

DIFFUSION DES MATCHES DE LA COUPE DU MONDE 2022 DE LA RTBF SUR GRAND ECRAN

CONDITIONS GÉNÉRALES D'AUTORISATION

1. CONDITIONS GÉNÉRALES COMMUNES

1.1. Tout organisateur d'événement souhaitant retransmettre sur grand écran (ou « écran géant »), à Bruxelles ou en Wallonie, gratuitement ou moyennant un droit d'entrée, un ou plusieurs matches de la Coupe du Monde 2022, doit :

- a) **en informer préalablement la RTBF**, par mail à l'adresse ecransgeants@rtbf.be, selon les modalités énoncées ci-après ;
- b) **conclure, préalablement à la diffusion, une convention avec la RTBF**, seule détentrice des droits audiovisuels sur la Coupe du Monde 2022 en Région de Bruxelles-Capitale et en Région wallonne; à défaut de convention préalable, les redevances de droits de diffusion visées ci-après seront doublées à titre de pénalité ;
- c) **payer, préalablement à la diffusion, le montant total des redevances de droits** dus pour cette diffusion sur grand écran, étant précisé que ces redevances couvrent les droits d'auteurs et droits voisins de la RTBF pour la diffusion sur grand écran, mais pas les droits dus aux autres sociétés de gestion collective, telle que, par exemple, Unisono pour la musique sur le site de l'événement.

1.2. Tout organisateur d'un grand écran doit assurer **le strict respect du signal de la RTBF** (La Une, Tipik, La Trois ou Auvio). La reprise du signal d'une autre chaîne (TF1, Eurosport ou VRT (excepté pour celle-ci à Bruxelles)) et/ou d'une autre chaîne de radio, est interdite.

Ceci implique que l'organisateur achemine lui-même, à ses frais, le signal télévisé de la RTBF pour sa diffusion sur le grand écran qu'il aura lui-même déployé et s'engage à ce que cette diffusion se fasse

- a) de manière intégrale et inchangée (image et son),
- b) sans modification, suppression ou ajout de commentaires,
- c) sans coupure, ni superposition de musique de fond ou d'ambiance,
- d) avec une prise de signal au moins 25 minutes avant le coup d'envoi du match (15 minutes avant le début de la cérémonie d'ouverture pour le match d'ouverture et pour la finale) jusqu'à au moins 10 minutes après le coup de sifflet final du match,
- e) en ce compris l'intégralité des écrans publicitaires et annonces de parrainage avant, après et pendant le match,
- f) sans ajout de publicité audio ou télévisuelle locale, régionale ou nationale sur le lieu de l'événement.

1.3. Tout organisateur s'engage à **ne pas utiliser les marques, logos, emblèmes, mascottes, trophées, designs, éléments graphiques ni aucun autre matériel appartenant à la FIFA, en rapport avec la Coupe du Monde, Qatar 2022™**.

1.4. Tout organisateur s'assurera de **ne pas associer** à son événement, tant sur place que dans sa communication promotionnelle imprimée (affiche, annonce presse, folder...), audiovisuelle (radio, télé, cinéma) ou numérique (internet et réseaux

sociaux), **des partenaires commerciaux qui seraient des concurrents directs de ceux de la FIFA** (à savoir entre autres Adidas, Besix, BMW, Carrefour, Coca-Cola, Connections, Côte d'Or, GLS, Herbalife Nutrition, ING Belgique, Jupiler, Lotto, Proximus, PwC, etc , cette liste étant périodiquement actualisée et disponible, avec les coordonnées de contact, sur le site www.fifa.com).

Il informera la RTBF par mail de l'identité de l'ensemble de ses sponsors et transmettra sans délai, sur simple demande de la RTBF, une copie de ses annonces publicitaires (affiche, folder, annonce on-line, ...) à l'adresse ecransgeants@rtbf.be .

1.5. Aucun parti politique ou liste de candidats à des élections, ni aucun mandataire politique ne peut être **organiseur d'un grand écran**, ni être associé comme partenaire ou sponsor, de quelque manière que ce soit, à un grand écran.

1.6. Pour toute situation non visée par les présentes conditions générales, tout organisateur doit s'adresser directement à la RTBF, à l'adresse ecransgeants@rtbf.be .

1.7. La FIFA impose que tous les grands écrans (et leurs cadres) utilisés lors des projections publiques soient entourés d'une « **zone sans publicité** » **d'au moins 3 mètres (dans chaque direction) dépourvue de tout branding ou de toute identification de quelque nature que ce soit (commerciale ou autre)**.

Les seules exceptions pouvant apparaître dans cette zone sans publicité sont :

- a) le branding de tout sponsor officiel impliqué dans la projection publique ;
- b) l'identification du diffuseur officiel concerné ; et/ou
- c) l'identification en police de caractère standard de la ville dans laquelle la projection publique est organisée (aucun logo ni aucun branding graphique n'est autorisé).

1.8. La FIFA accepte que **les projections publiques puissent bénéficier du soutien de tiers (que ce soit par l'intermédiaire d'un sponsoring ou d'une autre façon)** mais elle impose que le bénéficiaire de la licence de diffusion sur grand écran respecte les conditions suivantes :

- a) toutes les opportunités doivent être proposées à chacun des sponsors officiels par écrit.** Chaque sponsor officiel doit se voir accorder une **période de négociation exclusive (par rapport aux sponsors non officiels) d'au moins 7 jours**. Si le bénéficiaire de la licence envoie une demande valide par email, reprenant tous les détails de la proposition et de sa projection publique et ne reçoit pas de réponse dans les 7 jours, le sponsor officiel peut être réputé avoir décliné la proposition ;
- b) après avoir proposé toutes les opportunités disponibles aux sponsors officiels, le bénéficiaire de la licence peut proposer les opportunités restantes en priorité à la RTBF avec une période de négociation exclusive d'au moins 3 jours, et ensuite aux autres tiers qui ne sont pas des concurrents des sponsors officiels et/ou de la RTBF, quels qu'ils soient.** Les offres de ce type ne doivent pas comporter de conditions plus favorables que celles proposées aux sponsors officiels.

1.9. La RTBF rappelle le respect des principes minimums suivants :

- a) la priorité doit être donnée aux sponsors officiels de la Coupe du Monde, à la RTBF et aux sponsors de la retransmission radio et télé sur la RTBF,**

qui doivent être contactés par écrit, avant la diffusion sur grand écran, en leur laissant si possible au moins 7 jours ouvrables de délai pour leur permettre de préciser s'ils souhaitent être associés à l'événement ;

- b) une fois ce délai passé, **le bénéficiaire de la licence peut proposer les opportunités restantes à d'autres sponsors à la condition expresse que ce ne soient pas des sponsors concurrents des sponsors officiels de la Coupe du Monde et/ou de la RTBF**. Les offres de ce type ne doivent pas comporter de conditions plus favorables que celles proposées aux sponsors officiels.
- 1.10. Tout organisateur s'assurera du respect des consignes fédérales et des règles sanitaires en vigueur lors de la (des) diffusion(s) des matches sur écrans géants.

2. GRAND ÉCRAN INSTALLÉ DANS LES CAFÉS ET RESTAURANTS

- 2.1. Tout café ou restaurant qui installe un **grand écran dans son établissement ou sur la terrasse de celui-ci**, pour autant que l'écran soit tourné vers l'intérieur de l'établissement et non vers l'espace public et que **l'entrée** de cet établissement soit **gratuite** à cette occasion, bénéficie de la **gratuité des droits de diffusion**.
- 2.2. **Si** cet établissement prévoit un **droit d'entrée** (y compris via une « entrée gratuite » avec prépaiement obligatoire de boissons ou nourritures ou toute autre formule semblable), il y a lieu de se reporter au **point 3 ou 4 ci-après**.
3. **GRAND ÉCRAN INSTALLÉ LORS D'UN ÉVÈNEMENT EXISTANT, RÉCURRENT (ORGANISÉ DEPUIS QUATRE ANS AU MOINS, A L'EXCEPTION DE LA PÉRIODE COVID), PLANIFIÉ DE LONGUE DATE ET QUI SE SERAIT TENU MÊME SANS GRAND ÉCRAN (FESTIVAL, KERMESSE, BRADERIE, FANCY-FAIR, MANIFESTATION FOLKLORIQUE ...)**

Tout organisateur d'un grand écran installé **lors d'un évènement existant, récurrent** (depuis quatre ans au moins, à l'exception de la période covid), **planifié de longue date** et qui se serait tenu même sans grand écran (ex. : festival, kermesse, braderie, fancy-fair, manifestation folklorique ...)

- a) doit **informer préalablement la RTBF**, à l'aide du formulaire repris en annexe, par mail à l'adresse ecransgeants@rtbf.be
- **de l'existence de ce grand écran** ;
 - **du nombre de journées de compétition** qu'il souhaite diffuser, en détaillant **les dates précises de ces journées** ;
 - **de la capacité maximale du nombre de personnes autorisées** sur le site qui accueillera le grand écran ;
- b) **doit associer la RTBF, à travers ses marques Vivacité et La Une, Tipik (en fonction des matches diffusés) ou AUVIO**, dans toute **communication promotionnelle** relative à la diffusion du/des match(es), tant sur place que dans sa communication promotionnelle imprimée (annonce presse, folder...), audiovisuelle (radio, télé, cinéma) ou en ligne (internet et réseaux sociaux), durant l'évènement ;
- c) bénéficie de la **gratuité des droits de diffusion**.

Le nombre de ces grands écrans installés lors d'un événement existant, récurrent et planifié de longue date, n'est pas limité par commune.

4. GRAND ÉCRAN INSTALLÉ DANS LE CADRE D'UN ÉVÈNEMENT DÉVELOPPÉ SPÉCIALEMENT AUTOUR DE LA COUPE DU MONDE 2022

4.1. Tout organisateur d'un grand écran installé dans le cadre d'un événement développé spécialement autour d'un ou plusieurs matches de la Coupe du Monde 2022, doit :

- a) informer préalablement la RTBF**, à l'aide du formulaire repris en annexe, par mail à l'adresse ecransgeants@rtbf.be
 - **de l'existence de ce grand écran** ;
 - **du nombre de journées de compétition** qu'il souhaite diffuser, en détaillant **les dates précises de ces journées et les matches des Diables rouges** visés ;
 - **de la capacité maximale du nombre de personnes autorisées** sur le site qui accueillera le grand écran, établie :
 - soit sur la base d'une attestation des autorités communales, de la police ou des pompiers,
 - soit sur la base de la surface utile du site de l'événement, étant entendu que la RTBF se réserve la faculté de vérifier sur place la capacité effective, et qu'en cas de contestation, l'estimation se fera sur la base de minimum 2 spectateurs par m² ;
- b) conclure préalablement à la diffusion, une convention avec la RTBF**, à défaut de quoi les redevances de droits seront doublées à titre de pénalité. Toute exploitation contraire au règlement pourrait entraîner des poursuites judiciaires, ainsi que l'interdiction de toute exploitation future liée à des événements sportifs.
- c) associer la RTBF, à travers ses marques Vivacité et La Une, Tipik (en fonction des matches diffusés) ou AUVIO, comme co-organisateur de l'événement**, à côté de l'organisateur (par ex « La RTBF et... vous invitent... »), avant tout autre partenaire ou sponsor, dans toute **communication promotionnelle** relative à la diffusion du/des match(es), **tant sur place que dans sa communication promotionnelle** imprimée (annonce presse, folder...), audiovisuelle (radio, télé, cinéma) ou en ligne (internet et réseaux sociaux), durant l'événement, étant entendu que
 1. L'organisateur doit solliciter et obtenir **l'accord préalable de la RTBF sur l'ensemble des matériels de communication et sur la visibilité sur place**, visée à l'alinéa précédent, **au moins trois jours avant la date du premier événement** ;
 2. **l'organisateur doit réserver à la RTBF, sans contrepartie, une exclusivité média** (vis-à-vis des autres chaînes de radio et de télévision et des éditeurs de contenus web), **en qualité de sponsor** de l'événement, de diffuseur **sur le lieu de l'événement, et sur le plan éditorial** (couverture audio, télé et web de l'événement : exclusivité RTBF, sauf accord préalable en faveur des télévisions locales partenaires) ;
 3. l'organisateur doit, sur demande de la RTBF, **réservoir, sans contrepartie, une visibilité ou un espace/lieu de réception sur le site de l'événement**, à concurrence d'au moins ¼ de l'espace promotionnel, **aux partenaires de la RTBF ou de la RMB**, régie publicitaire de la RTBF ;
 4. la RTBF devra donner son **accord préalable sur le partenaire presse** avec lequel l'organisateur souhaiterait le cas échéant s'associer, se réservant la

faculté de refuser un partenaire presse qui développerait des activités dans le domaine audiovisuel, en concurrence directe des médias de la RTBF.

5. L'organisateur garantit un accès à l'évènement à une équipe de journalistes de la RTBF pour des interventions sur ses antennes en ce compris les autorisations ad-hoc du public.

4.2. Pour les événements qui peuvent accueillir jusqu'à 500 personnes, tout organisateur doit :

- a) accepter que **le nombre d'événements jusqu'à 500 personnes** ne soit **pas limité par commune** ;
- b) **payer à la RTBF avant la diffusion** une **redevance forfaitaire de droits** :
 - **de 150,00 € HTVA (181,50 € TVA comprise), par journée de retransmission** sur grand écran, **pour les sites pouvant accueillir moins de 300 personnes** (quel que soit le nombre de personnes effectivement présentes) ;
 - **de 250,00 € HTVA (302,50 € TVA comprise), par journée de retransmission** sur grand écran, **pour les sites pouvant accueillir de 300 à 500 personnes** (quel que soit le nombre de personnes effectivement présentes) ;
 - cette redevance de droits peut faire l'objet d'un **remboursement partiel de 50 %**, à la demande de l'organisateur, si celui-ci prouve que des **événements météorologiques** (orages, averses ou fortes pluies) ont entraîné une **baisse d'au moins 30 % de la fréquentation du site** par rapport à sa capacité, en apportant la preuve de ces événements météorologiques et un **décompte précis du nombre de spectateurs** ;
 - cette redevance de droits peut être majorée d'une **pénalité de 50 % en cas de non-respect des dispositions relatives à l'association de la RTBF dans la promotion et la communication** de l'événement et sur le site de l'évènement.
 - cette redevance de droits peut faire l'objet d'un **remboursement total** à la demande de l'organisateur, en cas d'annulation pure et simple pour cas de force majeure lié au Covid ou décision de l'autorité publique liée à la crise sanitaire.
- c) toute **commune** qui organise un grand écran pouvant accueillir moins de 500 personnes, elle-même ou par le biais d'une ASBL communale (syndicat d'initiative, office du tourisme, centre culturel, ...), sur la base d'une décision officielle du collège communal, pour autant que l'entrée soit gratuite et qu'il n'y ait pas de sponsor, bénéficie de la **gratuité des droits de diffusion**.

4.3. Pour les grands événements pouvant accueillir plus de 500 personnes, tout organisateur doit :

- a) savoir que la RTBF n'autorisera **qu'un seul grand événement de + de 500 personnes par commune, à la condition qu'il soit officiellement organisé, accepté ou soutenu par une décision du conseil ou du collège communal**, sauf exception justifiée par un des trois motifs suivants et dument acceptée par la commune elle-même (dans les deux premiers cas) et par la RTBF (dans le troisième cas) :
 - si des **raisons de sécurité** imposent d'organiser deux ou plusieurs événements sur le territoire d'une même commune, notamment pour éviter que des supporters de

deux communautés étrangères ne se retrouvent devant un seul et même grand écran (cf. Circulaire OOP42ter),

- si des **raisons objectives**, spécifiques à la commune, dument justifiées par une décision du conseil ou du collège communal, en raison de **l'étendue du territoire**, de la **structure démographique** de la commune ou de **motifs de cohésion sociale**, justifient d'organiser plusieurs événements sur le territoire d'une même commune, étant précisé qu'une commune pourra autoriser sur son territoire un grand événement de + de 500 personnes par tranche entamée de 30.000 habitants, avec un maximum de 4 grands écrans par commune ;
- et, au cas par cas, dans les hypothèses de **communes limitrophes ou de villes à forte densité de population**, étant entendu qu'il ne peut en principe être envisagé d'organiser deux grands événements de + de 500 personnes à moins de 2 km l'un de l'autre.

b) payer à la RTBF avant la diffusion, une redevance proportionnelle de droits,

- calculée sur base de la capacité déclarée du site de l'événement (quel que soit le nombre effectif de personnes présentes), du nombre de jours de diffusion et du caractère gratuit ou payant de l'événement, sur la base du tarif suivant (montants hors TVA de 21 %, à rajouter) :

Jours de retransmission	Entrée gratuite	Entrée payante *	Entrée payante VIP
1 à 3 jours	1,00 €/pers/jour	1,50 €/pers/jour	3,00 €/pers/jour
4 à 7 jours	0,80 €/pers/jour	1,25 €/pers/jour	2,50 €/pers/jour
8 à 23 jours	0,60 €/pers/jour	1,00 €/pers/jour	2,00 €/pers/jour

*y compris « entrée gratuite » avec prépaiement obligatoire de boissons ou nourritures ou toutes autres formules de même nature

- ces redevances de droits sont réduites de 20 % pour les communes (mais pas les ASBL communales ou autres) qui organisent seules un événement, sans aucun sponsor, sans aucune entrée payante, et sans activité de vente ni revenu de boissons, nourriture et merchandising liée à l'événement ;
- cette redevance de droits peut faire l'objet d'un **remboursement partiel de 50 %**, à la demande de l'organisateur, si celui-ci prouve que des **événements météorologiques** (orages, averses ou fortes pluies) ont entraîné une **baisse d'au moins 30 % de la fréquentation du site** de l'événement par rapport à sa capacité, en apportant la preuve de ces événements météorologiques et un **décompte précis du nombre de spectateurs** ;
- cette redevance de droits peut faire l'objet d'un **remboursement total** à la demande de l'organisateur, en cas d'annulation pure et simple pour cas de force majeure lié au Covid ou décision de l'autorité publique liée à la crise sanitaire.
- cette redevance de droits peut être majorée d'une **pénalité de 50 % en cas de non-respect des dispositions relatives à l'association de la RTBF dans la promotion et la communication** de l'événement et sur le site de l'événement ;

- toute **commune** qui organise un **grand écran pouvant accueillir plus de 500 personnes**, elle-même ou par le biais d'une ASBL communale (syndicat d'initiative, office du tourisme, centre culturel, ...), sur la base d'une décision officielle du collège communal, et qui se sera acquitté d'une redevance de droits, bénéficiera d'un **crédit d'espace promotionnel sur les décrochages locaux de VivaCité, en vue de la diffusion d'un spot de promotion d'un événement communal sportif, culturel, éducatif ou autre, étant entendu que ce crédit d'espace**
 - pourra être **sollicité par la commune concernée une fois la redevance de droits complètement acquittée** ;
 - aura un montant **équivalent au montant (HTVA) de la redevance de droits effectivement payé** pour les grands écrans relatifs aux **matches des Diables rouges**, déduction faite des éventuels apports des sponsors et partenaires privés associés à l'événement ;
 - pourra être utilisé **pour la production et la diffusion dudit spot**, au prix du marché, sur base des tarifs applicables aux annonceurs non commerciaux ;
 - pourra être **consommé jusqu'au 31 décembre 2023**, dans le cadre d'une **convention d'échange promotionnel** entre la commune et la RTBF, la RTBF déterminant en concertation avec la commune demanderesse, le(s)quel(s) des événements locaux sportifs, culturels, éducatifs ou autres, au(x)quel(s) la RTBF (VivaCité) s'associera en qualité de partenaire média.

Paraphe :