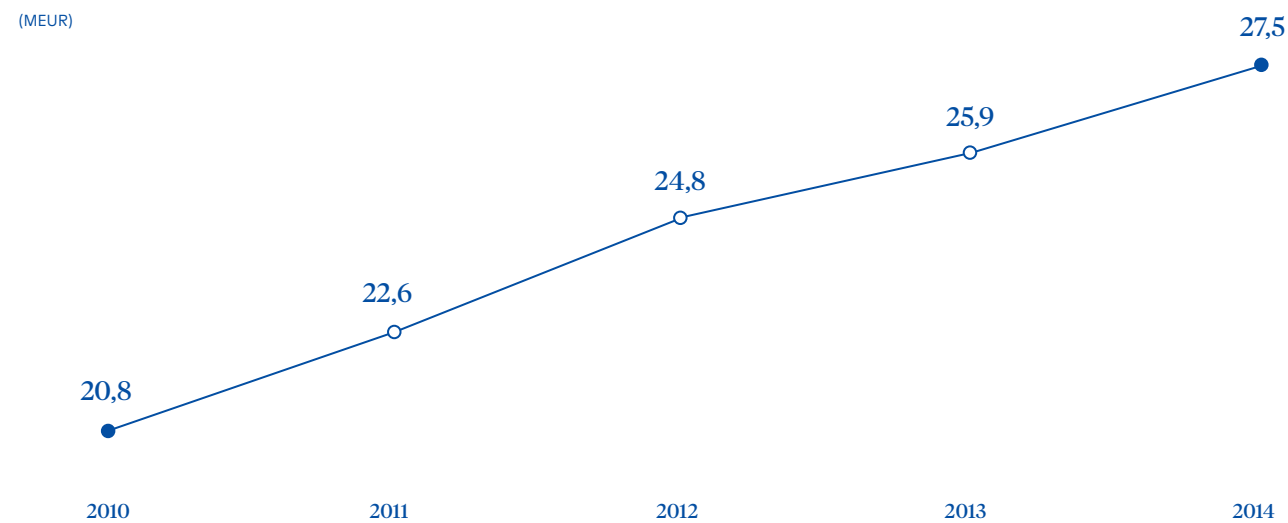
Évolution des recettes publicitaires nettes Télévision

Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes en télévision depuis l'année 2010.



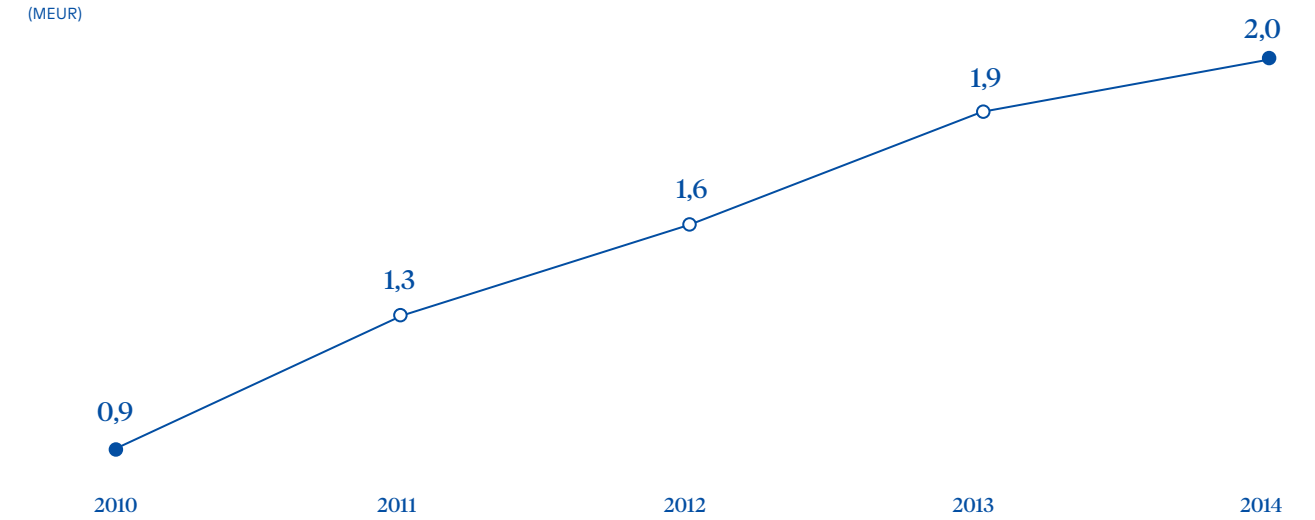
Évolution des recettes publicitaires nettes Radio

Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes en radio depuis l'année 2010.



Évolution des recettes publicitaires nettes Internet

Le graphique ci-dessous résume l'évolution des recettes publicitaires nettes internet depuis l'année 2010.



2.1.4 RECETTES CÂBLO-OPÉRATEURS

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Total	9,5	7,5	2,0	26,4%

Les recettes des câblo-opérateurs en 2014 s'élèvent à 9,5 millions d'euros, soit 26,4% de plus qu'en 2013. Cette augmentation concerne principalement les câblo-opérateurs belges et fait suite suite à l'évolution tarifaire des contrats.

2.1.5. AUTRES RECETTES

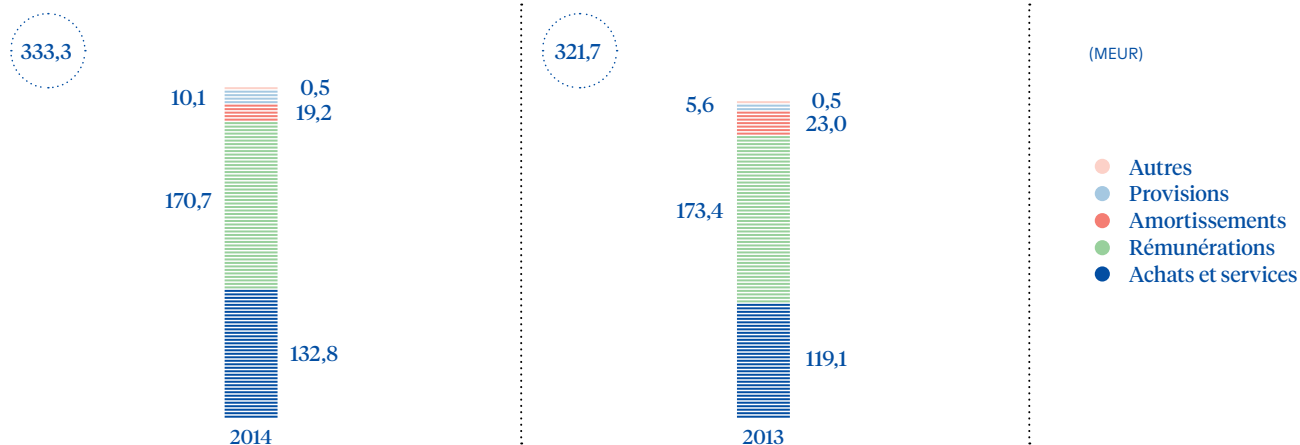
En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Aides à la production	5,3	5,9	-0,6	-9,6%
Recettes diverses	6,6	6,3	0,3	4,7%
Prestations de service	3,9	4,0	-0,1	-3,7%
Recettes de location	1,6	1,5	0,1	7,9%
Récupération de frais	0,7	0,5	0,2	44,8%
Total	18,2	18,2	-0,0	-0,2%

Les aides à la production s'élèvent à 5,3 millions d'euros en 2014 contre 5,9 millions d'euros en 2013. Parmi celles-ci, les aides en provenance des pouvoirs publics belges représentent 34% en 2014. Les recettes diverses sont stables et s'établissent à 6,6 millions d'euros. Les recettes de location augmentent légèrement par rapport à 2013, suite à la conclusion de nouveaux contrats de location d'emplacements sur les pylônes.

2.2. COÛTS

2.2.1. COÛTS GLOBAUX

En millions d'euros	Compte 2014		Compte 2013		Ecart 14-13	Ecart %
Achats et services	132,8	40%	119,1	37%	13,7	11,5%
Rémunérations	170,7	51%	173,4	54%	-2,7	-1,5%
Amortissements	19,2	6%	23,0	7%	-3,8	-16,6%
Provisions	10,1	3%	5,6	2%	4,5	79,2%
Autres	0,5	0%	0,5	0%	0,0	-6,4%
Total	333,3	100%	321,7	100%	11,6	3,6%



Les charges d'exploitation augmentent de 3,6%. L'évolution 2013-2014 portent essentiellement sur :

- **Charges de personnel**

Les charges de personnel sont en recul de 1,5%, soit 2,7 millions d'euros de moins qu'en 2013, et s'établissent à 170,7 millions d'euros.

Les rémunérations brutes n'ont subi aucune indexation en 2014. La dernière indexation des salaires remonte à janvier 2013.

Les charges de pension relatives au pool des parastataux présentent une diminution de 1,5 million d'euros, principalement expliquée par le plan de départ anticipé à la retraite. Le taux de cotisation reste inchangé soit 39,24%.

Les rémunérations augmentent de 2,4 millions d'euros en 2014 suite aux progressions barémiques.

Le plan de départs anticipés à la retraite et les diminutions d'effectifs payés contribuent à une baisse de 3,5 millions d'euros.

- **Achats, services et biens divers**

Les charges d'achats et de services atteignent 132,8 millions d'euros en augmentation de 13,7 millions d'euros par rapport à 2013. Cette hausse est expliquée principalement par les éléments suivants :

- les événements sportifs et les élections à concurrence de 6,5 millions d'euros ;
- des apports en coproduction à hauteur de 2,2 millions d'euros ;
- les honoraires à hauteur de 1,4 million d'euros concernant la plateforme numérique et les développements pour les sites internet (14-18 et culture) ;
- la sous-traitance en matière de divertissement pour 1,2 million d'euros.

- **Amortissements**

La charge d'amortissements annuels d'exploitation diminue de 3,8 millions d'euros entre 2013 et 2014 (soit -16,6%) principalement suite à un changement de règle d'évaluation effectué en 2013, ce qui avait engendré 2,6 millions d'euros d'amortissements.

- **Provisions**

Les provisions présentent une augmentation de 4,5 millions d'euros entre 2013 et 2014.

Cette variation s'explique majoritairement par les éléments suivants :

- le renforcement des pylônes de Wavre et Profondeville pour 1,5 million d'euros ;
- des rénovations pour le maintien de l'outil Reyers dans l'attente d'un nouveau bâtiment pour 2,0 millions d'euros.

2.2.2. TÉLÉVISION

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Antennes	56,6	54,0	2,6	4,7%
Production	40,6	41,0	-0,4	-0,9%
Info-sports	32,9	27,1	5,9	21,8%
Unités de production	22,6	21,2	1,4	6,6%
Total	152,7	143,2	9,5	6,6%

Les coûts de la télévision augmentent globalement de 9,5 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 et présente une hausse de 2,6 millions d'euros expliquée par des apports en coproduction supplémentaires à hauteur de 2,2 millions d'euros.

Le département Info-sports télévision présente une augmentation de 5,9 millions d'euros du fait des événements 2014 tels que la Coupe du Monde, les Jeux olympiques d'hiver et les élections européennes, fédérales et régionales.

Les unités de production concernent le divertissement et les magazines et affichent une hausse de 1,4 million d'euros expliquée par une augmentation des frais de production relatifs à de nouveaux programmes.

Concernant les résultats par direction, nous présentons le résultat d'exploitation et non plus le résultat courant comme en 2013.

2.2.3. RADIO

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Chaînes	18,7	19,1	-0,4	-2,2%
Info-sports	18,1	17,7	0,4	2,1%
DG Radio	10,5	10,2	0,3	2,7%
Production	2,5	2,5	0,0	3,2%
Total	49,8	49,5	0,3	0,6%

Le résultat final pour la radio est stable et s'élève à 49,8 millions d'euros pour 2014.

Le résultat des 5 chaînes présente une diminution de 0,4 million d'euros. L'Info-sports radio augmente de 0,4 million d'euros, principalement du fait des événements 2014 tels que la Coupe du Monde et les élections européennes, fédérales et régionales.

La Direction Générale de la radio comprend outre toutes les charges de la direction, celles relatives aux droits d'auteurs et au sponsoring. L'écart entre les réalisés 2013 et 2014 de 0,3 million d'euros s'explique principalement par les frais de production liés aux événements spécifiques à la Radio.

2.2.4. iRTBF

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Total	5,5	4,3	1,2	28,3%

Le résultat final pour le département iRTBF pour 2014 s'élève à 5,5 millions d'euros soit 1,2 million d'euros de plus par rapport à 2013.

Cette variation s'explique principalement par différents projets tels que les portails web Vivre Ici et 14-18 et les capsules relatives à l'éducation aux médias et par l'achat de webséries.

En 2014, la nouvelle cellule WebCréation voit le jour et engendre des coûts à hauteur de 0,5 million d'euros.

2.2.5. INFO-SPORTS

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
Total	6,2	6,0	0,2	3,0%

Le département Info-sports inclut les coûts liés à l'info-web, à l'agence interne, à l'info-doc, à la direction et aux agences de presse. La variation de 0,2 million d'euros s'explique principalement par une augmentation des frais de personnel.

2.2.6. SUPPORTS

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14-13	Ecart %
DGTE	31,3	30,4	0,9	2,9%
SUPPORTS	40,3	43,5	-3,2	-7,4%
Total	71,6	73,9	-2,3	-3,2%

La Direction des Technologies et Exploitation (DGTE) dégage une hausse de 0,9 million d'euros expliquée principalement par le développement et l'intégration de la nouvelle plateforme numérique.

Les supports comprennent l'Administration générale, les services généraux (Facilités, Finance et Juridique) et la Direction des Ressources Humaines. Ils présentent une diminution de 3,2 millions d'euros.

Le montant brut de la rémunération annuelle de l'Administrateur général se situe entre 295 mille et 330 mille euros.

Le montant total des indemnités et des jetons de présence alloués aux membres du Conseil d'administration s'élève à 68.711,38 euros.

2.3. TRÉSORERIE

En milliers d'euros	Compte 2014	Compte 2013
POSITION NETTE TRÉSORERIE À L'OUVERTURE	14 683	-3 933
Résultat Net	1 964	-2 557
Amortissements	19 151	25 529
Variation des provisions	10 776	5 480
Variation des subsides en capital	-12	-361
Variation du besoin en fonds de roulement	36	451
Variation de stocks	-961	2 893
Variation de créances	-7 333	-2 710
Variations de dettes non financières	8 330	267
Prêts aux filiales	20	-100
Autres	922	771
FLUX DE TRÉSORERIE DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	32 857	29 213
Investissements hors FERI et FREY	-13 898	-8 693
Investissements FERI	-181	-848
Participation dans le capital Ma Radio	0	-10
Cession d'actifs	68	15
FLUX DE TRÉSORERIE D'INVESTISSEMENT	-14 010	-9 535
Financement par FERI et FREY	848	371
Remboursement d'emprunts	-1 212	-1 433
FLUX DE TRÉSORERIE DE FINANCEMENT	-365	-1 062
VARIATION NETTE DE TRÉSORERIE	18 483	18 616
POSITION NETTE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	33 165	14 683

Flux des activités opérationnelles

En 2014, les activités opérationnelles génèrent 32,9 millions d'euros. Les amortissements d'exploitation et exceptionnels s'élèvent à 19,2 millions d'euros. La variation des provisions s'élève à 10,8 millions d'euros. La variation du besoin en fonds de roulement est faible et expliquée par les éléments suivants :

- Une augmentation des dettes non financières pour 8,3 millions d'euros ;
- Une augmentation des créances de 7,3 millions d'euros ;
- Une augmentation de stock se chiffrant à 1,0 million d'euros.

Flux de trésorerie d'investissement

Le niveau d'investissement 2014 atteint 14,0 millions d'euros dont 5,6 millions d'euros principalement en équipement de production, 2,5 millions d'euros pour la nouvelle plateforme numérique, 1,4 million d'euros dans les différents sites et émetteurs de la RTBF et 1,8 million d'euros en logiciels et serveurs informatiques.

Flux de trésorerie de financement

Les emprunts sont remboursés à hauteur de 1,2 million d'euros.

**Position nette de trésorerie
au 31 décembre 2014**

La variation nette de trésorerie sur l'exercice 2014 s'élève à 18,5 millions d'euros. Au 31 décembre 2014, la position nette de trésorerie atteint 33,2 millions d'euros.

3. COMPTES ANNUELS

C.2.1. BILAN APRES RÉPARTITION / ACTIF

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
ACTIF				
ACTIFS IMMOBILISÉS		20/28	136.589.820	142.653.383
Frais d'établissement	5.1	20	2.161	3.864
Immobilisations incorporelles	5.2	21		
Immobilisations corporelles	5.3	22/27	79.228.312	84.299.779
Terrains et constructions		22	39.523.067	42.907.507
Installations, machines et outillage		23	27.167.012	32.430.268
Mobilier et matériel roulant		24	6.060.876	7.017.103
Location-financement et droits similaires		25		
Autres immobilisations corporelles		26	42.764	45.898
Immobilisations en cours et acomptes versés		27	6.434.593	1.899.002
Immobilisations financières	5.4/ 5.5.1	28	57.359.347	58.349.740
Entreprises liées	5.14	280/1	29.128.324	29.342.426
Participations		280	29.128.324	29.342.426
Créances		281		
Autres entreprises avec lesquelles il existe un lien de participation	5.14	282/3	27.930.223	28.694.091
Participations		282	27.930.223	28.694.091
Créances		283		
Autres immobilisations financières		284/8	300.800	313.224
Actions et parts		284	295.363	295.937
Créances et cautionnements en numéraire		285/8	5.436	17.286
ACTIFS CIRCULANTS		29/58	128.081.130	101.020.346
Créances à plus d'un an		29	22.772.905	8.888.583
Créances commerciales		290	13.109.159	8.888.583
Autres créances		291	9.663.746	
Stocks et commandes en cours d'exécution		3	12.449.646	11.488.386
Stocks		30/36	12.449.646	11.488.386
Approvisionnements		30/31	283.738	333.650
En-cours de fabrication		32		
Produits finis		33		
Marchandises		34	12.165.908	11.154.736
Immeubles destinés à la vente		35		
Acomptes versés		36		
Commandes en cours d'exécution		37		
Créances à un an au plus		40/41	48.380.445	49.834.472
Créances commerciales		40	45.242.206	41.045.713
Autres créances		41	3.138.239	8.788.758
Placements de trésorerie	5.5.1/ 5.6	50/53	374.860	365.362
Actions propres		50		
Autres placements		51/53	374.860	365.362
Valeurs disponibles		54/58	32.790.396	14.317.173
Comptes de régularisation	5.6	490/1	11.312.878	16.126.371
Total de l'actif		20/58	264.670.951	243.673.730

C.2.2. BILAN APRES RÉPARTITION / PASSIF

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
PASSIF				
CAPITAUX PROPRES		10/15	-14.608.351	-16.560.654
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	-23.394.362	-25.358.637
Subsides en capital		15	76.820	88.793
Avance aux associés sur répartition de l'actif net		19		
PROVISIONS ET IMPÔTS DIFFÉRÉS		16	45.935.602	35.159.786
Provisions pour risques et charges		160/5	45.935.602	35.159.786
Pensions et obligations similaires		160		
Charges fiscales		161		
Grosses réparations et gros entretien		162	29.176.168	21.838.212
Autres risques et charges	5.8	163/5	16.759.433	13.321.574
Impôts différés		168		
DETTES		17/49	233.343.700	225.074.598
Dettes à plus d'un an	5.9	17	107.577.881	117.719.393
Dettes financières		170/4	68.077.717	79.066.759
Emprunts subordonnés		170		
Emprunts obligataires non subordonnés		171		
Dettes de location-financement et assimilées		172		
Etablissements de crédit		173	68.077.717	79.066.759
Autres emprunts		174		
Dettes commerciales		175		
Fournisseurs		1750		
Effets à payer		1751		
Acomptes reçus sur commandes		176		
Autres dettes		178/9	39.500.165	38.652.634
Dettes à un an au plus		42/48	101.505.638	81.739.589
Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	5.9	42	10.989.043	1.212.215
Dettes financières		43		
Etablissements de crédit		430/8		
Autres emprunts		439		
Dettes commerciales		44	53.614.798	44.385.880
Fournisseurs		440/4	53.614.798	44.385.880
Effets à payer		441		
Acomptes reçus sur commandes		46		
Dettes fiscales, salariales et sociales	5.9	45	25.106.312	24.400.443
Impôts		450/3	3.822.818	3.739.847
Rémunérations et charges sociales		454/9	21.283.494	20.660.595
Autres dettes		47/48	11.795.485	11.741.051
Comptes de régularisation	5.9	492/3	24.260.181	25.615.616
Total du passif		10/49	264.670.951	243.673.730

C.3. COMPTE DE RÉSULTATS

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
Ventes et prestations		70/74	361.347.266	340.658.604
Chiffre d'affaires	5.10	70	96.695.573	90.108.159
En-cours de fabrication, produits finis et commandes en cours d'exécution: augmentation (réduction) (+)/(-)		71		
Production immobilisée		72	59.752	28.619
Autres produits d'exploitation	5.10	74	264.591.941	250.521.826
Coût des ventes et des prestations		60/64	356.276.187	338.729.620
Approvisionnements et marchandises		60	19.119.941	19.969.953
Achats		600/8	20.339.918	17.382.411
Stocks: réduction (augmentation) (+)/(-)		609	-1.219.977	2.587.543
Services et biens divers		61	136.656.451	116.209.683
Rémunérations, charges sociales et pensions (+)/(-)	5.10	62	171.769.666	174.508.181
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles		630	19.156.211	22.970.626
Réductions de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)		631/4	-297.007	276.945
Provisions pour risques et charges: dotations (utilisations et reprises) (+)/(-)	5.10	635/7	9.379.329	4.268.750
Autres charges d'exploitation	5.10	640/8	491.595	525.482
Charges d'exploitation portées à l'actif au titre de frais de restructuration (-)		649		
Bénéfice (Perte) d'exploitation (+)/(-)		9901	5.071.079	1.928.984
Produits financiers		75	48.083	446.788
Produits des immobilisations financières		750		
Produits des actifs circulants		751	15.026	22.867
Autres produits financiers	5.11	752/9	33.057	423.921
Charges financières	5.11	65	3.113.654	3.108.281
Charges des dettes		650	3.034.975	3.031.002
Réductions de valeur sur actifs circulants autres que stocks, commandes en cours et créances commerciales: dotations (reprises) (+)/(-)		651		
Autres charges financières		652/9	78.679	77.279
Bénéfice (Perte) courant(e) avant impôts (+)/(-)		9902	2.005.509	-732.509

	Ann.	Codes	Exercice	Exercice précédent
Produits exceptionnels		76	679.563	770.080
Reprises d'amortissements et de réductions de valeur sur immobilisations incorporelles et corporelles		760	4.701	
Reprises de réductions de valeur sur immobilisations financières		761		
Reprises de provisions pour risques et charges exceptionnels		762		
Plus-values sur réalisation d'actifs immobilisés		763		
Autres produits exceptionnels	5.11	764/9	674.862	770.080
Charges exceptionnelles		66	2.375.029	4.544.140
Amortissements et réductions de valeur exceptionnels sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles		660		2.558.755
Réductions de valeur sur immobilisations financières		661	978.543	774.385
Provisions pour risques et charges exceptionnels: dotations (utilisations) (+)/(-)		662	1.396.486	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	310.042	-4.506.570
Prélèvements sur les impôts différés		780		
Transfert aux impôts différés		680		
Impôts sur le résultat (+)/(-)	5.12	67/77	352.506	264.724
Impôts		670/3	352.506	264.724
Régularisations d'impôts et reprises de provisions fiscales		77		
Bénéfice (Perte) de l'exercice (+)/(-)		9904	-42.464	-4.771.294
Prélèvements sur les réserves immunisées		789		
Transfert aux réserves immunisées		689		
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)/(-)		9905	-42.464	-4.771.294

C.4. AFFECTATIONS ET PRÉLÈVEMENTS

	Codes	Exercice	Exercice précédent
Bénéfice (Perte) à affecter (+)/(-)	9906	-25.401.102	-25.572.473
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)/(-)	(9905)	-42.464	-4.771.294
Bénéfice (Perte) reporté(e) de l'exercice précédent (+)/(-)	14P	-25.358.637	-22.801.180
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)	23.394.362	25.358.637
Intervention d'associés dans la perte	794	2.006.740	2.213.836
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		3.864
Mutations de l'exercice			
Nouveaux frais engagés	8002		
Amortissements	8003	1.704	
Autres (+)/(-)	8004		
Valeur comptable nette au terme de l'exercice	(20)	2.161	
Dont			
Frais de constitution et d'augmentation de capital, frais d'émission d'emprunts et autres frais d'établissement	200/2	2.161	
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		119.029.215
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8161	2.122.916	
Cessions et désaffectations	8171	2.371.600	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8181	351.735	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8191	119.132.266	
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		76.121.708
Mutations de l'exercice			
Actés	8271	5.863.792	
Repris	8281	4.701	
Acquis de tiers	8291		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8301	2.371.600	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8311		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8321	79.609.199	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(22)	39.523.067	

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		141.417.570
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8162	5.345.482	
Cessions et désaffectations	8172	5.553.138	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8182	218.469	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8192	141.428.383	
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		108.987.301
Mutations de l'exercice			
Actés	8272	10.827.207	
Repris	8282		
Acquis de tiers	8292		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8302	5.553.138	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8312		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8322	114.261.370	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(23)	27.167.012	

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		37.726.947
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8163	1.485.867	
Cessions et désaffectations	8173	1.898.810	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8183	11.463	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8193	37.325.467	
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		30.709.844
Mutations de l'exercice			
Actés	8273	2.453.558	
Repris	8283		
Acquis de tiers	8293		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8303	1.898.810	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8313		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8323	31.264.591	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(24)	6.060.876	

C.5.3.5. AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Codes	Exercice	Exercice précédent
AUTRES IMMOBILISATIONS CORPORELLES			
VALEUR D'ACQUISITION AU TERME DE L'EXERCICE	8195P		295.238
MUTATIONS DE L'EXERCICE			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8165	6.816	
Cessions et désaffectations	8175	58.903	
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8185		
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8195	243.150	
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		249.339
Mutations de l'exercice			
Actés	8275	9.950	
Repris	8285		
Acquis de tiers	8295		
Annulés à la suite de cessions et désaffectations	8305	58.903	
Transférés d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8315		
Amortissements et réductions de valeur au terme de l'exercice	8325	200.386	
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(26)	42.764	

C.5.3.6. IMMOBILISATION EN COURS ET ACOMPTES VERSÉS

	Codes	Exercice	Exercice précédent
IMMOBILISATIONS EN COURS ET ACOMPTES VERSÉS			
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8196P		1.899.002
Mutations de l'exercice			
Acquisitions, y compris la production immobilisée	8166	5.117.259	
Cessions et désaffectations	8176		
Transferts d'une rubrique à une autre (+)/(-)	8186	-581.668	
Valeur d'acquisition au terme de l'exercice	8196	6.434.593	
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)	6.434.593	

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		1.236.110
Mutations de l'exercice			
Actées	8471	214.102	
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	1.450.212	
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)	29.128.324	
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		32.166.937
Mutations de l'exercice			
Acquisitions	8362		
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		3.472.846
Mutations de l'exercice			
Actées	8472	763.867	
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	4.236.714	
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)	27.930.223	
ENTREPRISES AVEC LIEN DE PARTICIPATION – CREANCES			
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)		
REDUCTIONS DE VALEUR CUMULEES SUR CREANCES 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	xxxxxxxxxxxxxxxx	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	xxxxxxxxxxxxxxxx	
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	xxxxxxxxxxxxxxxx	4.305
Mutations de l'exercice			
Actées	8473	574	
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	4.879	
Montants non appelés au terme de l'exercice	8553P	xxxxxxxxxxxxxxxx	
Mutations de l'exercice (+)/(-)	8543		
Montants non appelés au terme de l'exercice	8553		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(284)	295.363	
AUTRES ENTREPRISES – CREANCES			
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	285/8P	xxxxxxxxxxxxxxxx	17.286
Mutations de l'exercice			
Additions	8583		
Remboursements	8593	11.850	
Réductions de valeur actées	8603		
Réductions de valeur reprises	8613		
Différences de change (+)/(-)	8623		
Autres (+)/(-)	8633		
VALEUR COMPTABLE NETTE AU TERME DE L'EXERCICE	(285/8)	5.436	
REDUCTIONS DE VALEUR CUMULEES SUR CREANCES 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 (+) ou (-) (en unités)	Résultat net
	Nombre	%					
0877535640 CASA KAFKA PICTURES SA (Société anonyme) Rue Colonel Bourg 133, 1140 Evere, Belgique				31/03/2014	EUR	701.927	-42.188
Actions	184	68,15	31,85				
0887332541 DREAMWALL (Société anonyme) Rue Jules Destree 52, 6001 Marcinelle, Belgique				31/12/2014	EUR	574.741	33.201
Actions	9.845	23,32					
0873769961 FERI (Société anonyme) Avenue Golenvaux 8, 5000 Namur, Belgique				31/12/2014	EUR	40.234.460	-1.379.520
Actions	15.600	33,4					
0878403195 FREY (Société anonyme) Bd Auguste Reyers 52, 1030 Schaerbeek Belgique				31/12/2014	EUR	20.899.824	-428.204
Actions	13.200	50					
0427916686 RMB (Société anonyme) Rue Colonel Bourg 133, 1140 Evere, Belgique				31/12/2014	EUR	5.191.575	862.546
Actions	846	99,99	0,01				
0809081750 SONUMA (Société anonyme) Bd Raymond Pointcarré 15, 4020 Liège, Belgique				31/12/2013	EUR	35.063.816	-1.158.101
Actions	16.000	40					
0831885757 KEYWALL(Société anonyme) Rue Jules Destree 52, 6001 Marcinelle, Belgique				31/12/2014	EUR	-393.532	-194.870
Actions	100	22,22					
0847284310 IMMO-DIGUE (Société anonyme) Bd. Tirou 37, 6000 Charleroi, Belgique				31/12/2014	EUR	4.211.633	-8.629
Actions	285	6,6					
0542905832 MARADIO.BE (Société coopérative à responsabilité limitée) Bd. Auguste Reyers 52, 1030 Schaerbeek Belgique				31/12/2014	EUR	22.771	-12.679
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	374.860	365.362
Avec une durée résiduelle ou de préavis			
d'un mois au plus	8686	374.860	365.362
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)	5.079.612
Produits acquis (491)	6.233.266

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	12.163.088
Provisions à caractère social	4.596.346

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	10.989.043
Emprunts subordonnés	8811	
Emprunts obligataires non subordonnés	8821	
Dettes de location-financement et assimilées	8831	
Etablissements de crédit	8841	10.989.043
Autres emprunts	8851	
Dettes commerciales	8861	
Fournisseurs	8871	
Effets à payer	8881	
Acomptes reçus sur commandes	8891	
Autres dettes	8901	
Total des dettes à plus d'un an échéant dans l'année	(42)	10.989.043
Dettes ayant plus d'un an mais 5 ans au plus à courir		
Dettes financières	8802	43.826.033
Emprunts subordonnés	8812	
Emprunts obligataires non subordonnés	8822	
Dettes de location-financement et assimilées	8832	
Etablissements de crédit	8842	43.826.033
Autres emprunts	8852	
Dettes commerciales	8862	
Fournisseurs	8872	
Effets à payer	8882	
Acomptes reçus sur commandes	8892	
Autres dettes	8902	39.500.165
Total des dettes ayant plus d'un an mais 5 ans au plus à courir	8912	83.326.198
Dettes ayant plus de 5 ans à courir		
Dettes financières	8803	24.251.684
Emprunts subordonnés	8813	
Emprunts obligataires non subordonnés	8823	
Dettes de location-financement et assimilées	8833	
Etablissements de crédit	8843	24.251.684
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	24.251.684

	Codes	Exercice
DETTE GARANTIES (COMPRISES DANS LES RUBRIQUES 17 ET 42/48 DU PASSIF)		
Dettes garanties par les pouvoirs publics belges		
Dettes financières	8921	79.066.759
Emprunts subordonnés	8931	
Emprunts obligataires non subordonnés	8941	
Dettes de location-financement et assimilées	8951	
Etablissements de crédit	8961	79.066.759
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	79.066.759
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	
DETTE FISCALES, SALARIALES ET SOCIALES		
Impôts (rubrique 450/3 du passif)		
Dettes fiscales échues	9072	
Dettes fiscales non échues	9073	3.822.818
Dettes fiscales estimées	450	
Rémunérations et charges sociales (rubrique 454/9 du passif)		
Dettes échues envers l'Office National de Sécurité Sociale	9076	4.466.070
Autres dettes salariales et sociales	9077	16.817.425
COMPTES DE RÉGULARISATION		
Ventilation de la rubrique 492/3 du passif si celle-ci représente un montant important		
Charges à imputer (492)		1.010.530
Produits à reporter (493)		23.249.651

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	240.951.192	228.936.172
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	2.142	2.186
Effectif moyen du personnel calculé en équivalents temps plein	9087	2.104,1	2.151,3
Nombre d'heures effectivement prestées	9088	3.547.183	3.603.186
Frais de personnel			
Rémunérations et avantages sociaux directs	620	119.215.042	120.827.046
Cotisations patronales d'assurances sociales	621	24.895.707	24.424.514
Primes patronales pour assurances extralégales	622	782.312	698.292
Autres frais de personnel	623	3.698.877	3.857.619
Pensions de retraite et de survie	624	23.177.729	24.700.710
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	2.021	302.523
Reprises	9113	299.027	25.578
Provisions pour risques et charges			
Constitutions	9115	12.732.674	9.404.504
Utilisations et reprises	9116	3.353.345	5.135.754
Autres charges d'exploitation			
Impôts et taxes relatifs à l'exploitation	640	132.705	80.133
Autres	641/8	358.890	445.349
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	78,0	56,2
Nombre d'heures effectivement prestées	9098	154.216	110.984
Frais pour l'entreprise	617	4.557.806	2.997.145

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	11.973	361.246
Subsides en intérêts	9126		
Ventilation des autres produits financiers			
Différences de change positives		16.183	39.400
Produits financiers divers		4.901	23.275
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		31.077	27.353
Charges financières diverses		47.602	49.926

C.5.12. IMPÔTS ET TAXES

	Codes	Exercice
IMPÔTS SUR LE RÉSULTAT		
Impôts sur le résultat de l'exercice	9134	352.506
Impôts et précomptes dus ou versés	9135	352.506
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	19.169.357	17.419.660
Par l'entreprise	9146	22.891.489	20.438.096
Montants retenus à charge de tiers, au titre de			
Précompte professionnel	9147	36.831.506	37.987.329
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		9.129.967
ENGAGEMENTS IMPORTANTS DE CESSIION D'IMMOBILISATIONS		
MARCHÉ À TERME		
Marchandises achetées (à recevoir)	9213	22.291.879
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)	29.128.324	29.342.426
Participations	(280)	29.128.324	29.342.426
Créances subordonnées	9271		
Autres créances	9281		
Créances sur les entreprises liées	9291	3.865.239	3.348.368
A plus d'un an	9301	3.749.623	2.543.714
A un an au plus	9311	115.616	804.654
Placements de trésorerie	9321		
Actions	9331		
Créances	9341		
Dettes	9351	12.457.982	12.457.982
A plus d'un an	9361	6.538.019	6.538.019
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)	27.930.223	28.694.091
Participations	(282)	27.930.223	28.694.091
Créances subordonnées	9272		
Autres créances	9282		
Créances	9292	9.434.422	7.966.791
A plus d'un an	9302	9.359.536	6.344.869
A un an au plus	9312	74.886	1.621.922
Dettes	9352	36.781.182	36.203.651
A plus d'un an	9362	32.692.145	32.114.614
A un an au plus	9372	4.089.037	4.089.037

C.5.15. RELATIONS FINANCIÈRES

	Codes	Exercice
LE OU LES COMMISSAIRE(S) ET LES PERSONNES AVEC LESQUELLES IL EST LIÉ (ILS SONT LIÉS)		
Emoluments du (des) commissaire(s)	9505	15.546
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 révisoriale	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 révisoriale	95083	

RÈGLES D'ÉVALUATION

1. PRINCIPES GÉNÉRAUX

Les comptes annuels de 2014 sont établis conformément aux dispositions légales et réglementaires et aux pratiques comptables généralement admises en BELGIQUE (A.R. du 8 octobre 1976 relatif aux comptes annuels des entreprises).

2. RÈGLES D'ÉVALUATION ADOPTÉES PAR LA RTBF

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

- immobilisations incorporelles
- immobilisations corporelles

Tableau donnant, par type d'investissement, sa durée de vie, 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

	Durée de vie
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.
- Suite 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.

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

D. CRÉANCES COMMERCIALES

Les créances commerciales sont comptabilisées à leur valeur nominale.

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

E. PLACEMENT DE TRÉSORERIE

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

F. VALEURS DISPONIBLES

Ces valeurs sont comptabilisées à la valeur nominale.

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

Les montants versés par la Communauté française dans le cadre du financement de la prise de participation de la RTBF dans le capital des sociétés FER1 et FREY sont d'abord comptabilisés en « Produits à reporter » de la rubrique Comptes de régularisation du bilan.

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

H. COMPTABILISATION DES RECETTES LIÉES À LA PUBLICITÉ

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

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

I. COMPTABILISATION DES DROITS SPORTIFS

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

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

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

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

K. RÈGLES PARTICULIÈRES POUR CERTAINES CATÉGORIES D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES

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 seront amortis pour moitié en 2013 et pour une autre moitié en 2014.

L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2014 est de 724.094,56 euros.

Suite à la décision du Conseil d'Administration de la RTBF du 20/06/2014 qui devra se concrétiser en 2019 par la reconstruction des bâtiments de la RTBF implantés sur le site de Reyers, les biens ou travaux portés à l'actif pour ce bâtiment et dont la durée de vie normale excédait 2019 seront amortis à concurrence d'un sixième de leur valeur résiduelle de 2013 à 2019.

L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2014 est de 1.115.292,68 euros.

S'il est possible de récupérer en une fois la TVA relative à l'acquisition de biens d'investissement, il y a éventuellement lieu d'en rembourser ou d'en récupérer une partie à l'Etat si le prorata de récupération est modifié dans le délai de révision de 5 ans (15 ans pour les immeubles).

Le seuil des biens concernés par cette règle passe au 01/01/2014 de 250 euros à 1.000 euros.

Afin d'adapter notre comptabilité à cette modification, outre le fait que les nouvelles acquisitions de moins de 1.000 euros ont été directement portées en charges d'exploitation, la valeur résiduelle des biens immobilisés acquis avant 2014 pour moins de 1.000 euros a été portée à 0.

L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2014 pour les biens acquis avant 2014 est de 677.882,05 euros.

Les études et travaux liés aux renforcements des pylônes ont été portés par le passé à l'actif du bilan en immobilisations corporelles. Etant donné que ces dépenses sont liées uniquement à de la maintenance pour le maintien en l'état de l'outil de production, les valeurs résiduelles de ces montants ont fait l'objet au 31/12/2014 d'une sortie d'inventaire pour être comptabilisées directement en charge d'exploitation.

L'impact négatif de cette mesure sur le résultat en 2014 est de 1.635.453,17 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 l'obtention d'une dotation complémentaire de la Fédération Wallonie-Bruxelles, conformément à l'article 66.2.c du contrat de gestion, afin de financer le versement en 2014 au Service des Pensions des compléments de pension en application de l'Arrêté Royal du 5 juin 2004 portant exécution de l'article 78 de la loi du 3 février 2003 apportant diverses modifications à la législation relative aux pensions du secteur public.

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

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

Le quatrième contrat de gestion de la RTBF pour les années 2013 à 2017, et plus particulièrement son article 12 relatif aux partenariats avec les producteurs audiovisuels indépendants pour la fiction et le documentaire, précise que la RTBF doit participer « à l'objectif d'accroître la production de séries télévisuelles belges, francophones, identitaires et populaires en partenariat avec la Fédération Wallonie-Bruxelles et toute institution publique ou privée qui souhaiterait s'inscrire dans cette démarche ». Dans cette optique, la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF ont décidé, de nouer un partenariat visant à mutualiser leurs moyens afin de concrétiser cet objectif en instaurant conjointement un Fonds de soutien à la production des séries belges, ci-après dénommé « Fonds spécial pour les séries belges ». L'objectif est de produire une quarantaine d'épisodes de 52 minutes par an, par séries de 10 épisodes, soit 4 séries annuelles afin de fidéliser le public de la RTBF à la fiction belge francophone en général. Au 31 décembre 2013, la RTBF présentait un engagement vis-à-vis du Fonds spécial pour les séries belges de 2.040.000 euros, enregistré sous le poste bilantaire #44. En 2014, la RTBF a enregistré une contribution complémentaire de 2.096.000 euros au Fonds,

enregistré sous le poste #613 du compte de résultats. En 2014 et 2015, à ce jour, les conventions d'apport relatives au Fonds totalisent respectivement 1.197.500 euros et 926.000 euros. Par conséquent, au 31 décembre 2014, la RTBF présente un engagement vis-à-vis du Fonds de 2.012.500 euros, enregistré sous le poste bilantaire #44.

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

COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

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

Le coût net de la mission de service public¹ 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 :

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 2014	Compte 2013	Ecart 14 - 13	Ecart %
Production immobilisée	0,1	0,0	0,0	108,8%
Aides à la production	5,2	5,7	-0,5	-8,5%
Recettes diverses	6,5	6,2	0,4	5,7%
Récupération de frais	0,7	0,5	0,2	44,8%
Produits financiers	0,0	0,4	-0,4	-89,2%
Produits exceptionnels	0,7	0,8	-0,1	-12,4%
Total	13,3	13,6	-0,4	-2,7%

Le compte 2014 affiche des recettes des activités non-commerciales pour un total de 13,3 millions d'euros, soit 0,4 million d'euros de moins qu'en 2013. Les aides à la production sur les magazines télévisés diminuent de 0,5 million d'euros. La diminution des subsides en capital de 0,4 million d'euros explique la variation des produits financiers. A l'inverse, les recettes diverses augmentent de 0,4 million d'euros. Les récupérations de frais augmentent également de 0,2 million d'euros du fait de la TVA.

¹ Journal officiel de l'Union européenne, C 257, 2009

Les aides à la production s'élèvent à 5,2 millions d'euros en 2014 contre 5,7 millions d'euros en 2013. Parmi celles-ci, les aides en provenance des pouvoirs publics belges représentent 34% en 2014 et se répartissent comme suit :

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14 - 13	Ecart %
Federal	0,4	0,3	0,1	19,6%
Federation Wallonie Bruxelles	0,4	0,4	-0,1	-15,7%
Wallonie	0,7	0,9	-0,2	-20,9%
Provinces	0,2	0,0	0,1	268,4%
Communes	0,1	0,1	0,0	14,7%
Total	1,8	1,8	-0,05	-2,7%

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

En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14 - 13	Ecart %
Produits	104,9	97,0	7,9	8,2%
Publicité nette	69,8	69,0	0,8	1,1%
Echanges - parrainage	23,0	17,1	6,0	34,9%
Autres produits	12,1	10,9	1,2	10,9%
Charges	-25,9	-20,6	-5,3	25,7%
Echanges - parrainage	-23,0	-17,1	-6,0	34,9%
Coût du Marketing Opérationnel - Département Diversification	-2,1	-2,4	0,3	-11,1%
Autres charges	-0,8	-1,2	0,4	-33,7%
Total	78,9	76,3	2,6	3,4%

En 2014, les activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public se soldent par un résultat positif de 78,9 millions d'euros, soit 2,6 millions d'euros de plus qu'en 2013. 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.

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 2014	Compte 2013	Ecart 14 - 13	Ecart %
Produits	3,0	2,3	0,7	30,3%
Prestations de service	1,2	0,7	0,6	88,6%
Recettes de location	1,6	1,5	0,1	8,3%
Organisation d'événements	0,1	0,2	-0,0	-11,7%
Charges	-0,7	-0,5	-0,2	31,4%
Total	2,3	1,8	0,5	29,9%

En 2014, le résultat net de cette catégorie s'élève à 2,3 millions d'euros, en augmentation de 30% par rapport à 2013, suite à l'accroissement des prestations techniques et de production réalisées pour des tiers, notamment sur les événements sportifs 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.

COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

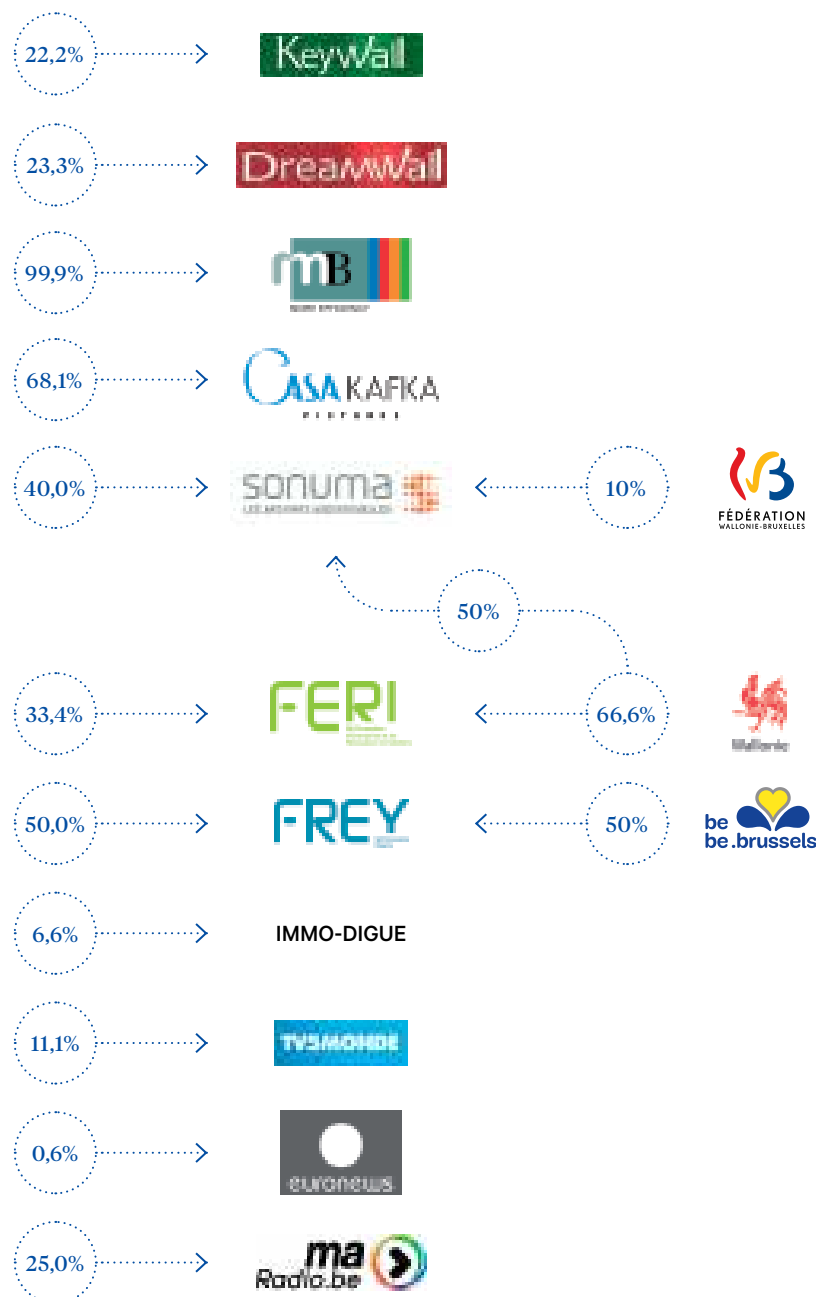
En millions d'euros	Compte 2014	Compte 2013	Ecart 14 - 13	Ecart %
Total des charges de l'entreprise	362,1	346,6	15,5	4%
Produits des activités non-commerciales	13,3	13,6	-0,4	-3%
Produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public	104,9	97,0	7,9	8%
Coût des autres activités commerciales	0,7	0,5	0,2	31%
COÛT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC	243,3	235,6	7,7	3%
DOTATIONS	241,0	228,9	12,0	5%
SOLDE	-2,4	-6,6	4,3	-64%

En 2014, le coût net de la mission de service public est supérieur aux dotations. Cela signifie une sous-compensation de 2,4 millions d'euros de la mission de service public de radiodiffusion.

IX

LES FILIALES

LES FILIAALES



ÉCOUTEZ VOS RADIOS PRÉFÉRÉES OÙ QUE VOUS SOYEZ



maRadio.be, le player unique à destination
de toutes les radios belges francophones
pour l'écoute de la radio en ligne.

25%
D'AUGMENTATION
DE L'UTILISATION
MENSUELLE
DE LA PLATEFORME
EN 6 MOIS

Créée fin 2013, à l'initiative de la RTBF, la toute jeune société coopérative **maRadio.be SCRL**, qui rassemble plusieurs acteurs de notre paysage radiophonique, mettait en ligne début mai 2014 un nouveau radioplayer. Son objectif: promouvoir chez nous, à partir d'une plateforme unique, commune, ouverte à toutes les radios reconnues de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le développement de l'écoute de la radio en ligne. En effet, ce nouveau radioplayer permet aux auditeurs de retrouver en un clic, à partir du site web de n'importe laquelle des radios participantes au projet, une grande partie des radios belges francophones, même si elles sont concurrentes entre elles.

Lancée à l'occasion du **100^e anniversaire du média radio en Belgique**, cette initiative sectorielle historique vise à rassembler en streaming sur internet toutes les radios reconnues, qu'elles soient privées ou publiques, en réseau ou indépendantes, commerciales ou associatives.

Le lancement de maRadio.be a été inspiré par le radioplayer unique anglais «UKradioplayer», lancé avec succès en Grande-Bretagne. Ce type d'initiative concertée du secteur radiophonique d'un territoire donné correspond à une nouvelle tendance qui se développe en Europe pour le développement de l'écoute de la radio en ligne: après la Grande-Bretagne et la Fédération Wallonie-Bruxelles, les radios de Norvège, d'Allemagne et d'Irlande, s'unissent pour répondre d'une manière concertée à l'évolution de l'écoute numérique en ligne.

RTBF

Rapport annuel 2014

ÉDITEUR RESPONSABLE

Chris Vandervinne

COORDINATION

Alexandra Daco

RÉDACTION

Julien Vanderweerden

Alexandra Daco

GRAPHISME

Salutpublic

Imprimé en avril 2015

en 500 exemplaires

Numéro de dépôt légal:

D-2015-0974-1

ISBN-2-930044-26-8

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

© Philippe Buissin – Imagellan (dépliant, p. 50, p. 67, p. 70). © Jean-Michel Clajot (dépliant, pp. 32-33, p. 58, p. 63, p. 73, pp. 74-75). © RTBF (dépliant, p. 39, p. 48, p. 59, p. 69, p. 71, p. 81, p. 103). © Istock Photo/Studio Graphique RTBF (p. 16), © RTBF Interactive (p. 23, p. 42, pp. 90-91), © Martin Godfroid (dépliant, p. 19, pp. 36-37, p. 49, p. 72, p. 74), © Jean-Yves Limet (dépliant, p. 48, p. 59), © Rosalia Cuevas/Jules Brunet (dépliant, p. 93), © Rose Avril (p. 7), © Studio graphique RTBF (p. 10, p. 42, p. 47, p. 80, p. 92), © Nicolas Lobet – Pryzm (p. 17, p. 18), © Agence AIR (p. 18), © Jérôme Lambot (p. 8, p. 25, p. 40, p. 43, p. 46), Cassandre Sturbois – Cazou asbl (p. 9), © ECPAD (pp. 28-31), © Bundersarchiv (pp. 30-31), © Belga Image (pp. 34-35, p. 52, pp. 54-55), © Jean-Michel Byl (p. 37, p. 47, pp. 60-61), © Les voyageurs sans bagage (pp. 38-39), © Christian Lauwers (p. 41), © Pierre Havrenne (p. 6, p. 51), © Free-images.com (p. 56), © LDV Production (p. 58), © Maëlle André (p. 60), © Ludovic Baron (p. 61), © Eric Danhier (p. 61), © Bernard Junker (p. 62), © Martin Godfroid/Ludwig Moreau/Rose Avril (p. 62), © Ottavia Marcon (p. 63), © Isabelle Franchimont (p. 63), © Michel Loriaux (pp. 64-65, p. 70), © VRT (p. 65), © A. Goldberg/R. Thienpont (p. 65), © Justin Kim (p. 66), © Régine Carpentier (p. 68), © Rudy Lamboray (p. 71), © BBC (p. 74), © Frédérique Thiébaud (p. 75), © Ingrid Otto (p. 76, p. 79), © Stéphane Laruelle (pp. 77-78), © Panique! (p. 82), © TF1 (p. 83), © Dandelooo (p. 83), © Pascal Colson/Kenneth Rawlinson (p. 84), © CVB (p. 85), © M2R Films (p. 86), © CC&C/NARA (p. 87), © Nadia Kowalski (p. 87), © Cinéart (p. 88), © MGM (p. 89), © Michel Cauffmann (p. 93), © Julien Cauvin/Leonis/TF1 (p. 94), © Pascal Potier/Visual Press Agency (p. 94), © Bardafeu Distribution (p. 95), © Christine Plenus (p. 96, p. 98), © Wrong Men (p. 97), © Arte (p. 97), © Sébastien Vandersteen (p. 99), © Michel Leroy (p. 99).

