

RTBF – AVIS 2022
CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL
DECEMBRE 2023



INTRODUCTION

En exécution de l'article 9.1.2-3, 6° du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA est chargé de rendre un avis sur la concrétisation par la RTBF des obligations prévues par son contrat de gestion. Cet avis se fonde sur le rapport d'activités que l'éditeur de service public établit chaque année selon les modalités décrites par le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

L'article 24 du décret du 14 juillet 1997, portant statut de la Radio-télévision belge de la Communauté française, tel que modifié le 21 février 2003, énonce que « *le rapport annuel d'activités est soumis à l'examen du Collège des commissaires aux comptes au plus tard le 31 mai avant d'être soumis au gouvernement et au Conseil supérieur de l'audiovisuel au plus tard le 1^{er} septembre* ».

À l'occasion du contrôle annuel, le Collège s'assure également du respect des dispositions du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, notamment ses articles 2.2-2, 2.4-1, 2.4-2, 2.5-1, 3.1.1-2, 3.1.1-3, 3.1.2-3, 3.1.2-4, 4.1-1, 4.2.1-1, 4.2.2-1 et 5.2-9, que le contrat de gestion prend d'ailleurs en considération dans différentes dispositions.

La RTBF a transmis son rapport annuel 2022 dans les délais prévus. Elle a également répondu de manière réactive aux compléments d'information demandés par le CSA.

Enfin, conformément à l'article 87 du contrat de gestion, l'administrateur général de la RTBF, Monsieur Jean-Paul Philippot, a été reçu en audition le 23 novembre 2023 par le Collège d'autorisation et de contrôle préalablement à l'adoption définitive de son avis concernant le contrôle de la réalisation des obligations de la RTBF découlant de son contrat de gestion.

Le présent avis se compose de 13 fiches thématiques :

1. Offre de services
2. Information
3. Développement culturel
4. Programmation jeunesse
5. Education aux médias
6. Production propre
7. Quotas
8. Accessibilité
9. Relation avec les publics
10. Egalité et diversité
11. Soutien à la production
12. Finances
13. Nouveaux services importants
14. Conclusion

TABLE DES MATIERES

<i>INTRODUCTION</i>	2
<i>OFFRE DE SERVICES</i>	5
MEDIAS 2022	5
ALGORITHMES DE RECOMMANDATION	11
DEVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES.....	13
ARCHIVES	15
<i>INFORMATION</i>	18
CONTEXTE.....	18
BILAN.....	18
AVIS.....	29
<i>DEVELOPPEMENT CULTUREL</i>	30
CONTEXTE.....	30
BILAN.....	31
AVIS.....	41
<i>PROGRAMMATION JEUNESSE</i>	43
<i>EDUCATION AUX MEDIAS</i>	49
CONTEXTE.....	49
BILAN.....	49
AVIS.....	54
<i>PRODUCTION PROPRE</i>	55
PRODUCTION PROPRE TV	55
PRODUCTION PROPRE RADIO	59
<i>QUOTAS</i>	61
QUOTAS TV	61
QUOTAS RADIO	65
QUOTAS NON LINÉAIRES	69
<i>ACCESSIBILITE</i>	72
CONTEXTE.....	72
BILAN.....	73

AVIS.....	90
<i>RELATIONS AVEC LES PUBLICS.....</i>	<i>91</i>
LE TRAITEMENT DES DEMANDES DU PUBLIC PAR LE SERVICE DE MEDIATION.....	91
LE PROGRAMME DE MÉDIATION	94
LES PUBLICS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	95
<i>ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ.....</i>	<i>97</i>
CONTEXTE.....	97
BILAN.....	97
AVIS.....	106
<i>SOUTIEN À LA PRODUCTION.....</i>	<i>107</i>
PRODUCTION AUDIOVISUELLE DANS SON ENSEMBLE.....	107
SOUTIEN A LA PRODUCTION INDÉPENDANTE	110
AVIS GLOBAL RELATIF AU SOUTIEN A LA PRODUCTION INDEPENDANTE.....	117
<i>FINANCES.....</i>	<i>118</i>
TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES	118
COUT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC.....	124
<i>EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES IMPORTANTS OU DES MODIFICATIONS SUBSTANTIELLES DES SERVICES EXISTANTS</i>	<i>126</i>
CONTEXTE.....	126
BILAN.....	127
AVIS.....	128
<i>CONCLUSION GENERALE</i>	<i>129</i>

OFFRE DE SERVICES

MEDIAS 2022

CONTEXTE

En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes, et une quatrième chaîne thématique, complémentaires et clairement identifiées sur le plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs.

En radio, la RTBF doit éditer six services sonores complémentaires : deux généralistes et quatre musicaux (classiques et non classiques). Elle peut y ajouter trois chaînes complémentaires diffusées en DAB+. En parallèle, la RTBF doit développer une offre de référence en termes de webradios.

BILAN

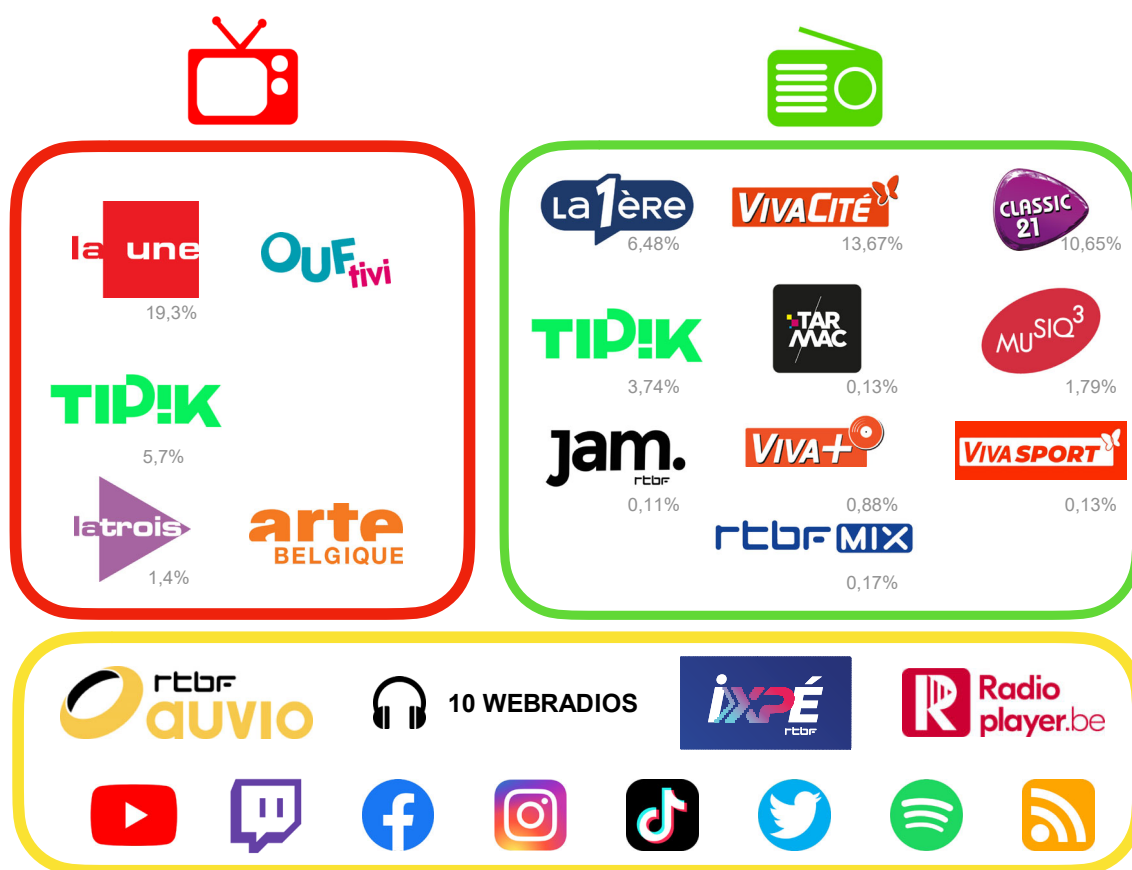


Diagramme synthétique représentant l'offre de la RTBF, regroupée en termes de services télévisuels et radiophoniques d'une part, et en termes de plateformes non-linéaires d'autre part. Les principaux services sont accompagnés de leurs parts de marché respectives pour l'année 2022¹.

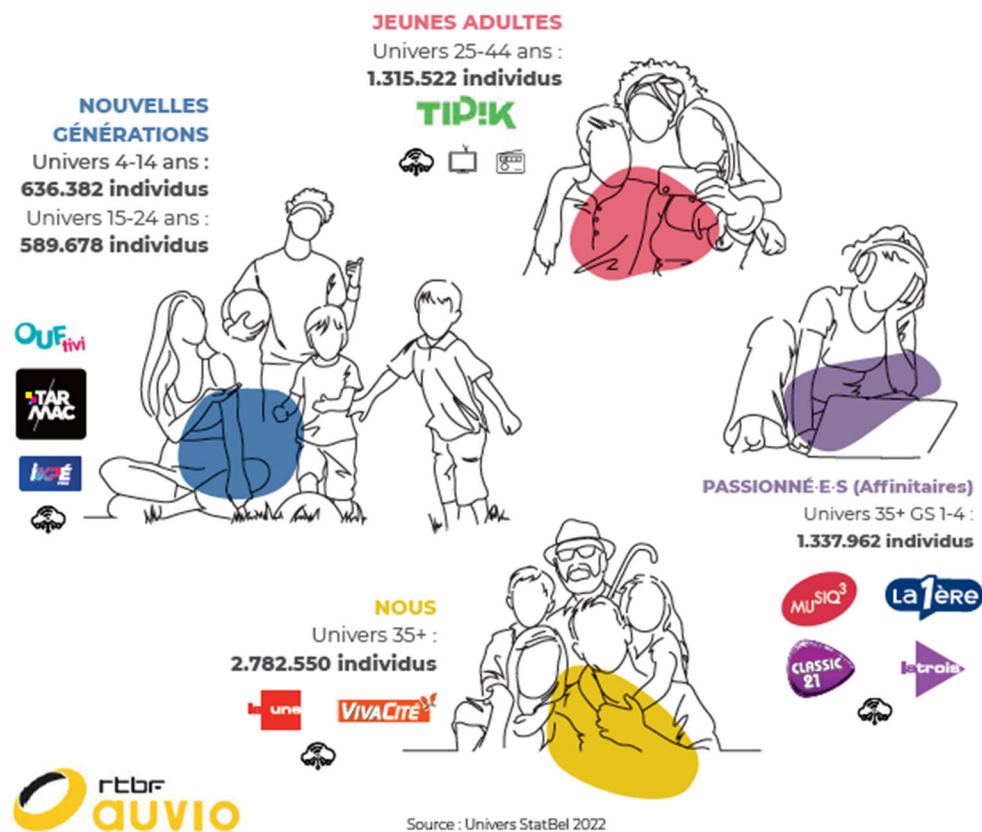
¹ Télévision : Audimétrie CIM ; Radio : CIM Radio, résultats moyens sur base des 4 vagues portant sur l'année 2022, calculés par les services du CSA.

L'approche « par publics »

Le modèle d'entreprise et l'approche éditoriale de la RTBF demeurent centrés sur 4 profils de publics, autour desquels l'édition d'offre est articulée.

- **Rassemblement (Nous)** : définis comme des « publics en quête de rassemblement, tournés vers les contenus qui rassemblent, l'info didactique et le divertissement, friands des médias traditionnels et d'un accompagnement digital » ;
- **Passionné.e.s (Affinitaires)** : « publics de passionnés, appréciant avoir du temps pour soi, approfondir, s'enrichir. Ils oscillent entre le contenu disponible en linéaire ou non linéaire » ;
- **Jeunes adultes** : « menant une vie active et nomade, à la recherche de contenus authentiques, engagé.e.s, sensibles aux ambassadeurs.rice.s charismatiques et inspirant.e.s » ;
- **Nouvelles générations** : « ouverts aux changements constants, définitivement multi-plateformes, à la recherche de figures d'inspiration ».

L'illustration ci-dessous représente les offres principales qui leur sont associées :



Source de l'illustration : rapport annuel public RTBF-2022, p.14

[L'offre audio](#)

Radio

L'année 2022 a été marquée par le début de la guerre en Ukraine. Le 21 mars, la RTBF a lancé *RTBF Ukraine – Україна*, un « espace digital et radio » proposant des contenus en ukrainien visant à faciliter l'insertion des déplacés ukrainiens au sein de la société belge mais aussi à favoriser les liens au sein de cette communauté et avec la population belge. Selon la RTBF, le projet a démontré l'importance de disposer d'un canal radio du média public disponible en cas de crise. Il a d'ailleurs remporté le Grand Prix International URTI Radio (sur le thème « Radio et confiance ») dans la catégorie Digital Works Awards.

RTBF Ukraine – Україна était composée des canaux suivants :

- Une radio d'info service disponible en DAB+ et en streaming
- Une page rtbf.be/ukraine avec des articles en ukrainien et des cours de français
- Un compte Telegram, le réseau social populaire en Ukraine, avec des posts en ukrainien et le lien vers la page web dédiée.
- L'offre consistait en une boucle audio reprenant des informations concernant la situation et le dispositif de solidarité mis en place ; des informations utiles sur la Belgique et l'Europe ; des informations pratiques et un aperçu des initiatives en matière d'accueil.

Fin 2022, la RTBF a cessé d'alimenter la radio en contenus quotidiens mais a gardé sa page internet active avec un contenu pérenne et la boucle d'informations pratiques en DAB+.

Disponibilité en 2022 des différents services de radio selon les plateformes de diffusion

Chaîne	FM	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Internet
La Première	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui
Vivacité	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Musiq'3	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Classic 21	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Tipik	oui	oui	oui	oui	-	oui	oui
Tarmac	-	oui	-	-	-	-	oui
Jam	-	oui	-	-	-	-	oui
Viva +	-	oui	-	-	-	-	oui
RTBF Ukraine – Україна	-	oui	-	-	-	-	oui
Viva Sport		oui					oui
Webradios	-	-	-	-	-	-	oui
RTBF Mix	-	oui	-	-	-	-	oui

En 2022, l'offre de la RTBF en matière de webradios disponibles sur Auvio, en plus des déclinaisons web des services disponibles en FM ou DAB+, comprend : Classic 21 60's, Classic 21 70's, Classic 21 80's, Classic 21 90's, Classic 21 Blues, Classic 21 Metal, Classic 21 Noir Jaune Rock, Classic 21 Soulpower, Classic 21 Route 66, et Musiq3 Jazz.

Podcasts

Comme lors des exercices précédents, l'offre de podcasts de la RTBF continue de prendre davantage d'importance. Cette offre est composée d'émissions des différents services de l'éditeur, de déclinaisons podcast de certaines émissions et des contenus natifs produits notamment dans le cadre des appels d'offre podcast en exécution de l'article 56.2 du contrat de gestion (4 par an).

Hormis via Auvio (voir ci-dessous), les contenus audio sont également disponibles via leurs pages respectives sur le site web de chaque radio (souvent en premier lieu en radio vision et non en contenu audio) ainsi que via Apple Podcasts, PocketCast et un flux RSS standardisé pour permettre aux auditeurs de s'abonner via d'autres applications.

L'offre des contenus audio de la RTBF sur Spotify, application d'écoute musicale (streaming et téléchargement) de plus en plus populaire pour la consommation des podcasts, a encore été étoffée en 2022 mais comprend encore des lacunes.

Les contenus natifs sont disponibles sur ces mêmes plateformes, mais également sur la chaîne YouTube de la RTBF sous l'onglet Playlists.

Quatre appels à projets « podcasts » natifs (financement total 100.000 euros, art. 56 du Contrat de Gestion) ont été menés en 2022 :

- La Poupée russe (La Première)
- Du beurre dans les épinards (Tipik)
- Pouvoir (Tarmac) - projet abandonné (pour cause de qualité insuffisante des épisodes réalisés)
- Nora décrypte le numérique (Nouvelles Générations) – abandonné (pour cause de qualité insuffisante des épisodes réalisés)

Par ailleurs, l'équipe Nouveaux Formats (anciennement Fiction Digitale) a lancé la diffusion d'une série, de trois séries de capsules humoristiques et de quatre podcasts natifs.

Offre digitale transversale

Des labels de contenu se développent et s'amplifient numériquement, sur les plateformes qui correspondent au mieux aux codes des publics visés. Trois exemples illustrent ces développements dans cette section : Tarmac, iXPé et @story privée.

iXPé

Depuis octobre 2021, la RTBF développe iXPé, « média transversal » de référence pour les contenus « culture 2.0 », eSport, gaming et technologie, visant un public geek de tout âge. Initialement conçu comme une « spin-off » de Tarmac et rassemblant les contenus gaming de ce média, iXPé est principalement présent sur Twitch (« Le Crew », collectif de Twitchers, stream en direct depuis un espace spécifiquement dédié au sein de la RTBF), YouTube et Auvio (la web-série « Le Dit du Gaijin ! » et « On n'est pas des IENCLI », programme de tests autour des nouveautés du gaming). Des événements autour du gaming et fédérateurs de la communauté sont organisés dans les cinémas et les festivals, ainsi que pour soutenir Cap48. En outre, un appel à projets de webdocumentaires a été lancé en 2022 : « Good game » (Nouvelles générations / RTBF / iXPé).

Tarmac

En 2022, Tarmac continue de développer des contenus variés : un documentaire musical (YouTube), des vlogs couvrant les festivals estivaux (YouTube, Facebook, Instagram et TikTok) ainsi que des podcasts

« OG Story », sur le hip-hop et son histoire et Tarmac Comedy, déclinaison audio des versions audiovisuelles sur Auvio.

SPIT et @story privée

Créé courant 2022, SPIT est piloté par 2 influenceur.euse.s autour du divertissement, sur TikTok et sur Instagram. Après « Mise à jour », la RTBF a également développé « @story privée », compte TikTok dédié à la discussion entre jeunes (10-18 ans) mettant quotidiennement au cœur de ce compte des échanges, entre eux, sur des sujets qui les touchent (famille, santé mentale, éducation, famille).

Les applications et sites

Auvio (version 3.0.90)

« Première plateforme en FWB qui donne accès à la plus large bibliothèque de contenus audios et vidéos, de la RTBF et de ses partenaires », Auvio comprend une application et une plateforme en ligne proposant les mêmes contenus. Il est nécessaire d'avoir un compte avec mot de passe pour y avoir accès (l'application ne propose pas de contenus écrits). Les chaînes radio et TV de la RTBF et extérieurs (AB3, LN24...) sont accessibles en page d'accueil. L'outil de recherche de l'application est performant. La personnalisation du compte est facile et pratique (dernières écoutes, favoris, etc.). L'application Auvio n'est pas utilisable hors connexion et ne permet pas de téléchargement pour écouter ou visionner un contenu hors ligne.

Selon la RTBF, la plateforme touche 310.000 personnes par semaine en moyenne, pendant une durée moyenne de 41 minutes.

L'ensemble des radios de la RTBF est accessible sur Auvio, qui rassemble non seulement les 9 services diffusés en FM et/ou en DAB+, mais également les webradios de la RTBF.

Quatre services sont également disponibles en radio visuelle via Auvio : La Première, Vivacité, Tipik et Tarmac.

L'onglet « Direct » dans Auvio, propose les directs radios disponibles en radio visuelle avec les directs TV. Les radios de la RTBF sont disponibles en audio dans le bas de la page, sans renvoyer vers RadioPlayer comme c'était le cas par le passé.

L'audio a été au cœur de la refonte de la plateforme Auvio opérée en 2022 : un player dédié n'entravant pas la navigation a été créé et l'accès au catalogue se fait désormais via la page d'accueil. L'expérience utilisateur en est améliorée. Les thématiques de contenu sont désormais plus explicites. Certains contenus audio peuvent être téléchargés en mp3 depuis la plateforme en ligne. En 2022, cette option n'était malheureusement disponible ni dans l'application mobile Auvio (dans sa version 3.0.90), ni dans les autres apps de la RTBF. La diffusion d'insertions publicitaires dans Auvio (et d'autres plateformes) sur des contenus audio -y compris les formats courts- rend également inconfortable l'utilisation de cette plateforme et peut en détourner certaines utilisatrices.

En vidéo, le catalogue reprend l'ensemble de la production propre de la RTBF. Dans la mesure du possible, la RTBF négocie les droits des programmes qu'elle acquiert pour qu'ils soient également disponibles sur Auvio. En outre, l'offre s'étoffe de plus en plus avec des contenus exclusifs (séries, documentaires, courts et long-métrages de fiction...). Enfin, la rubrique « direct » propose certains programmes télévisuels linéaires et radiophoniques en direct ainsi que des retransmissions exclusives.

Ce catalogue est accessible pendant un laps de temps variable, entre 7 jours à plus d'un an en fonction des droits de diffusion.

Depuis 2020, Auvio a intégré le catalogue de la SONUMA ; des séries de Radio Canada ; les journaux de la VRT et une offre premium de longs métrages, en partenariat avec Sooner. Depuis 2021, Auvio inclut également des contenus de la chaîne privée LN24 ainsi que du média néerlandophone BRUZZ.

De nouvelles fonctionnalités permettant davantage de personnalisation sont en place depuis novembre 2022 :

- de nouvelles fonctionnalités dans le but d'améliorer l'expérience sur tous les supports : télévision, PC, mobile, tablette ainsi que de nouvelles fonctionnalités Auvio sur les télévisions connectées ;
- une configuration modifiée dans un souhait de simplicité accrue pour accéder aux contenus et une navigation plus fluide sur la plateforme ;
- une section « Mon Auvio », regroupant les favoris et un historique de lecture des contenus.

Par ailleurs, Auvio Kids est un espace spécifique sécurisé (via la possibilité d'activer un code parental vers le reste de la plateforme) et sans publicité.

RTBF (version 5.9.10)

Complémentaire d'Auvio, le site et l'application rtbf.be sont la « porte d'entrée unique vers l'actualité » de la RTBF. Une nouvelle version de l'application plus intuitive et personnalisable a été lancée en février 2023 reflétant les changements opérés sur le site internet rtbf.be (janvier 2023) centré sur l'actualité. Elle permet d'accéder à de nombreux articles ainsi qu'à des contenus vidéo et audio (émissions des radios de la RTBF déjà diffusées, en direct et podcasts natifs). Il est nécessaire d'avoir un compte avec mot de passe pour avoir accès aux contenus audio et vidéo, à l'exception des radios en direct. L'application a encore fait l'objet d'améliorations permettant une navigation plus fluide. Elle peut être personnalisée (choix de thématiques). L'application RTBF n'est pas utilisable hors connexion.

Tarmac

L'application n'est plus disponible au téléchargement (depuis août 2023).

Les réseaux sociaux

En 2022, la RTBF indique être gestionnaire de 65 pages Facebook, plus de 8 comptes Twitter, plus de 20 comptes Instagram, plus de 18 chaînes YouTube, plus de 8 comptes TikTok, 6 comptes WhatsApp, 1 compte LinkedIn et une chaîne Twitch. L'éditeur rapporte des chiffres de consultation très élevés pour les contenus publiés sur ces plateformes, ce qui confirme l'importance d'une stratégie de publication qui inclut les réseaux sociaux dans leur diversité.

Les marques Tarmac, Tipik et Classic 21 sont également présentes sur YouTube. Pour Tarmac (533.000 abonné-es), l'ensemble des émissions de la chaîne est disponible, ainsi que des contenus additionnels. Tipik (48.400 abonné-es) offre - via sa chaîne - pléthore de séquences extraites des émissions tant radio que TV. La chaîne de Classic 21 (5.500 abonné-es) propose également des interviews, des performances live et une variété de rubriques et contenus originaux. La marque iXPé est également reprise dans « l'univers RTBF » sur YouTube avec 34.000 abonné-es.

AVIS

La RTBF a rencontré ses obligations en termes d'offre de services en ligne, télévisuels et radiophoniques.

Le Collège salue les efforts marqués de la RTBF lors du dernier exercice en matière de digitalisation (sites et applications Auvio et RTBF, et déclinaison de ses marques sur les réseaux sociaux). Ces démarches assurent la visibilité et l'accessibilité de l'éditeur pour les publics qui délaissent les médias traditionnels ou les consomment de manière complémentaire mais plus exclusive.

Le Collège salue les mesures prises par l'éditeur afin d'encore améliorer la visibilité donnée aux contenus purement audio (natifs ou non) sur la plateforme Auvio et les applications de la RTBF.

ALGORITHMES DE RECOMMANDATION

CONTEXTE

Articles 42octies

« En ce qui concerne sa plateforme de services de médias audiovisuels non linéaires et ses services de la société de l'information, la RTBF peut, sous sa responsabilité éditoriale, faire usage d'algorithmes de recommandation aux utilisateurs. »

Le cinquième contrat de gestion décrit comment ces algorithmes doivent « sortir les utilisateurs de leurs bulles de filtre et de leur permettre d'explorer de nouveaux contenus » et conserver « l'éditorialisation humaine qui continuera de jouer un rôle pour assurer une information de qualité et homogène. » La RTBF doit « mesurer l'effet de ses algorithmes sur les utilisateurs » et « leur efficacité dans l'augmentation de la diversité des contenus consommés » et publier dans son rapport annuel « tous éléments utiles permettant de mesurer la pertinence et l'efficacité de ces algorithmes. »

La RTBF s'engage à respecter la charte de confidentialité adoptée par son conseil d'administration le 1^{er} décembre 2016, et à publier celle-ci sur son site web afin de la rendre facilement accessible à l'utilisateur.rice.

BILAN

Alors que le cinquième contrat de gestion arrive à son terme, le rapport annuel édité par la RTBF à l'intention du grand public ne contient, une fois de plus, aucune information relative à l'usage d'algorithmes de recommandation par l'éditeur. Le mot « algorithme » n'y figure qu'une seule fois, alors que Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF, déclarait en 2023 dans un entretien² avec le journal Le Soir : « Je peux comprendre que certains éléments d'un algorithme doivent rester secrets. Mais

² « Jean-Paul Philippot (RTBF) : L'Europe n'aide pas les médias à créer une alternative aux plateformes », Le Soir, 19 mai 2023.

[...] cela n'empêche pas de porter à la connaissance du public des éléments relevant du bien commun. Nous devrions donc disposer d'informations pertinentes sur l'impact sociétal des algorithmes des plateformes. [...] Aujourd'hui, leurs décisions sont imprévisibles et incompréhensibles. »

En revanche, la RTBF a transmis au CSA une description résumée de la stratégie mise en place, misant sur la complémentarité entre recommandations éditoriales manuelles et recommandation algorithmique, cette dernière apportant une touche qui répond aux attentes des publics dans toute leur diversité. L'éditeur a également transmis quelques précisions sur les plateformes sur lesquelles l'algorithme est utilisé, indique avoir participé activement aux travaux de l'UER sur les algorithmes de recommandation afin de contribuer à l'élaboration de bonnes pratiques et de standards éthiques pour l'utilisation des algorithmes dans les médias publics, et insiste fortement sur le fait que le prochain contrat de gestion verra ses obligations renforcées en la matière.

Pour la deuxième année consécutive, la RTBF n'a transmis au CSA aucun élément de mesure de l'efficacité de ces algorithmes (comme par exemple le nombre de sollicitations de l'algorithme et la proportion du contenu consommé sur Auvio).

La charte de confidentialité de la RTBF est bien accessible sur son site³ et fait l'objet d'une présentation attrayante. Contrairement aux années précédentes, la RTBF n'a pas transmis au CSA les chiffres de fréquentation de cette page. Relevons par ailleurs qu'un article clarifiant la finalité de la récolte de données personnelles (nom, prénom, adresse de courriel, date de naissance et localité) par la RTBF a été mis en ligne le 4 janvier 2022⁴.

Un effort particulier de vulgarisation de la notion d'algorithme de recommandation en général et du rôle de ceux-ci dans la consommation des internautes a été fait au cours de l'exercice 2022 sur les sites de la RTBF, notamment par des capsules INSIDE et à travers un article⁵ et une vidéo⁶ spécifiquement consacrés à ce sujet. Ces deux derniers constituent un exemple remarquable de clarté et de pédagogie en répondant *in extenso* à toutes les questions qu'un citoyen pourrait se poser concernant le rôle et le fonctionnement de l'algorithme et détaillent les valeurs qui définissent un algorithme de service public : respect, transparence, diversité, connexion et audace. On peut néanmoins se demander si la RTBF ne fait pas œuvre de vertu ostentatoire en matière de transparence au vu de l'absence totale d'informations sur la façon dont fonctionnent ses algorithmes de recommandation alors qu'elle-même déclare que « *chaque étape du fonctionnement de l'algorithme se doit de pouvoir être documentée et expliquée.* »

Enfin, la RTBF ajoute avoir continué à déployer en 2022 de nouvelles fonctionnalités orientées utilisateur, comme l'historique de lecture et la gestion des favoris.

³ <https://www.rtbef.be/charte/detail>

⁴ « Quelles sont les données personnelles que la RTBF utilise ? », <https://www.rtbef.be/article/quelles-sont-les-donnees-personnelles-que-la-rtbf-utilise-10908636>

⁵ « Comment la RTBF fait-elle découvrir ses contenus et ses valeurs à travers ses algorithmes ? », <https://www.rtbef.be/article/comment-la-rtbf-fait-elle-decouvrir-ses-contenus-et-ses-valeurs-a-travers-ses-algorithmes-11087831>, 18 octobre 2022.

⁶ « Algorithme de service public », <https://auvio.rtbef.be/media/inside-algorithme-de-service-public-2950887#>, 17 octobre 2022.

AVIS

Le Collège salue les efforts fournis par la RTBF afin de se conformer aux obligations légales en matière de recueil du consentement des utilisateur.rices de ses sites, en matière de respect de la vie privée, en matière de pédagogie quant à la finalité de la récolte des données des utilisateur.rices, et en matière de démystification des algorithmes de recommandation.

En revanche, en tirant le bilan du cinquième contrat de gestion, le Collège déplore le manque de transparence de l'éditeur quant à la dynamique de fonctionnement propre à ses algorithmes de recommandation et invite celui-ci à poursuivre la mise en place de métriques de monitoring du fonctionnement de son algorithme de recommandation selon les termes renforcés de l'article 37 du sixième contrat de gestion et à faire œuvre de transparence en publiant le résultat de ces mesures dans son rapport annuel public lors des prochains exercices.

DEVELOPPEMENTS TECHNOLOGIQUES

CONTEXTE

Articles 6, 8, 43bis, 44, 46, 47

La RTBF « diffuse ses services audiovisuels sur les réseaux de diffusion et distribution répondant aux évolutions technologiques et des habitudes de consommation du public, et dans le but d'être accessible au plus grand nombre d'utilisateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, et spécialement les jeunes. »

Elle doit « être un acteur de veille et de développement technologique, et à ce titre, être attentive aux développements relatifs à la société de l'information et aux évolutions des médias et proposer aux usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les applications médiatiques et techniques adaptées de la société de l'information », enfin, elle doit jouer « un rôle moteur dans l'utilisation et la promotion de la radiodiffusion sonore ou télévisuelle numérique hertzienne. »

BILAN

One App / One Site

Derrière ce nom sibyllin se cache une refonte majeure de l'infrastructure technologique des sites et des applications de la RTBF pour les amener à un niveau de maturité technologique comparable aux grandes plateformes que nous connaissons tous : démarcation plus claire entre la partie visible par le public (*front-end*) et celle, invisible, qui met à disposition les contenus qui y seront affichés (*back-end*) ; abandon du langage PHP au profit de nouveaux langages plus contemporains ; applications iOS et Android développées en langage natif ; déploiements de couches d'API pour intégrer les différents front-end et également permettre à des partenaires extérieurs de publier des contenus RTBF sur des plateformes tierces.

Auvio 3.0

La RTBF a collaboré en 2022 avec un consortium de partenaires internationaux de renom pour le déploiement de la troisième grande itération de la plate-forme multimédia Auvio, alignée sur la refonte

de l'architecture du site internet évoquée plus haut. Grâce à ces modifications, Auvio est à présent disponible, en plus du web, sur iOS, Android, Android TV, Apple TV, les téléviseurs connectés Samsung et les Sony Playstation 4 et 5. La nouvelle architecture a été mise à l'épreuve du feu lors de la coupe du monde de football fin 2022, avec des chiffres d'audiences impressionnants.

5G

La RTBF est impactée par le déploiement de la 5G pour les réseaux mobiles selon deux axes : d'une part elle doit libérer une partie du spectre anciennement réservé à la diffusion de la télévision numérique terrestre (TNT), et d'autre part elle est appelée à devenir elle-même utilisatrice des réseaux de nouvelle génération.

C'est ainsi que la RTBF a entamé en 2022 les travaux nécessaires pour la migration des canaux 49 à 60 vers le seul canal 42 pour l'ensemble de la Belgique, en ce qui concerne la TNT. Ces investissements permettent également la diffusion en haute définition à travers l'adoption de la norme de diffusion DVB-T2. Cette migration a été clôturée avec succès à l'été 2023 avec une période de transition du 17 juillet au 31 août⁷.

La RTBF explore également les possibilités offertes par les réseaux de téléphonie mobile de cinquième génération comme moyen de transmission utilisable dans le cadre de ses productions (5G cellulaire), et comme moyen potentiel de diffusion (5G broadcast). Cette exploration a pris la forme d'une preuve de concept, un essai en conditions réelles en partenariat avec Proximus et A6K, le laboratoire du renouveau industriel et technologique à Charleroi.

Régie universelle

Anciennement connu sous le nom de « Régie 42 », ce qui était au départ un projet d'innovation interne avait mûri au point de devenir en 2021 un partenariat industriel avec l'entreprise Liégeoise EVS, avec pour but le développement d'un produit nouveau qui serait commercialisé par cette dernière. Ces travaux avancent bon train avec pour objectif une mise en œuvre de ce concept de régie universelle dans le bâtiment MediaSquare actuellement en construction, avec une livraison prévue en 2025. Selon la vision développée par la RTBF, l'ensemble des régies techniques de ce nouveau bâtiment seront génériques et s'adapteront aux besoins de leurs utilisateurs, tous médias confondus, présents et à venir.

Outil de suivi des contacts Médiation

Pour répondre à l'évolution des besoins du service de la Médiation, la RTBF a déployé un outil de suivi des contacts (CRM) visant à intégrer les différents canaux de communication (courriel, Whatsapp, Messenger) utilisés par les publics et augmenter l'interaction avec ceux-ci. L'outil permettra d'assurer un meilleur suivi des différents types de demandes reçues et de les analyser pour mieux comprendre les préoccupations du public.

⁷<https://www.rtb.be/article/modernisation-de-la-tnt-la-rtbf-invite-les-utilisateurs-a-verifier-la-compatibilite-de-leurs-recepteurs-11227733>

[TechnosVision](#)

S'inscrivant dans la construction de la stratégie RTBF27, la direction des Technologies a créé un espace qui lui a permis de faire se rencontrer les équipes techniques et des représentants des partenaires externes. Ces échanges visent à construire une vision pour l'avenir où la RTBF s'inscrit dans un écosystème technologique qui prend en compte l'évolution des métiers, des talents et des technologies.

AVIS

Les obligations de la RTBF sont pleinement rencontrées en ce qui concerne les développements technologiques. L'exercice 2022 a visiblement été celui où de nombreux projets d'envergure ont été menés à bien, avec succès. Le Collège salue une fois de plus l'agilité de la RTBF dans le domaine technologique et sa grande réactivité face à un univers en constante réinvention, qui lui permettent de rester concurrentielle et de toucher ses publics partout où ils se trouvent.

ARCHIVES

CONTEXTE

Article 17

La RTBF « *poursuit ses collaborations avec la SA SONUMA pour exploiter au mieux le fonds d'archives sonores et audiovisuelles qu'elle lui a cédé à des fins de conservation, de numérisation et de valorisation* ».

Elle reste attentive à ce que « *la SONUMA mette ces archives à disposition des différents secteurs intéressés* » et à ce que la SONUMA « *accélère la mise à disposition et l'accessibilité de ces archives à tous les publics* ».

En fonction des moyens disponibles, elle doit développer « *avec la SONUMA et la FWB, une plateforme numérique de coopération entre les trois parties, permettant la mise à disposition de contenus audiovisuels, spécialement informatifs ou documentaires, à destination des professeurs et des élèves.* »

L'article 17 du cinquième contrat de gestion de la RTBF se clôture avec la mention : « *Cette disposition transitoire est applicable jusqu'à la transformation de la SA SONUMA en ASBL SONUMA.* »

BILAN

La RTBF a transmis au CSA un rapport détaillé des activités de SONUMA ASBL en lien avec la mise en œuvre des dispositions de l'article 17, dont les principaux points sont résumés ci-dessous.

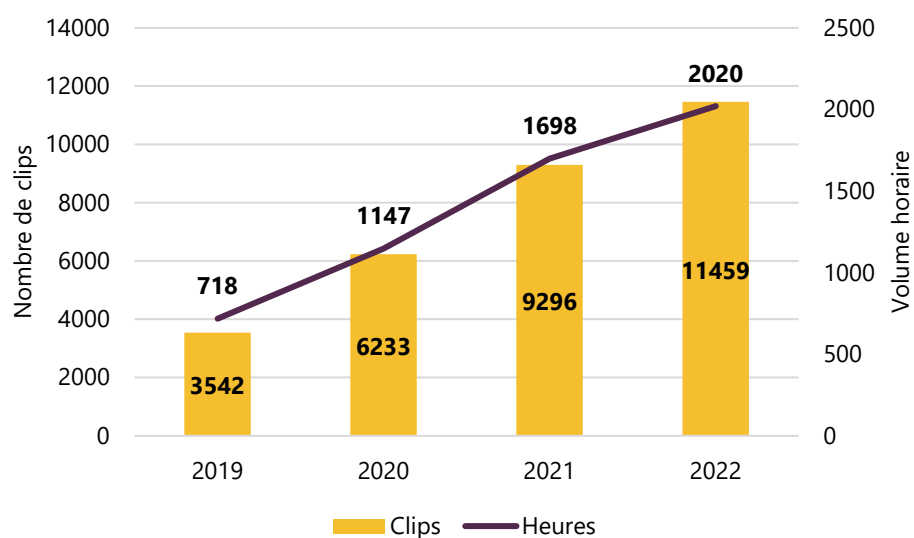
[Sauvegarde du patrimoine audiovisuel](#)

La SONUMA poursuit ses efforts de numérisation des contenus sur pellicule film 16 mm de la RTBF. Au cours de l'année 2022, près de 789 heures de film ont été numérisées, ce qui porte le total de contenus « film » numérisés à 6.768 heures sur un objectif de 8.000 heures de contenus.

En préparation du déménagement des activités du site de Reyers vers le nouveau bâtiment MediaSquare et sous couvert de la convention signée à cet effet entre la RTBF et Sonuma ASBL en 2021, une série d'actions concrètes ont été menées : un inventaire des documents est toujours en cours, un marché a été attribué pour la numérisation de près de 105.000 heures de contenus audio et vidéo, et enfin un cahier des charges a été publié pour un marché de numérisation des archives papier de la RTBF.

Le grand public

Les archives numérisées par la SONUMA restent largement utilisées dans les productions et coproductions de la RTBF. En effet, au cours de l'exercice 2022, 11.459 extraits d'archives d'une durée moyenne de 10,6 minutes ont été transférés de la SONUMA vers la RTBF. Cela représente une augmentation de 23% par rapport à l'exercice précédent. Ces chiffres impressionnants confirment, si besoin était, l'importance du travail de numérisation mis en œuvre par l'ASBL et la facilité d'accès aux archives numériques.



Depuis mai 2020, les archives de la SONUMA sont accessibles sur Auvio, à travers un onglet du même nom. Environ 3.582 contenus estampillés SONUMA étaient disponibles sur Auvio au 31 décembre 2022.

Les professionnels de l'audiovisuel

La SONUMA assure sa mission d'ouverture des fonds d'archives de la Fédération Wallonie-Bruxelles à destination des professionnels de l'audiovisuel à travers une présence aux divers salons réservés à ces professionnels et une présence sur la plateforme de vente d'archives « InaMediaPro », mise en place par l'INA à destination des professionnels du monde francophone, devenue une référence en matière de ventes d'images d'archives.

L'enseignement

La SONUMA met les contenus de la RTBF à disposition des enseignants du primaire et du secondaire à travers la plateforme pédagogique « E-classe » depuis 2019. De nouveaux contenus (tant récents que d'archives) sont ajoutés quotidiennement pour permettre au corps enseignant d'utiliser des contenus à jour et répondant au mieux à leurs besoins. Ce projet s'inscrit dans le cadre du chantier du pacte

d'excellence et est géré en partenariat entre l'Administration Générale de l'Enseignement (AGE), la SONUMA et la RTBF.

Au cours de l'année 2022, 938 contenus ont été ajoutés à la plateforme, portant à 4.465 le nombre total de contenus mis à disposition des enseignants depuis 2019, ces derniers sont composés d'archives, des contenus récents et des contenus en provenance d'Arte pour lesquels la RTBF a acheté les droits de diffusion spécifiquement pour la plateforme E-classe.

Depuis septembre 2020, la SONUMA offre aux étudiant.es du supérieur et aux chercheurs.euses un accès à l'ensemble des fonds numérisés, soit 180.000 heures d'archives numérisées depuis ses locaux.

Les institutions culturelles

Le fonds d'archives audiovisuelles de la RTBF est rendu accessible aux institutions du monde socio-culturel (projections, expositions, conférences-débats, livres, capsules d'information, sites web) à travers les services de la Sonuma.

AVIS

Les obligations de la RTBF sont rencontrées en ce qui concerne l'exploitation et la mise à disposition des archives.

Le Collège remercie la RTBF et la SONUMA pour la précision et l'exhaustivité des informations qui lui ont été transmises dans le cadre du contrôle de l'exercice 2022, qui permettent de mieux prendre conscience de l'ampleur des efforts déployés en coulisses pour réaliser les missions essentielles de préservation et de valorisation des archives audiovisuelles.

Le Collège invite la RTBF et la SONUMA à poursuivre leurs efforts visant à augmenter le nombre d'émissions mises à disposition du grand public à travers les plateformes Auvio et E-Classe.

INFORMATION

CONTEXTE

Respect des articles 7.4 et 22 du contrat de gestion – Déontologie et traitement de l'information

Cette partie se réfère à deux articles du contrat de gestion de la RTBF. Tout d'abord, l'article 7.4 qui assure le respect des règles de déontologie, notamment en application d'un règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel. Les rédactions de la RTBF se réfèrent également à d'autres textes⁸ en matière de déontologie dans le traitement de l'information. La RTBF est membre du Conseil de déontologie journalistique dont elle applique le Code de déontologie.

Ensuite, concrétisant les objectifs généraux de couverture de l'actualité internationale, européenne, fédérale, de la Fédération Wallonie-Bruxelles et locale, le contrat de gestion au travers de son article 22, fixe une série d'obligations chiffrées (quotas) dans la programmation linéaire de la RTBF, en radio et en télévision, résumées dans les tableaux ci-dessous.

BILAN

OBJECTIFS QUANTITATIFS EN RADIO

Journaux parlés d'information générale			
Obligations art 22.3 b)	Programme / Chaîne	Durée	Fréquence
Minimum 10 journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste	27 JP et flashes / La Première	127.5 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	25 JP et flashes / La Première	101.5 minutes	W-E
	26 JP et flashes / Vivacité	112 minutes	Quotidienne (lu-ve)
	24 JP et flashes/ Vivacité	101 minutes	W-E

En semaine, on constate que la durée moyenne d'information généraliste (hors journaux d'informations régionales et sportives) est supérieure sur La Première. Le week-end, les deux chaînes proposent une offre similaire. Si l'on tient compte de l'offre d'information globale (journaux régionaux et sportifs

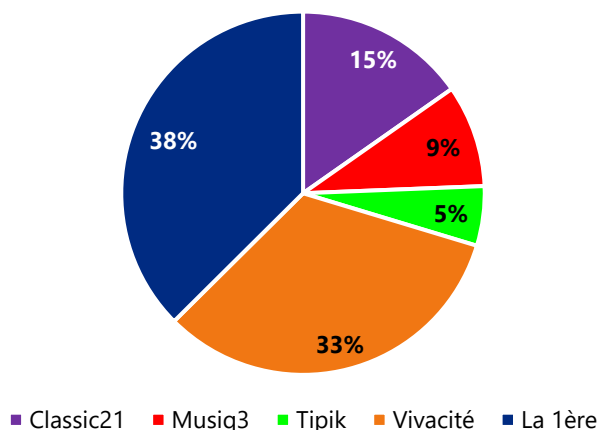
⁸ Le ROI relatif au traitement de l'information et de la déontologie du personnel de la RTBF, la Charte des valeurs de l'entreprise, la Charte d'utilisation des données à caractère personnel et la déclaration de l'UER relative aux valeurs fondamentales des médias de services publics.

compris), la durée moyenne est alors supérieure sur Vivacité (134 minutes en semaine et 107 minutes le week-end).

Vivacité propose un traitement spécifique de l'information sportive avec un journal des sports d'une durée de 3 minutes diffusé pendant la matinale en semaine. Le développement de l'information sportive est plus approfondi le week-end avec un journal des sports de 6 minutes le samedi et une formule longue d'environ trente minutes le dimanche.

La RTBF remplit largement ses obligations en nombre de journaux parlés et séquences d'information générale par jour sur les deux chaînes radios généralistes que sont La Première et Vivacité. Les radios musicales proposent également des rendez-vous d'information de manière régulière avec une répartition de l'offre de 15 % sur Classic21, 9 % sur Musiq3 et 5 % sur Tipik (pour 38 % sur La Première et 33 % sur Vivacité).

Répartition de l'info (JP et flash) entre les 5 chaînes radio en semaine



Information régionale et décrochage					
Obligation	Programme / Chaîne	Description	Grille	Durée en minutes	Fréquence
Minimum 1 séquence d'information multirégionale par jour en semaine	Le journal régional / La Première	Journal parlé traitant l'information régionale	Vers 6h25	5	(ma-ve, Matin Première)
Sur une chaîne à vocation régionale, plusieurs journaux et séquences d'information en décrochage régional par jour, en semaine	La Matinale / Vivacité	Décrochages et 3 journaux régionaux	De 6h à 8h	90*	Quotidienne (lu-ve)
	Les ambassadeurs	Émission multirégionale	De 14h30 à 17h	90*	Quotidienne (lu-ve)

*Ces durées d'information sont estimées en décomptant les périodes d'interruptions publicitaires.

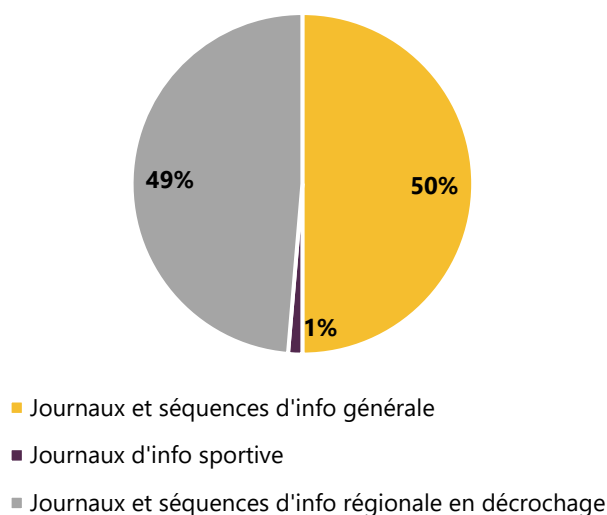
Sur La Première, l'information régionale est traitée dans 1 séquence matinale « Le fait régional » placée très tôt dans la programmation (vers 6h25). C'est le seul rendez-vous spécifique de la journée.

Sur Vivacité, chaîne à vocation régionale, les rendez-vous avec l'information locale sont plus nombreux. La Matinale (6h-8h) est réalisée en décrochage avec les 7 rédactions régionales de la RTBF (Bruxelles, Liège, Brabant wallon, Namur, Charleroi, Mons et Arlon). En plus des invités et sujets liés aux régions, 3 journaux parlés d'une durée approximative de 6 minutes sont diffusés durant la matinale.

Pour la deuxième année, « Les ambassadeurs » (14h30-17h), le programme multirégional, déclinaison radio de l'émission diffusée sur La Une, valorise les régions et tout ce qui s'y passe. Michaël Pachet et Camille Delhaye sont secondés d'ambassadeurs dans les différentes régions (Bruxelles : Hugues Hamelynck, Liège : Pierre Bail, Namur : Virginie Hess, Hainaut : Philippe Jauniaux, BW : Pascal Laroche & Luxembourg : Jean-Marc Decerf). Chaque émission multirégionale reprend 10 contenus régionaux, une séquence culinaire du terroir, un quizz régional ainsi que des greeters qui mettent leur commune à l'honneur. Notons qu'un agenda culturel quotidien y est également proposé en décrochage sur les quatre zones Bruxelles / Liège / Hainaut / Namur-Lux-BW. De plus, « Stoemp, Peket... et des Rawettes » est diffusé chaque lundi sur Vivacité Liège. Le programme met à l'honneur nos régions, notre patrimoine, nos traditions gastronomiques, les habitants, leurs langues régionales et leur humour.

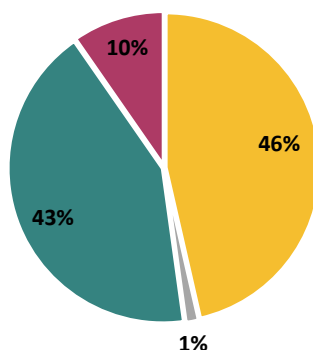
La RTBF remplit ses obligations en nombre de journaux parlés et séquences d'information en décrochage régional par jour.

Répartition de l'offre d'info sur Vivacité (semaine)



Comme le montre le graphe ci-dessus, Vivacité, la radio de proximité de la RTBF, propose des journaux et séquences d'information régionale en décrochage pour moitié, l'autre moitié étant dédiée à l'information générale et sportive.

Répartition de l'offre d'information sur la Première (total semaine)



- Journaux et séquences d'info générale
- Séquence d'info multirégionale
- Programmes hebdo contenant des débats, forums et/ou entretiens d'actualités
- Programmes ou séquences hebdomadaires portant sur l'actualité et les enjeux internationaux

Comme représenté, l'offre d'info de La Première est majoritairement concentrée sur l'information générale ; au travers les nombreux journaux parlés rythmant la journée et les différents programmes dédiés à l'actualité nationale (débat, entretien, etc.). L'information sur les enjeux internationaux est nettement plus limitée. Tandis que les séquences spécifiquement dédiées à l'information des régions ne représentent qu'un pourcent de l'offre.

Débats, actualités et enjeux internationaux					
Autres obligations en matière d'information en radio	Programmation La Première	Description	Durée	Durée en minutes	Fréquence
Minimum 3 programmes différents par semaine, contenant des débats, forums et/ou des entretiens d'actualités (sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés)	Déclic (Le Débat)	Talk autour de l'actualité du jour avec invités et chroniqueurs	90 minutes	90	Quotidienne (lu-ve) dans Soir première + diffusion différée sur la Trois
	Le Fin mot	Avec son invité.e, Eddy Caekelberghs interroge un dossier, d'une recherche, d'une page d'histoire ou d'actualité.	~ 30 minutes	30	Quotidienne (4x)
	L'invité de Matin Première	Interview de l'invité.e par Thomas Gadisseux	~15 minutes	15	Quotidienne (lu-ve), Matin Première)
	Le Monde comme il va	Emission interactive avec les auditeurs	~ 30 minutes	30	2x/mois dans Matin Première (vendredi)

	Parti pris	2 débatteurs reviennent sur un ou deux sujets d'actualité	~ 13 minutes	13	Quotidienne (4x), Matin Première)
Minimum 3 programmes ou séquences différents par semaine, portant notamment sur l'actualité et les enjeux internationaux <i>(sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés)</i>	Dans quel monde on vit	Avec ses invités, Pascal Claude prend le temps de raconter autrement le monde en mouvement	~ 55 minutes	55	Hebdomadaire (sa)
	L'œil de...	Décryptage d'une actualité étrangère	~ 5 minutes	5	2x/semaine dans Matin Première)
	Ici le Monde	Magazine d'actualité internationale	~ 45 minutes	45	Hebdomadaire (di)
	Les Coulisses de l'Europe	Un regard sur l'actualité européenne	~ 5 minutes	5	Hebdomadaire (ve), Matin Première)
	Transversales	Magazine des rédactions radio. Des reportages au bout du monde, ou à côté de chez soi	~ 60 minutes	60	Hebdomadaire (sa, 12h)
	Journal de 18h	Rubrique internationale ou européenne	Séquence		Quotidienne (dans Soir Première)

Comme le montre le tableau ci-dessus, l'offre de programmes est assez diversifiée. Certains programmes, comme « Au bout du jour », « Le Débat des décodeurs », « Merci l'Europe » ont quitté la grille lors de cet exercice et ont été remplacés par de nouvelles émissions comme « Le Fin mot » et « Le Monde comme il va ».

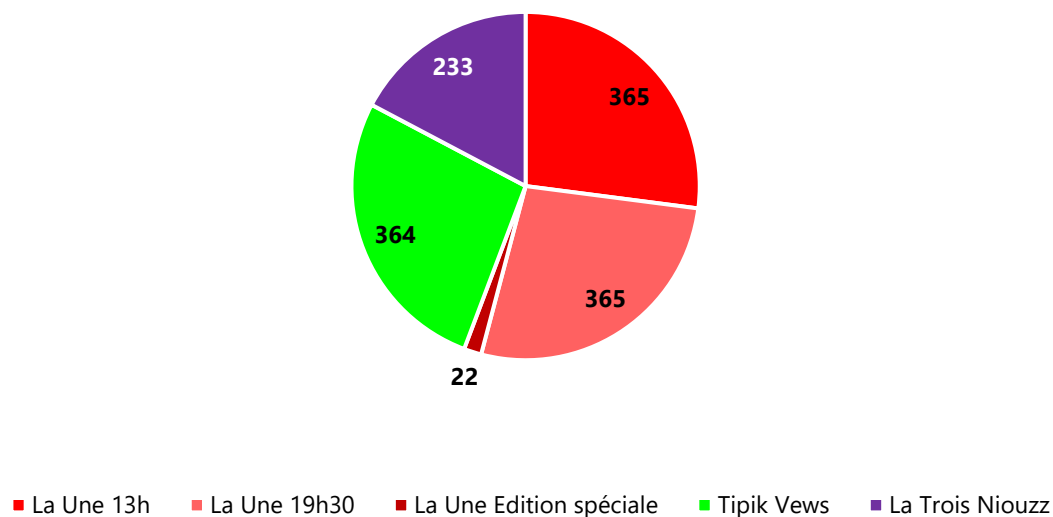
En radio, la RTBF remplit donc ses obligations en matière de programmes de débats et d'entretiens ainsi qu'en termes de programmes portant sur l'actualité internationale. Toutefois, il est à noter que l'offre en matière d'informations internationales comprend moins de visibilité (heures de grande écoute) que l'actualité nationale. Ces émissions ou séquences étant majoritairement diffusées dans la grille du week-end.

OBJECTIFS QUANTITATIFS EN TELEVISION

Journaux télévisés					
Obligations art 22.3 a)	Programme/chaine	Description du programme	Durée en minutes	Fréquence	Disponibilité en replay
Minimum 3 journaux d'information générale par jour	Le 13 heures/La Une	JT d'info générale	30	Quotidienne	Oui
	Le 19 heures 30/La Une	JT d'info générale	40	Quotidienne	Oui
	Vews / Tipik	JT d'info format court	7	Quotidienne (lu au ve)	Oui
Minimum 1 journal d'information générale destiné à la jeunesse (hors congés scolaires)	Les Niouzz / La Trois	JT d'info pour les enfants	6	Quotidienne (lu au ve)	Oui

La RTBF remplit ses obligations aussi bien en termes de nombre de JT d'information générale que de JT à destination de la jeunesse.

**Répartition des JT par chaine TV
(nombre d'éditions/an)**



Débats, entretiens, investigations					
Obligations art 22.3 a)	Programmation sur La Une / La Trois	Description du programme	Durée en minutes	Nombre d'éditions/an	Disponibilité en replay
Minimum 1 programme hebdomadaire (52) d'investigation, d'enquête et de reportage dont au moins 10 documentaires commandés à des auteurs indépendants de la FWB, produits par la RTBF ou coproduits avec des producteurs indépendants	#Investigation	Programme de reportages.	90	20	Oui
	Docu-investigation	Programmes d'enquête (produits principalement en France)	60	32	En partie
	Doc Shot	Reportage	53	16	En partie
	Documentaires d'auteurs et producteurs indépendants de la FWB (co-production)	Programmes de la catégorie « investigation, enquête et reportage »	Entre 52 et 90 minutes	10 (6 « investigation » + 4 « docu »)	Oui
Minimum un débat hebdomadaire <i>(sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés) (37 éditions)</i>	QR - L'actu	Débat en plateau avec deux invités et deux citoyens en vidéo	15	45	Oui
Minimum un programme mensuel poursuivant l'objectif de permettre un débat contradictoire sur des questions politiques, économiques, sociales ou environnementales <i>(sauf pendant l'été) (10 éditions)</i>	QR - Le Débat	Offre d'information politique basée sur l'avis de la population recueilli en direct avec Opinio (via leurs smartphones, tablettes, PC). Un Facebook live précède chaque émission « QR le débat ».	60	39	Oui
Minimum 2 programmes par mois de forums et entretiens d'actualité <i>(sauf le cas échéant pendant les périodes d'été et de congés)</i>	Jeudi en prime	Entretien d'actualité avec une personnalité politique.	15	36	Oui
	Déclic	Talk d'info chaque soir autour de la table des chroniqueurs et invités pour décoder, débattre,	52	35	Oui

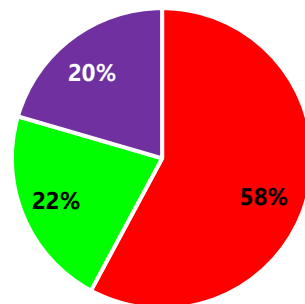
		mieux comprendre l'actu et élargir les horizons.			
	Regards sur	Reportages	46	7	En partie
	Déclic	Talk d'info chaque soir autour de la table des chroniqueurs et invités pour décoder, débattre, mieux comprendre l'actu et élargir les horizons.	52	70	Oui
	Doc Shot	Reportages	53	10	En partie
	Un monde à part	Reportages	35	10	En partie

Dans l'ensemble, la RTBF rencontre ses différentes obligations quantifiées à l'article 22.3. a), ainsi répertoriées dans le tableau ci-dessus.

Une remarque est cependant à formuler :

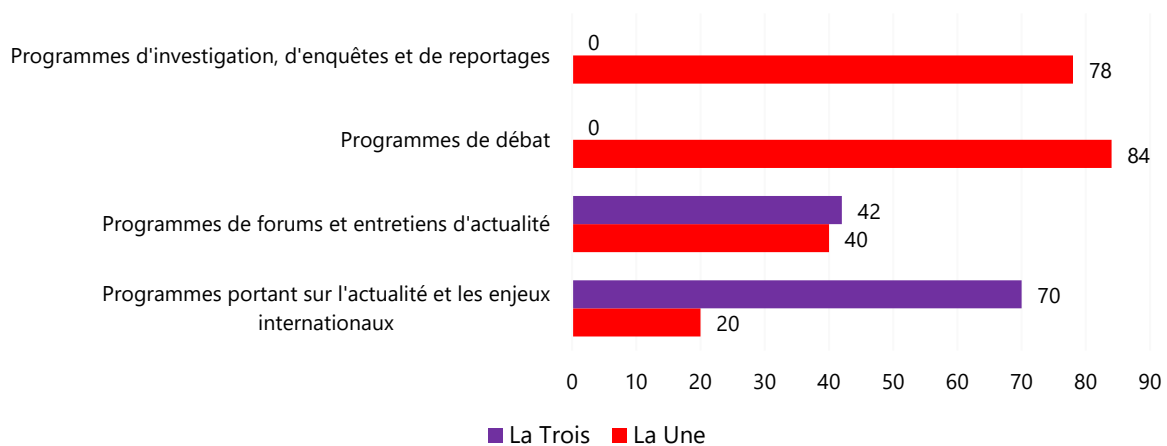
La RTBF doit diffuser « *un programme hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage, dont au moins 10 fois par an, un documentaire commandé à des auteurs indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles, produit par la RTBF ou coproduit avec un producteur indépendant* » (article 22.3.a)-2 de son contrat de gestion). Si depuis plusieurs années, le Collège constate que l'obligation est légalement rencontrée en ce qui concerne la diffusion d'un programme hebdomadaire d'investigation, l'obligation diffusion de minimum 10 documentaires commandés est en revanche rencontrée de justesse.

Répartition de l'info entre les chaines TV (nombre d'éditions/an)

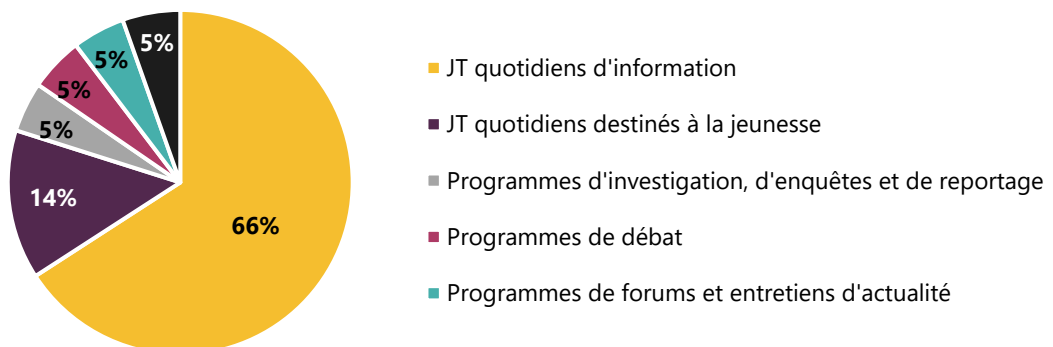


■ La Une ■ Tipik ■ La Trois

Répartitions des catégories entre les chaines (hors JT)



Répartition de l'offre d'information toutes chaines confondues



OBJECTIFS QUALITATIFS DE L'ÉDITEUR

Le contrat de gestion porte également sur des objectifs qualitatifs. La RTBF doit poursuivre ces objectifs (articles 22.1 et 22.2) dans une logique de droit de tous les publics d'accéder à une information de qualité et de référence, en ligne avec l'évolution des besoins et habitudes de consommation, notamment sur les aspects suivants :

Enjeux européens et internationaux :

Les programmes dédiés exclusivement aux enjeux européens et internationaux sont essentiellement présents en radio sur les antennes de La Première (« Ici le monde », « L'accent des autres », « L'œil inter », « L'œil européen » ...) et de Vivacité (rubrique « Où va le monde ? » dans l'émission « On n'a pas fini d'en parler »). En télévision, l'offre internationale est particulièrement réduite. En revanche, l'éditeur développe par ailleurs la thématique de façon très dynamique en non-linéaire via notamment des podcasts comme « Zoomer ! La génération z au micro » et des capsules comme le « Vrai ou Faux » sur YouTube. La RTBF participe également à des groupes d'investigation internationaux (European Investigative Network, Médias Francophones Publics). On notera également le travail réalisé par ses équipes internationales du JT, et la spécialisation en 2022 de plusieurs journalistes au terrain de guerre pour couvrir la situation en Ukraine.

Travaux des assemblées parlementaires :

L'actualité parlementaire est notamment traitée dans les journaux parlés et télévisés. En 2022, la gestion et le suivi des activités du parlement wallon et les provinces wallonnes ont fait l'objet d'une enquête fouillée du magazine « Investigation » et d'une couverture approfondie dans les différents rendez-vous d'actualité. Un projet « Mise à Jour » sur TikTok a permis à l'équipe RTBF de s'immerger durant plusieurs jours au sein du parlement européen, afin de faire découvrir au public « Nouvelles Générations » le fonctionnement et l'activité de l'institution.

Paysage institutionnel belge, l'économie, la finance, la science et la recherche :

Ces sujets sont régulièrement traités dans les journaux parlés et télévisés. Des séquences dédiées sont également proposées dans des programmes radio et télévisés. Ces thématiques sont aussi fréquemment au centre des différents programmes de débats et d'entretiens. Au total, ce sont environ 3000 sujets/séquences des JT qui sont consacrés à ces matières. Enfin, en septembre 2022, il y eut la semaine thématique « Bye-Bye, la démocratie ? ».

Contenus locaux :

Ces contenus sont traités dans les JT, avec un accent régional plus marqué dans l'édition de 13 heures, avec des équipes déployées sur le terrain pour réaliser plus de 2000 séquences locales directes et reportages sur l'année. En radio, Vivacité propose sept décrochages régionaux en matinée, soit 14 heures par jour d'émission). Plusieurs programmes comme « Les ambassadeurs » donnent également la parole à des personnalités régionales, aux représentants de la vie associative et aux initiatives.

Information aux expatriés :

Les expatriés ont accès à toute l'information produite par la RTBF sur son site rtbf.be/info, via la plateforme Auvio ou sur les réseaux sociaux, YouTube, Facebook, Instagram et TV5.

La RTBF est également partenaire du réseau TV5-Monde qui lui permet de diffuser certains programmes à l'échelle mondiale.

Diversification de l'offre par des solutions innovantes en matière d'information :

L'éditeur diversifie son offre, notamment via le programme « Vews » qui vise un public de jeunes adultes en couvrant l'actualité sous la forme de vidéos courtes destinées principalement aux jeunes adultes. Les sujets abordés font l'objet de prolongements sur Tipik. Vews existe aussi en format digital avec des séquences sur le web et les réseaux sociaux (Facebook, Instagram). RTBF Info est également présent sur Instagram. La RTBF a aussi lancé un canal d'information pour les adolescents sur Tik Tok, intitulé « Mise à jour ».

Les informations à destination des Nouvelles Générations sont diffusées dans les émissions « Izinews » sur TARMAC, « Les Niouzz » sur la Trois et « Niouzz+ » sur Instagram, Facebook et YouTube.

Dossiers thématiques sur le web :

Comme ce fut déjà le cas en 2021, l'éditeur mis à disposition des publics des formats originaux. En novembre 2022, la RTBF a réitéré son opération « Bye-Bye, la démocratie ? » dont le pitch était le suivant : se poser des questions sur les fonctionnements et dysfonctionnements actuel de notre démocratie et envisager comment la faire vivre et agir ensemble, à travers plusieurs reportages, invités, débats, documentaires et films, interpellations en tv, radio, sur le site internet et sur les réseaux sociaux de la RTBF.

Sondages d'opinion :

Durant l'année 2022, un nouveau partenariat entre la rédaction de la RTBF et le groupe IPM a pu se concrétiser en vue de relancer la publication de sondages d'opinion. Cette collaboration a notamment débouché sur un sondage qualitatif mené dans le cadre de la semaine « Bye-Bye, la démocratie ? » Par ailleurs, l'éditeur indique avoir veillé à informer ses publics d'autres sondages de qualité mis au point par des institutions, des médias, quand ceux-ci étaient pertinents pour l'information des différents publics. Celui de la VRT a provoqué l'éviction d'un président de parti en mai 2022.

OFFRE EN LIGNE COMPOSANT LES MISSIONS DE SERVICE PUBLIC DE LA RTBF

Dans le cadre de ses missions de service public, la RTBF développe et exploite également une offre en ligne de référence en Fédération Wallonie-Bruxelles, faisant de l'internet et de ses réseaux sociaux, des médias à part entière aux côtés de la radio et de la télévision. Cette offre comprend notamment une offre d'information textuelle. En vertu de l'article 42 sexies du contrat de gestion, cette offre doit respecter les critères suivants :

- Être en lien avec les sujets développés ou à développer dans ses programmes de radio et de télévision ;
- Être produits ou traités dans ses propres rédactions ;
- Être enrichis d'images et de sons.

En outre, 51 % des articles du site d'information en ligne de la RTBF ne peut dépasser 1.500 signes, avec une marge de plus ou moins 5 %, hors titres, intertitres et blancs.

Pour l'exercice 2022, l'éditeur déclare que :

- 52.6 % des articles publiés sur les sites Info-Sports-Culture comptaient moins de 1.500 signes
- 73% des articles publiés sur les sites Info-Sports-Actu locale comprenaient au moins un lien vers un contenu audiovisuel

ARTICLES INFO - SPORT - ACTU LOCALE				
2022	Jan.-Avril	Mai-août	Sept.-déc.	Jan.-déc.
Nbre articles	14.880	15.129	14.224	44.233
Articles < 1.500	7.802	7.962	7.492	23.256
% articles courts				52,6%

Articles info - Sport - Actu locale	Contiennent_embeds	Pourcentage
51.933	37.964	37.964 / 51.933 = 73,1%

Source : rapport RTBF/CSA 2022

AVIS

Le Collège constate que la RTBF remplit ses obligations en matière d'information.

Toutefois, il rappelle à l'éditeur que certaines missions pourraient être plus largement couvertes, particulièrement dans la programmation TV (article 22.3.a. 2), notamment en ce qui concerne la coproduction de documentaires réalisés avec des auteurs indépendants issus de la Fédération Wallonie Bruxelles.

DEVELOPPEMENT CULTUREL

CONTEXTE

La RTBF doit développer ses missions culturelles de manière transversale dans son offre de programmes afin de garantir la sensibilisation d'un très large public, elle veille à ce que son offre de programmes culturels ne soit pas restreinte à des services ou à des horaires spécifiques. L'objectif étant de promouvoir la visibilité de la culture (article 24 du contrat de gestion).

Elle élabore sa programmation culturelle selon trois axes principaux (article 25.2 du contrat de gestion) :

- la couverture d'un éventail le plus large possible de disciplines artistiques ;
- la mise en valeur des ressources culturelles et des talents de la Fédération Wallonie-Bruxelles ;
- une attention particulière aux talents émergents.

Objectifs culturels en radio

L'article 25.5 du contrat de gestion prévoit que la RTBF diffuse, en radio, au moins :

- 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en Fédération Wallonie Bruxelles ;
- des œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française à concurrence de 45% sur La Première, 40% sur Vivacité, 20% sur Classic21 et Tarmac chacune et 10% sur Tipik, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation (cette obligation est traitée dans la fiche « Quotas » du présent avis) ;
- des œuvres de musique non classiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la FWB à concurrence de 12% sur La Première, Vivacité, Pure et Tarmac chacune, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, dont 10% aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h, et à concurrence de 6% sur Classic21, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, dont 4,5% aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h (cette obligation est traitée dans la fiche « Quotas » du présent avis) ;
- un minimum de 20 heures par an d'œuvres subsidiées par le Fonds d'Aide à la Création Radiophonique.

Objectifs culturels en télévision

L'article 25.4 du contrat de gestion prévoit que la RTBF diffuse, en télévision, au minimum :

- 50 spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) et chorégraphiques (ballets) par an, dont au moins 12 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, avec un minimum de 4 nouvelles captations de spectacles par an ;
- 12 spectacles de scène par an produits en FWB, dont au moins 10 sont des œuvres théâtrales, avec au moins 4 nouvelles captations théâtrales par an ;
- 30 courts métrages de fiction ou d'animation par an, émanant de jeunes auteurs, réalisateurs ou producteurs de la Fédération Wallonie Bruxelles, dont au moins 10 inédits par an, et 10 diffusés entre 20 et 23h ;
- des œuvres cinématographiques et télévisuelles de qualité, dont au moins :

- 120 films de longs métrages cinématographiques par an ;
- 40 œuvres cinématographiques destinées à des publics spécifiques relevant du « cinéma d’auteur » ou du « cinéma d’art et d’essai » ;
- 33% de longs métrages cinématographiques ayant fait l’objet d’une distribution en salles par une société indépendante belge ;
- 50% d’œuvres européennes d’origine diversifiée, sur l’ensemble de sa programmation de fiction de longs et courts métrages, séries et téléfilms, en diffusant au moins 10 fois par an des films d’auteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en élargissant l’offre de programmes en version originale sous-titrée en diffusant, chaque fois qu’elle peut en acquérir les droits, des œuvres de fiction en version originale sous-titrée ou en version française, avec faculté de visionnage des sous-titres en version multilingue accessibles via le décodeur du télédiffuseur ;
- 2 fictions audiodécrites par mois en 2019, 3 par mois en 2020, 4 par mois en 2021 et 5 par mois en 2022, à destination des aveugles et des malvoyants (cette obligation est traitée dans la fiche « Accessibilité » du présent avis) ;
- sur la Une et sur Tipik, en première partie de soirée, 44 œuvres qui mettent en avant des auteurs, créateurs, compositeurs, producteurs, artistes-interprètes, réalisateurs et distributeurs de la Fédération Wallonie Bruxelles, en particulier des séries télévisuelles de fiction locales et populaires.

BILAN

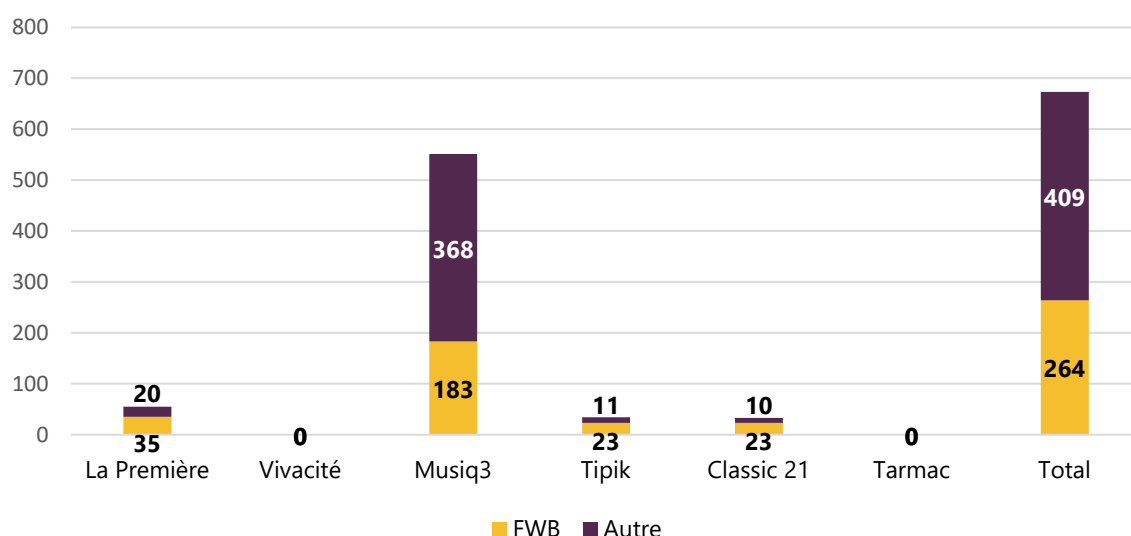
RADIO

Art. 25.5, a : Diffusion de spectacles musicaux, lyriques et concerts

Pour l’exercice 2022, la RTBF déclare avoir diffusé **673 concerts, showcases et spectacles musicaux, dont 264 produits en FWB**, soit une part de 39,23%.

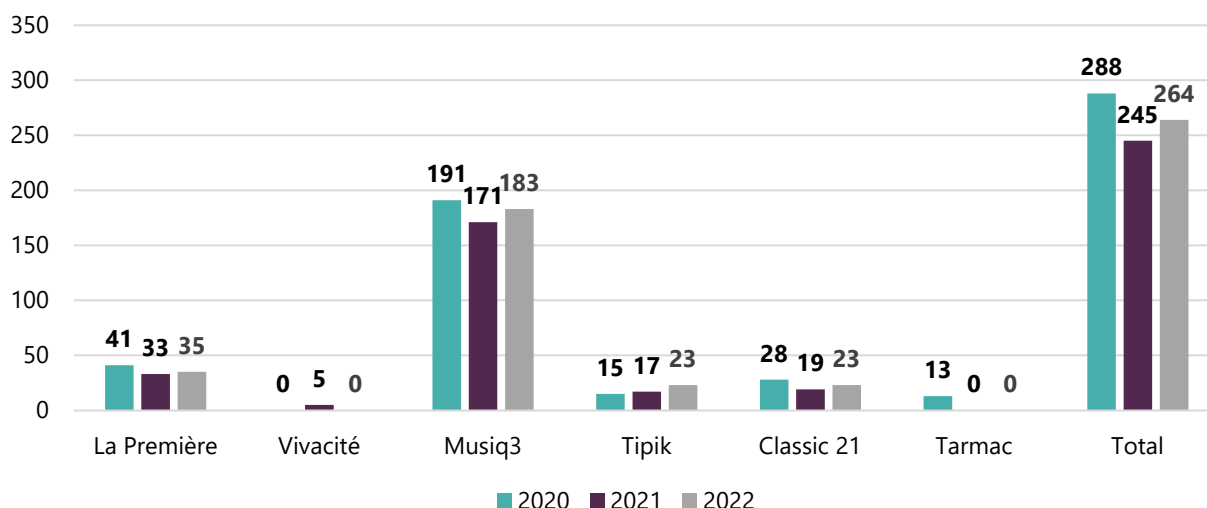
Comme lors des exercices précédents, la grande majorité de spectacles restent programmés sur Musiq3, à hauteur de 81,87% des diffusions.

Nombre de spectacles musicaux diffusés par service



Parmi les spectacles produits en FWB, 35 ont été diffusés sur La Première (33 en 2021), 0 sur Vivacité (5 en 2021), 183 sur Musiq3 (171 en 2021), 23 sur Classic 21 (19 en 2021), 23 sur Tipik (17 en 2021) et 0 sur Tarmac (0 en 2021). Sur les trois dernières années d'exercice, ces résultats restent relativement stables. On peut toutefois noter qu'après une baisse de 43 spectacles entre 2020 et 2021, l'exercice 2022 est marqué par une augmentation de 19 spectacles par rapport à l'exercice précédent.

Evolution du nombre de spectacles musicaux produits en FWB par service



L'obligation est rencontrée.

[Art. 25.5, b et c : Œuvres de musique non classique sur des textes en français et émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs FWB](#)

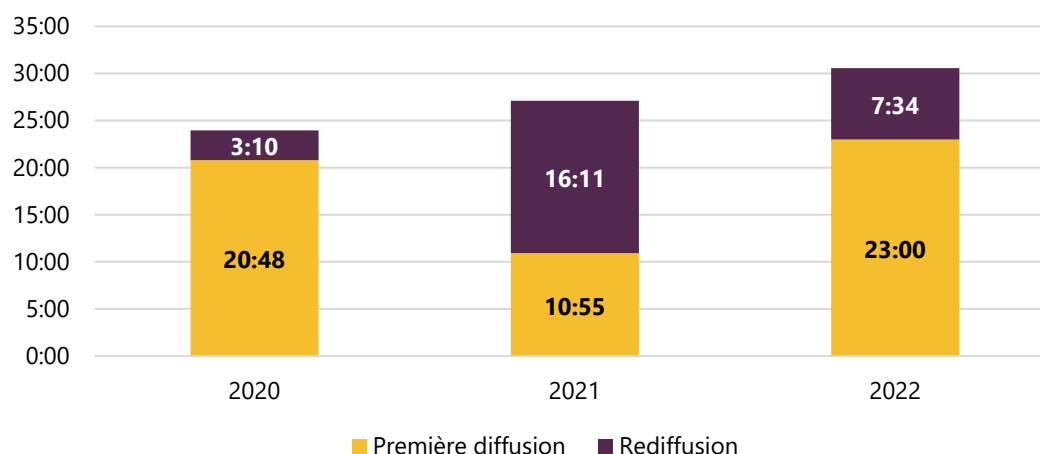
Les informations relatives à cet article sont disponibles dans la fiche « Quotas » du présent avis.

[Art. 25.5, al. 2 : Diffusion d'œuvres subsidiées par le Fonds d'aide à la création radiophonique](#)

En 2022, la RTBF a proposé **30h34 d'œuvres subsidiées par le Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (FACR)**, dont **23h** (1380 minutes) en première diffusion et **7h34** (454 minutes) en rediffusion. Elle remplit donc son obligation de 20 heures minimum.

Le Collège souligne la très nette augmentation de la durée d'œuvres subsidiées par le FACR en première diffusion – durée qui a plus que doublé par rapport à l'exercice précédent (+12h05). En 2021, la RTBF avait diffusé 27h06 d'œuvres subsidiées par le FACR, dont 10h55 (655 minutes) en première diffusion et 16h11 (971 minutes) en rediffusion. Elle ne parvenait donc à remplir son obligation de 20 heures de diffusion minimum qu'avec près de la moitié du quota constituée d'œuvres rediffusées. En 2022, le seuil de 20 heures est déjà atteint et dépassé juste avec les œuvres en première diffusion.

Evolution de la diffusion d'oeuvres subsidiées par le FACR



Répartition de la programmation culturelle

Parmi les sept services de radio de la RTBF, deux sont positionnés en tant que chaînes de référence en matière culturelle :

- La Première, la chaîne de référence dans le domaine de l'information et de la culture, grâce à une offre spécifique en journaux d'information, avec une large part de magazines et de musique francophone.
- Musiq3, la chaîne des musiques classiques s'adressant par son contenu musical et culturel spécifique à un auditoire exigeant sensible aux arts et à tous les aspects de l'esthétisme.

Ces deux services concentrent la majorité de la programmation culturelle présente sur l'ensemble des services, composée de programmes portant sur les diverses thématiques culturelles.

La seconde chaîne généraliste (Vivacité) et les cinq autres chaînes de l'éditeur (Classic 21, Tipik, Tarmac, Viva+ et Jam) offrent une programmation culturelle qui prend le plus fréquemment la forme de chroniques et séquences consacrées à des sujets culturels d'actualité.

Cette offre est complétée par des sujets d'actualité culturelle dans les programmes d'information ainsi que la présence d'invités culturels dans les programmes tels que le « 8/9 » sur Vivacité.

L'obligation est rencontrée principalement au travers de la programmation de La Première et de Musiq3, deux services qui visent des publics « affinitaires », et non un très large public.

Promotion et valorisation culturelles

L'éditeur participe de manière active à la valorisation d'événements culturels. La Foire du livre, dont La Première est partenaire depuis plusieurs années, n'a pas eu lieu en 2022 à cause de la situation sanitaire. La RTBF a dès lors développé, durant toute une semaine, de nouvelles initiatives pour promouvoir la lecture. En radio, de nombreuses chroniques et capsules de programmes récurrents ont été consacrées à la littérature. La Première a continué sa collaboration avec Passa Porta, la maison internationale des

littératures de Bruxelles. Elle a également poursuivi la remise de ses prix littéraires, le Prix Première et le Prix Première Victor de la Jeunesse.

En ce qui concerne la musique, le service Musiq3 retransmet chaque année le Concours Reine Elisabeth. En outre, les 8 services ont participé à la « Belgian Music Week », une semaine durant laquelle la programmation d'artistes de la FWB a été renforcée. Chaque radio a également désigné un artiste comme son *New Musical Artist of the Year 2021* – ces artistes étant particulièrement mis à l'honneur non seulement sur le service, mais aussi dans un documentaire diffusé en télévision sur Tipik.

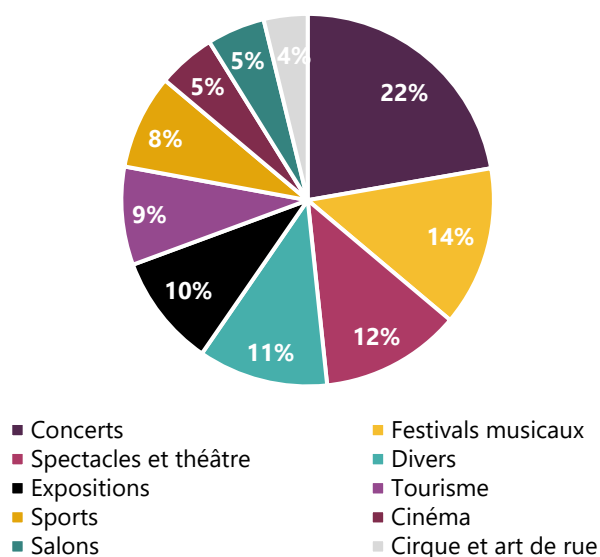
Par ailleurs, 29 documentaires et créations radiophoniques inédites ont été diffusés dans le cadre du programme « Par Oui-Dire » sur La Première. Ces créations radiophoniques ont bénéficié du soutien du Fond d'aide à la création radiophonique, et du soutien de la RTBF, la SACD, la SCAM et le service des Lettres de la Fédération Wallonie-Bruxelles, via l'appel à projets « Du côté des ondes ».

Partenariats culturels et événementiels

Pour l'exercice 2022, la RTBF déclare 656 partenariats en radio, dont 495 sont des partenariats culturels : cinéma (146) ; concerts (91) ; expositions (80) ; festivals musicaux (74) ; théâtre et spectacles (64) ; cirque et art de rue (54) ; tourisme (54) . Les 161 restants concernent le sport (54), des salons (33) ainsi qu'un point « divers » (74).

Par rapport à l'exercice précédent, le Collège souligne une augmentation conséquente du nombre de partenariats entre la RTBF et les acteurs du secteur culturel (+205). L'éditeur démontre ainsi une volonté d'accompagner le secteur dans sa reprise après la crise sanitaire due à la pandémie de Covid-19 qui mérite d'être saluée.

Types de partenariats en radio



De nombreuses disciplines artistiques sont couvertes par les partenariats développés par l'éditeur, avec une majorité consacrée aux concerts et festivals musicaux (36% cumulés), suivis par les spectacles et le théâtre (12%), les expositions (10%), le tourisme (9%), le cinéma (5%) et le cirque et les arts de rue (4%).

Conformément aux profils des différents services, les festivals musicaux et les concerts sont particulièrement valorisés sur Musiq 3, Classic 21 et Tipik. Vivacité met principalement à l'honneur le

tourisme. Le théâtre, les spectacles et les expositions font quant à eux le plus souvent l'objet de partenariats avec plusieurs chaînes.

Au travers de ces différents partenariats, la RTBF ancre son offre culturelle dans la mise en valeur des ressources culturelles, artistiques, patrimoniales et touristiques de la Fédération Wallonie Bruxelles.

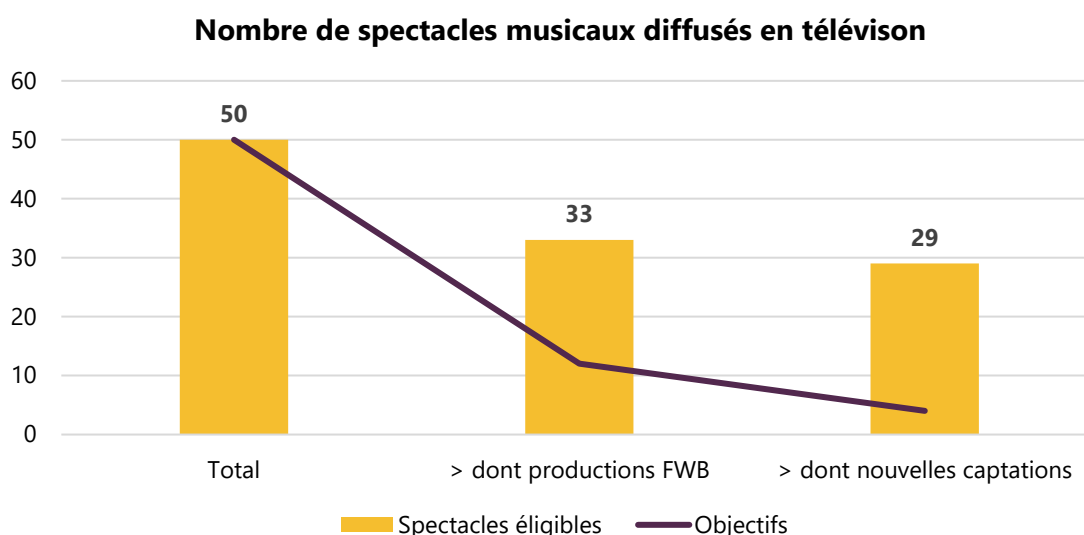
L'obligation est rencontrée.

TÉLÉVISION

Art. 25.4.a : Spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques

En télévision, la RTBF doit diffuser au moins 50 spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) et chorégraphiques (ballets) par an, dont au moins 12 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, avec un minimum de 4 nouvelles captations de spectacles par an.

Pour l'exercice 2022, l'éditeur a diffusé **50 spectacles musicaux, lyriques et chorégraphiques**, dont **33 sont produits en Fédération Wallonie-Bruxelles**, et dont **29 sont des nouvelles captations**.



Parmi les 50 spectacles diffusés, on compte **44 spectacles musicaux, 2 spectacles lyriques et 4 spectacles chorégraphiques**. Le Collège note que ces deux dernières catégories sont en augmentation par rapport à l'exercice précédent.

Par ailleurs, 34 des spectacles diffusés, soit 68%, relèvent de la musique classique, une proportion similaire à celle que l'on observait pour l'année 2021.

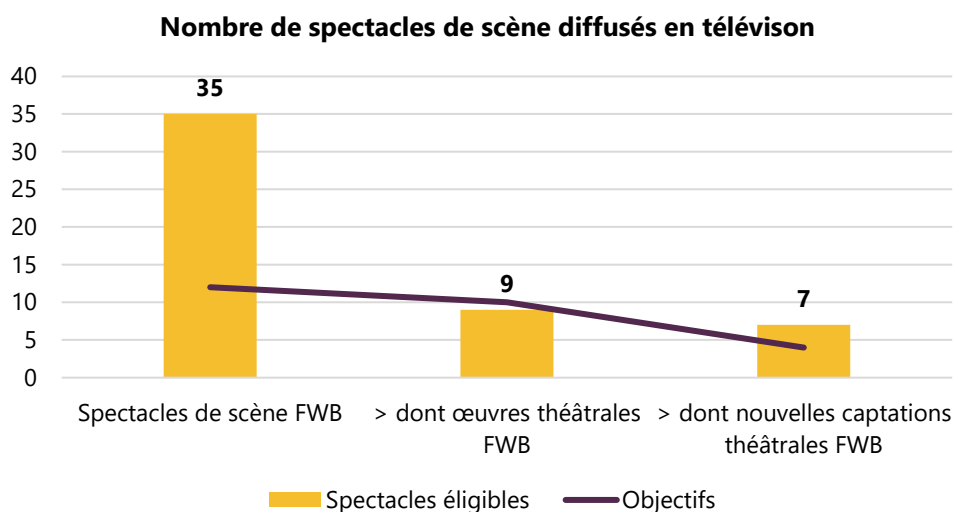
Ces chiffres sont obtenus après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres), sans prendre en compte les programmes écartés précédemment par le Collège (formats télévisuels ne correspondant pas à la diffusion d'un spectacle musical à proprement parler et documentaires musicaux) et en intégrant les données additionnelles communiquées par la RTBF en complément de son rapport annuel.

L'obligation est rencontrée.

Art. 25.4.b : Spectacles de scène

En télévision, la RTBF doit diffuser au moins 12 spectacles de scène par an (théâtre, humour, théâtre jeune public) produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, dont au moins 10 sont des œuvres théâtrales, avec au moins 4 nouvelles captations de spectacles par an.

En 2022, l'éditeur a diffusé **35 spectacles de scène** produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, dont **9 œuvres théâtrales** et **7 nouvelles captations**.



Ces chiffres sont obtenus après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres), en tenant compte des catégorisations appliquées précédemment par le Collège et en intégrant les données additionnelles communiquées par la RTBF en complément de son rapport annuel. Conformément à la décision du Collège pour l'exercice 2021, les programmes « Kroll revisite 2021 » et « Kroll redessine 2022 » sont pris en compte dans le nombre de spectacles de scène, mais pas dans le nombre d'œuvres théâtrales. En effet, le Collège ne remet nullement en question le fait que l'humour constitue une discipline des arts de la scène, mais considère que ces deux spectacles ne peuvent être considérés comme des œuvres théâtrales. Le contrat de gestion prévoyant un sous-quota spécifique pour les œuvres théâtrales, le Collège estime que ce sous-quota doit être atteint par des œuvres relevant sans équivoque du genre théâtral (et non d'autres disciplines des arts de la scène). Par ailleurs, le conte musical « Pierre et le loup » et la suite pour ensemble instrumental « Le carnaval des animaux » n'ont pas été comptabilisés ici - leur composante musicale étant dominante, ils ont été comptabilisés comme spectacles musicaux⁹.

L'obligation est partiellement rencontrée. Le quota de spectacles de scène et le sous-quota de nouvelles captations sont atteints, mais le sous-quota d'œuvres théâtrales ne l'est pas.

Interrogé à quant à cette infraction potentielle, la RTBF répond qu'elle entend les remarques du CSA et, à défaut, lui demande de prendre en considération le spectacle de Cécile Djunga, « Presque célèbre »,

⁹ On peut en outre noter que ces œuvres ne constituant pas des œuvres théâtrales à proprement parler, leur comptabilisation comme spectacles de scène n'aurait pas permis à l'éditeur d'atteindre le sous-quota d'œuvres théâtrales.

relevant que ce dernier est un spectacle d'humour, mais que Cécile Djunga est une comédienne, avec une véritable mise en scène, costumes et décors et de nombreux artistes qui se produisent à ses côtés. Concernant les deux spectacles « Pierre et le loup » et « Le carnaval des animaux », l'éditeur explique qu'il lui a semblé, de bonne foi, qu'il s'agissait de spectacles de théâtre musical. Selon la RTBF, « Pierre et le Loup » est certes un conte musical, mais il met en scène un comédien (Alex Vizorek) qui a réécrit une partie de l'introduction (avant que la musique ne commence, dans la présentation des instruments) et surtout une illustratrice live (Karo Pauwels) qui dessine en temps réel sur scène et rajoute des techniques qui empruntent des codes au théâtre d'objet (comme un loup en carton, des personnages sur des bâtonnets qui se rajoutent, des ombres...). Le metteur en scène (Gabriel Alloing) est diplômé d'un conservatoire de théâtre. Tous ces éléments plaident, selon l'éditeur, pour que le spectacle puisse être considéré comme un spectacle de théâtre musical.

Après vérification, les services du CSA ne trouvent pas de trace d'une diffusion durant l'exercice 2022 du spectacle « Presque célèbre » de Cécile Djunga, sur les chaînes de télévision de la RTBF.

En ce qui concerne « Pierre et le loup », le Collège maintient sa catégorisation en tant que spectacle musical, conformément au raisonnement développé par rapport aux spectacles de Kroll : si le contrat de gestion prévoit un sous-quota spécifique pour les œuvres théâtrales, ce sous-quota doit être atteint avec des œuvres qui relèvent sans équivoque du genre théâtral, sans quoi ce sous-quota n'a pas de raison d'être. En outre, le Collège souligne que la recatégorisation de « Pierre et le loup » en tant qu'œuvre théâtrale aurait pour conséquence que le quota de spectacles musicaux ne serait plus atteint pour cet exercice, ce quota étant atteint de justesse en 2022 avec 50 spectacles diffusés pour un objectif de 50, en comptabilisant « Pierre et le loup ».

Si le Collège reconnaît que l'absence de définition univoque d'œuvre théâtrale complique l'identification de ces œuvres, il relève néanmoins que le Décret-cadre du 10 avril 2003, relatif à la reconnaissance et au subventionnement du secteur professionnel des Arts de la scène, liste dans son article 1^{er} les différents domaines d'expression artistiques qui constituent les arts de la scène :

« Ces domaines sont :

a) l'art dramatique y inclus le théâtre action, l'improvisation et le Théâtre jeune public ;

b) l'art chorégraphique ;

c) la musique classique et contemporaine y inclus l'art lyrique ;

d) les musiques actuelles ;

e) les arts forains, arts du cirque et arts de la rue ;

f) le conte ;

g) les marionnettes, le théâtre d'objet et arts associés ;

h) les spectacles d'humour, en ce compris le stand-up. »

Bien que le Décret ne définisse pas le théâtre (ou, selon les termes utilisés, « l'art dramatique »), il le distingue donc explicitement d'autres domaines d'expression artistique, parmi lesquels les spectacles d'humour (dont relèvent les spectacles de Kroll), mais aussi le conte et la musique classique (dont relève « Pierre et le loup »).

Par ailleurs, le Collège rappelle que les quotas définis par le contrat de gestion constituent des seuils minimaux fixés pour garantir l'accès des publics à certains types de contenus ou de formats audiovisuels.

À ce titre, le Collège se réfère à son bilan relatif au cinquième contrat de gestion et en particulier le chapitre sur l'intention éditoriale¹⁰ qui analyse notamment l'audience moyenne des spectacles diffusés en linéaire et le nombre de vues moyen des spectacles mis à disposition sur Auvio. En 2020-2021, le Collège établissait que l'audience en ligne représentait entre 1 et 3% de l'audience moyenne des spectacles diffusés en télévision, l'obligation de diffusion en télévision garde donc tout son sens.

Enfin, il apparaît au Collège qu'une réflexion est possible sur le format même de la captation théâtrale, en concertation avec les acteurs du monde du théâtre et ce, dès l'étape de conception du spectacle, afin de redynamiser ce format.

Cependant, compte tenu de la notification tardive du grief pour l'exercice précédent, le Collège décide de ne pas notifier de grief pour le présent exercice mais insiste pour que la RTBF mette entièrement cette obligation en œuvre en 2023, celle-ci figurant encore au sixième contrat de gestion (indicateur 20). En vue des prochains contrôles, le Collège invite l'éditeur à tenir compte, dans la manière dont il catégorise les œuvres relevant des arts de la scène, des distinctions opérées à l'article 1^{er} du Décret-cadre du 10 avril 2003, relatif à la reconnaissance et au subventionnement du secteur professionnel des Arts de la scène.

Art. 25.4.c : Courts-métrages

En télévision, la RTBF doit diffuser 30 courts métrages de fiction ou d'animation par an, émanant de jeunes auteurs, réalisateurs ou producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, dont au moins 10 inédits et 10 diffusés entre 20 et 23 heures.

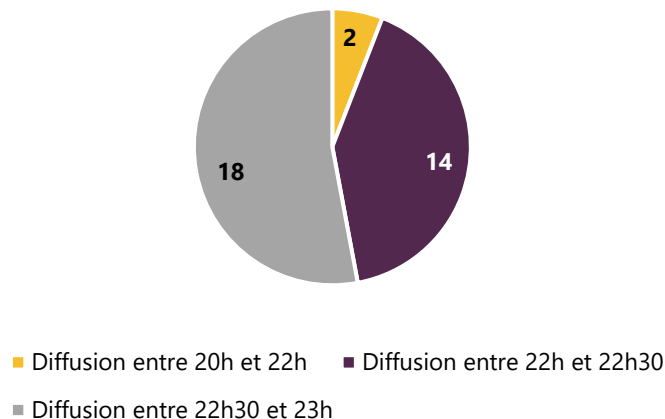
Sur l'exercice 2022, après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres), il apparaît que la RTBF a diffusé **50 courts métrages belges francophones**, dont **21 inédits** et **34 diffusés entre 20 et 23 heures** (parmi lesquels 20 inédits).

Sur l'ensemble des 50 courts métrages issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles, 16 (soit environ un tiers) ont été diffusés après 23 heures et 34 (environ deux tiers) dans le créneau 20-23 heures. En comparaison, lors de l'exercice précédent, moins de la moitié des courts métrages belges francophones avaient été diffusés dans ce créneau horaire. Le Collège souligne cette évolution positive.

Cependant, parmi les 34 productions diffusées durant le créneau 20-23 heures, on constate que les courts métrages issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles sont très largement diffusés après 22h ou même après 22h30. Seuls deux courts métrages sont diffusés entre 20h et 22h, l'un débutant à 21h54 et l'autre à 21h57.

¹⁰ Voir https://www.csa.be/wp-content/uploads/2022/05/CSA_bilan_RTBF_2019-2022_version_finale.pdf p. 50 à 55.

Répartition horaire des courts métrages issus de FWB



Comme c'était déjà le cas lors de l'exercice précédent, le Collège encourage l'éditeur à diffuser davantage de courts métrages issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles au début de la tranche horaire 20-23 heures, pour que ceux-ci puissent rencontrer un plus large public.

L'obligation est rencontrée.

Art. 25.4. d : Œuvres cinématographiques et télévisuelles

La RTBF doit diffuser des œuvres cinématographiques et télévisuelles de qualité, dont au moins :

- 120 longs métrages cinématographiques par an ;
- 40 œuvres cinématographiques destinées à des publics spécifiques relevant du « cinéma d'auteur » ou du « cinéma d'art et d'essai » ;
- 33% de longs métrages cinématographiques ayant fait l'objet d'une distribution en salle par une société indépendante belge ;
- 50% d'œuvres européennes d'origine diversifiée, sur l'ensemble de sa programmation de fiction de longs et courts métrages, séries et téléfilms, en diffusant au moins 10 fois par an des films d'auteurs de la Fédération Wallonie Bruxelles et en élargissant l'offre de programmes en version originale sous-titrée en diffusant, chaque fois qu'elle peut en acquérir les droits, des œuvres de fiction en version originale sous-titrée ou en version française, avec faculté de visionnage des sous-titres en version multilingue accessibles via le décodeur du télédiffuseur.

➤ **120 longs métrages cinématographiques par an**

Sur l'exercice 2022, la RTBF a diffusé **570 longs métrages cinématographiques**, soit plus de quatre fois l'objectif fixé dans le contrat de gestion.

Ce chiffre est obtenu en comptabilisant tous les types de longs métrages, dont les films d'animation, les longs métrages « jeunesse » et les dessins animés unitaires de long métrage, et après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres).

L'obligation est rencontrée.

➤ ***40 œuvres cinématographiques relevant du « cinéma d’auteur » ou du « cinéma d’art et d’essai »***

La RTBF a diffusé, durant l’année 2022, **152 films d’auteur ou d’art et d’essai**, soit plus de trois fois l’objectif fixé dans le contrat de gestion.

Ce chiffre est obtenu en comptabilisant tous les films reconnus comme relevant du « cinéma d’art et d’essai » par le Centre national du cinéma et de l’image animée français et après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres).

L’obligation est rencontrée.

➤ ***33% des longs métrages distribués en salles par une société indépendante belge***

Sur les 570 longs métrages diffusés par la RTBF en 2022, 195 ont fait l’objet d’une distribution en salle par une société indépendante belge, ce qui représente **34,2%**.

L’obligation est rencontrée.

➤ ***50% d’œuvres européennes d’origine diversifiée sur l’ensemble de sa programmation de fiction et au moins 10 films d’auteurs de la Fédération Wallonie Bruxelles, en élargissant l’offre de programmes en version originale sous-titrée et en version multilingue***

Les **œuvres européennes** constituent, en 2022, **65,3%** de la programmation de fiction de la RTBF, ce qui représente 15% de plus que l’objectif fixé par le contrat de gestion.

Ce chiffre est obtenu après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres) et en prenant en compte tous les longs et courts métrages de fiction, des dessins animés, des programmes de fiction « jeunesse », ainsi que l’ensemble des séries, mini-séries et téléfilms diffusés par l’éditeur.

Si l’on s’intéresse à la répartition de cette programmation de fiction européennes en fonction du pays d’origine du producteur, on constate que plus de la moitié des œuvres proviennent de France et plus d’un quart de Belgique. Le Collège encourage dès lors la RTBF à augmenter la diversité d’origine de sa programmation de fiction européenne.

Par ailleurs, la RTBF a diffusé **25 films d’auteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles**, soit plus du double de l’objectif fixé par le contrat de gestion.

Ce chiffre est obtenu en comptabilisant tous les films reconnus comme relevant du « cinéma d’art et d’essai » par le Centre national du cinéma et de l’image animée français dont le pays du producteur est la Belgique francophone, et après suppression des doublons (entre les différents quadrimestres).

Enfin, l’éditeur a proposé, en 2022, **562 œuvres de fiction en version multilingue et 13 en version originale sous-titrée**. Lors de l’exercice précédent, la RTBF déclarait avoir proposé 603 œuvres en version multilingue et 21 en version originale sous-titrée. Si le nombre d’œuvres de fiction disponibles

en version originale sous-titrée et en version multilingue reste conséquent, le Collège constate toutefois que cette offre a légèrement diminué entre 2021 et 2022.

Les obligations sont rencontrées.

Art. 25.4.e : Œuvres valorisant les artistes de la FWB en première partie de soirée sur la Une et Tipik

La RTBF doit diffuser 44 œuvres mettant en valeur des auteurs, créateurs, compositeurs, producteurs, artistes-interprètes, réalisateurs et distributeurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en première partie de soirée sur La Une et Tipik, en particulier des séries télévisuelles locales et populaires.

La RTBF déclare avoir diffusé **75 programmes mettant en valeur des auteurs et créateurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles**.

Le Collège constate, en outre, que 29 de ces programmes, soit environ deux tiers de l'objectif fixé par le contrat de gestion, sont des épisodes de séries, des films et des documentaires entièrement issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui répondent donc complètement à l'objectif. Le Collège salue l'évolution positive que cela constitue par rapport à l'exercice précédent et encourage l'éditeur à poursuivre dans cette direction, en proposant au public des programmes pleinement ancrés en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'obligation est rencontrée.

AVIS

RADIO

Le Collège constate que les obligations des articles 24 et 25 du contrat de gestion sont rencontrées sur les services radiophoniques de l'éditeur. Des programmes de développement culturel sont présents sur l'ensemble des services, malgré une présence plus importante sur La Première et Musiq3 – ce qui est conforme aux profils des services, mais a néanmoins pour conséquence que la majorité des programmes culturels se trouvent proposés à des publics « affinitaires ».

Par ailleurs, les événements du monde culturel de la Fédération Wallonie-Bruxelles bénéficient d'une exposition et d'un soutien sur les ondes de l'éditeur. À cet égard, la promotion plus intense du tourisme local sous forme de partenariats sur Vivacité compense, dans une certaine mesure, une moindre présence de magazines culturels à proprement parler sur ce service.

Les obligations de la RTBF en matière de développement culturel sont rencontrées en radio.

TÉLÉVISION

Le Collège constate que la RTBF propose une programmation culturelle diversifiée en termes de formats et de disciplines artistiques couvertes.

Les obligations de la RTBF en matière de développement culturel sont en grande majorité rencontrées en télévision.

Néanmoins, le Collège constate un manquement dans le chef de l'éditeur : la RTBF n'atteint pas son objectif en termes de nombres d'œuvres théâtrales diffusées sur l'année 2022.

Si l'éditeur a diffusé un nombre de spectacles de scène supérieur à son objectif, le Collège insiste sur le fait que le sous-quota d'œuvres théâtrales doit être atteint uniquement avec des spectacles qui relèvent du genre théâtral (et non d'autres disciplines des arts de la scène ou de formes hybrides mêlant plusieurs de ces disciplines).

Le Collège rappelle par ailleurs qu'il a déjà attiré l'attention de l'éditeur sur ce point par le passé et a même notifié un grief à cet égard pour l'exercice 2021. Il relève, en outre, que le nouveau contrat de gestion de la RTBF maintient l'obligation inchangée. Il souligne enfin que de nombreuses captations relevant sans conteste de la qualification d'œuvre théâtrale sont disponibles sur Auvio et que certaines pourraient sans nul doute bénéficier d'une mise en valeur sur l'un des services linéaires de l'éditeur.

PROGRAMMATION JEUNESSE

CONTEXTE

Articles 35, 36, 37 et 38

La RTBF (co)produit des programmes destinés à la « jeunesse ». Le contrat de gestion identifie précisément deux publics cibles :

- Les enfants (entre 4 et 14 ans) : la RTBF diffuse des programmes qui leur sont spécifiquement destinés, notamment en télévision, au sein d'une programmation cohérente, sans publicité et comprenant un journal d'information télévisé quotidien (art.37) ;
- Les adolescents et les jeunes adultes (entre 15 et 24 ans) : la RTBF diffuse des programmes qui leur sont spécifiquement destinés (art.38).

En outre, le contrat de gestion prévoit que la programmation jeunesse de la RTBF se développe avec deux points d'attention particuliers (art.36) :

- Valoriser la participation et l'expression directe des jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) ;
- Faire appel aux talents artistiques de la FWB et favoriser les partenariats avec les opérateurs reconnus du secteur de la jeunesse en FWB.

BILAN

Public enfants et jeunes adolescents

Vers les enfants : OUFtivi en TV devient Auvio Kids en digital

Le label « OUFtivi » créé en 2011 à destination des 4 à 12 ans connaît des changements importants. D'une part, sa programmation sur La Trois est réduite avec la suppression de la tranche quotidienne "6h-9h". D'autre part, le site internet OUFtivi sur lequel se retrouvait ses contenus TV en direct et à la demande a été remplacé par Auvio Kids intégré à la plateforme Auvio. À l'instar d'OUFtivi, Auvio Kids est sans publicité.

Programmation 2022 d'OUFtivi en TV (La Trois)

Ensemble de la programmation	Programmes (co)produits par la RTBF
4226 heures (4939 heures en 2020)	557 heures (739 heures en 2020)
Durée des programmes de fiction	Durée des programmes de flux
4044 heures (4514 heures en 2020)	198 heures (425 heures en 2020)

En TV, les programmes produits ou coproduits par la RTBF représentent, en durée, 13,2 % de l'ensemble de la programmation « enfants ». Il s'agit d'une diminution par rapport à l'exercice 2020 (15%). Les programmes de flux représentent 5 % d'une programmation composée sur La Trois, majoritairement, par des dessins animés. En 2020, ces programmes non-fictionnels représentaient 10%. Cette diminution en TV de la production et coproduction de la RTBF, notamment des programmes de flux semble correspondre au déplacement d'une partie de cette programmation sur la plateforme Auvio Kids.

Principaux programmes (co)produits par la RTBF

Vers les enfants (en TV et sur Auvio Kids) :

- **Rocky et Lily, c'est dans la boîte** : programme quotidien de divertissement et de connaissance lancé en mars 2020. Chaque jour Rocky & Lily découvrent un objet mystère prétexte à transmettre un savoir, une information dans des thématiques variées : la vie quotidienne, les sciences et nouvelles technologies, les anecdotes historiques, les animaux, le sport, les nouvelles tendances, la nature et l'environnement ...
- **Viens je t'explique** : offre éducative destinée aux 6-12 ans et qui fait suite à **Y'a pas école on révise** proposé au départ dans le contexte de la pandémie. Le programme dure 25 minutes avec trois moments de révision entrecoupés de séquences ludiques et instructives.
- **Les Niouzz 8-12 ans** : l'info quotidienne vulgarisée pour les plus jeunes.

Vers les "pré-ados" (Auvio Kids ou réseaux sociaux) :

- **N+** (instagram des Niouzz) : 3 à 4 stories par semaine avec quizz sur l'actu.
- **On parle de tout** : présenté par l'animateur Prezy accompagné d'un psychopédagogue, ils répondent sans tabous à des questions d'enfants posées sur les RS : Ukraine, vaccins, puberté, ...
- **Rocky raconte** : une collection de 15 contes philosophiques.
- Sur la plateforme Auvio Kids, on relève aussi la mise à disposition de programmes éducatifs de 2020 et 2021 :
 - o **Tulalu** : collection de 10 capsules d'animation permettant de présenter un ouvrage de la littérature jeunesse et donnant envie d'aller plus loin et de lire l'histoire jusqu'au bout.
 - o **C'est la base** : séquences de révision pour le secondaire
 - o **La guerre 14-18 racontée aux enfants**
 - o **Dans la toile** : apprentissage du monde numérique

Vers les ados (sur les réseaux sociaux) :

- **Izi News** : le programme d'actu diffusé sur Tarmac pour les 15-25 ans.
- **TarmacActu** : l'actualité décryptée en formats courts pour Tik Tok, Insta et YT short.
- **Spit** : un collectif de trois jeunes influenceurs qui abordent dans la bonne humeur des sujets culturels, people, mais également en lien avec les problèmes relationnels et le bien-être. Sur YT, TikTok et Instagram.
- **Mis à jour** : condensé d'informations sur TikTok vers les ados de 10 à 15 ans.

Participation et expression directe des enfants et jeunes adolescents de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)

La RTBF relève dans sa production propre plusieurs programmes (notamment sur les réseaux sociaux) dans lesquels les plus jeunes bénéficient spécifiquement d'une expression directe.

Vers les plus jeunes, elle cite en TV **les Niouzz** et **Viens je t'explique**, deux programmes dans lesquels des enfants interviennent régulièrement.

Vers les adolescents, elle cite des comptes sur les réseaux sociaux comme **N+** ou **Mise à jour** qui, naturellement, favorisent l'interactivité.

L'éditeur pointe encore un contenu qui répond favorablement à cette mission de participation et d'expression des jeunes :

Story privée (disponible sur TikTok, Auvio ou en version podcast) propose des échanges entre adolescents s'exprimant librement, évoquant leurs expériences sur des sujets comme l'amitié, l'amour, la sexualité, la famille, ...

La RTBF rencontre ses obligations.

Appel aux talents artistiques de la FWB dans la programmation pour enfants

La collaboration d'artistes et de techniciens audiovisuels de la FWB à la programmation enfants de la RTBF se fait en TV surtout via les séries d'animation produites en FWB.

Le catalogue d'Auvio Kids propose aussi des spectacles pour jeunes publics, notamment les spectacles des jeunes musicales auxquels participent des artistes de la FWB. De tels contenus, en particulier s'ils ne sont pas diffusés en TV, devraient pouvoir bénéficier d'une mise en valeur spécifique au sein du catalogue.

Séries ou programmes d'animation diffusés en 2022 (co)produits en FWB :

Titre	Format	Production FWB
Les Schtroumpfs	104 X 11 minutes	Peyo Productions
Paf le Chien	155 X 7 minutes	Grid Bruxelles
Spirou et Fantasio	39 X 23 minutes	Dupuis audiovisuel
Arthur et les Minimoys	26 X 26 minutes	New Trails
Zombillennium	1 X 80 minutes	Dupuis audiovisuel
La cabane à histoires	103 X 7 minutes	Bardaf ! Productions
L'agence Galactique	52 X 12 minutes	Bardaf ! Productions
L'odyssée de Choum	1 X 26 minutes	Coproduction RTBF
Fritzi, histoire d'une révolution	1 X 80 minutes	Artémis Production

La RTBF rencontre ses obligations.

Public adolescent et jeunes gens

Tarmac : contenus culturels et sociétaux sur les plateformes et réseaux sociaux

Depuis 2017, le média digital Tarmac rassemble une partie de l'offre jeunesse de la RTBF en s'adressant aux 15-25 ans. L'offre se décline à travers un site web, une radio digitale, une application mobile, une chaîne Youtube, mais aussi via Facebook, Instagram, Snapchat et Twitch.

Tarmac est principalement dédié au hip hop, à la culture urbaine et au gaming, mais dès ses débuts, le média s'est aussi donné une vocation sociétale vers la jeunesse en abordant dans de nombreux contenus des thématiques telles que l'environnement ou la sexualité, sur un ton et avec des contenus qui peuvent séduire d'autres publics jeunes que les seuls adeptes du hip hop. De par la diffusion de ses contenus en recourant aux réseaux sociaux, les productions du label Tarmac peuvent facilement atteindre d'autres publics que le public initial.

Contenus en radio (hors programmation musicale)

Programme	Contenu
CQLB	Actu, people et invités
La Familuxx	Libre antenne en totale interaction avec WhatsApp et tel
Sex N Sun	Discussion sur la sexualité avec des interactions sur Whatsapp

Contenus digitaux (info, divertissement, musique)

➤ Info

Programme	Contenu	Plateforme/RS
IZI News	L'actu décortiquée	FB/IG/YT/Auvio
Tarmactu	Format d'info en version courte	TikTok/IG/YT
Short Sport	Actu sportive en version courte	TikTok/IG/YT

➤ Divertissement

Programme	Contenu	Plateforme/RS
Tarmac Comedy	Stand up (enregistré à Kinshasa)	TikTok/IG/YT/Auvio
Micro Street	Micro-trottoir	IG/TikTok
Shinyusu	Capsules sur la japonisation (collaboration Ixpé)	IG

➤ Musique

Programme	Contenu	Plateforme/RS
Freestyle	Capsules musicales de talents belges émergents	IG
Tarmac music	Tarmac reçoit en studio un artiste confirmé pour un live	IG/YT/FB
Interview artiste	Divers formats d'interview d'artistes	IG/YT/FB/TikTok
Skillz	À la recherche de nouveaux talents	IG/YT/FB/Site
OG Story	Videocast sur le rap	YT/IG/FB/Podcast

Tipik en TV : une offre linéaire “jeunes adultes”

En télévision, Tipik vise principalement un public large de 25 à 44 ans. Toutefois, certains de ses programmes culturels, musicaux ou de divertissement (co)produits par l'éditeur peuvent aussi séduire un public plus jeune. L'éditeur cite notamment :

Programme	Genre	Contenu	Fréquence
Culture Club	Culture	Talk-show culturel orienté vers la pop culture	Hebdomadaire
L'internet show	Société/Web	L'actualité sociétale vue à travers les réseaux sociaux	Hebdomadaire
Escape show	Divertissement	Escape game avec chaque semaine un thème et un univers différent	Hebdomadaire
Livestream	Musique	Interview et live d'artistes	Quotidien

Participation et expression directe des jeunes de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB)

L'expression directe des adolescents et jeunes gens est au cœur de trois programmes de Tarmac en radio : **Micro Street** (micro-trottoir), **Familuxx** (libre antenne) et **Sex N Sun** (sexualité).

Comme déjà évoqué, on constate une volonté du média de s'ouvrir aux adolescents et jeunes gens de façon large. En témoigne encore le programme **Tarmac@School** relevé dans la programmation de 2023 et dans lequel le média s'invite dans différentes écoles secondaires de la FWB pour y organiser des débats avec les élèves du supérieur sur des thèmes comme la liberté d'expression, la confiance dans les médias ou encore la place de l'argent dans nos sociétés.

La plateforme de gaming **RTBF IXPé** est un média transversal consacré aux jeux vidéo, à l'e-sport et à la culture 2.0. Si le gaming touche différents publics de jeunes et de moins jeunes, c'est particulièrement vrai chez de nombreux adolescent.es comme un élément de loisir et de culture fédérateur.

L'Open Stream de RTBF IXPé : la RTBF invite des jeunes streamers à utiliser leur studio et le compte Twitch de RTBF IXPé pour 3 heures de stream sur leur projet, épaulés par des professionnels et profitant ainsi pour leurs "live" d'une grande audience.

Appel aux talents artistiques de la FWB dans la programmation pour les jeunes de 15 à 24 ans

Un des objectifs du label Tarmac est d'être une vitrine pour la scène urbaine belge dans ses multiples dimensions : musique, danse, stylisme, graffe... Ainsi naturellement, Tarmac répond favorablement à l'obligation de la RTBF de faire appels à des talents artistiques belges dans sa programmation vers les jeunes.

AVIS

Vers les enfants et jeunes adolescents

Le Collège constate qu'une partie de la programmation pour les enfants en télévision a migré sur la plateforme sans publicité Auvio Kids. Il apparaît naturellement souhaitable pour les enfants, du moins les plus jeunes, que la consommation sur Auvio Kids se fasse plutôt via une télévision connectée qui favorise le visionnage familial qu'avec un pc ou un smartphone plus adapté à une consommation individuelle. C'est notamment dans cette optique que le Collège estime qu'il reste nécessaire de garder une programmation pour enfants en télévision.

Parmi les programmes pour enfants et jeunes adolescent.es, le Collège relève plusieurs nouveaux programmes éducatifs ou tournés vers la vie affective favorisant l'expression des jeunes comme le programme de révision scolaire **"Viens je t'explique"**, le programme **"On parle de tout"** dans lequel un psychopédagogue répond aux questions des enfants ou encore, vers les adolescents, la série **"Story privée"** dans laquelle des jeunes se confient sur des sujets qui leur tiennent à cœur. Le Collège salue aussi les différents canaux d'information mis en place sur les RS à l'adresse de différents publics de grands enfants et d'adolescents : **"N+"**, **"Mise à jour"**, **"Izi News"** et **"Tarmac actu"**.

Vers les grands adolescents et jeunes gens

En proposant des contenus variés sur les différents RS, Tarmac poursuit avec succès sa dynamique pour s'adresser et interagir avec des publics jeunes pas nécessairement tournés vers le hip hop et la culture urbaine, son public de base. En linéaire, la webradio "Tarmac" ainsi que certains programmes télévisuels sur "Tipik" s'adressent aussi, du moins en partie, aux adolescent.es et jeunes gens. Au regard de la dernière étude MAP du CSA sur la consommation des médias, on constate qu'une partie de la jeunesse continue à consommer des contenus sur la télé traditionnelle (en 2021, 54% des 15-19 ans regardaient des programmes en TV). Il apparaît donc nécessaire de s'adresser encore au jeune public via les médias traditionnels, aussi pour favoriser une représentativité des adolescent.es à l'écran.

Le Collège salue encore la création de la plateforme de gaming RTBF IXPé orienté vers la culture 2.0, les jeux vidéo et l'e-sport, notamment pour son action "Open Stream" qui propose à des jeunes streamers de s'essayer sur des sessions de 3 h live dans le studio de IXPé avec un encadrement professionnel et la large audience du compte de la plateforme.

Les obligations sont rencontrées.

EDUCATION AUX MEDIAS

CONTEXTE

Articles 29 et 36

La RTBF accorde une attention particulière aux questions relatives à l'éducation aux médias. Elle s'intéresse notamment aux médias électroniques et à la consommation publicitaire. L'article 36, qui vise spécifiquement les publics enfants et adolescents, insiste sur le décryptage publicitaire (notamment le placement de produits), sur les usages d'internet et des nouvelles technologies de l'information.

Le contrat de gestion offre à la RTBF une certaine latitude pour concrétiser ces obligations. L'éditeur doit « diffuser et proposer à la demande (...) des programmes ou séquences (...) sur tous les services qu'elle juge pertinents ». L'article 37 précise toutefois que le journal pour enfants doit intégrer des séquences d'éducation aux médias consacrées spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment au placement de produits).

Pour concrétiser sa mission d'éducation aux médias, la RTBF doit renforcer sa collaboration avec le Conseil supérieur de l'Éducation aux Médias et entretenir avec lui un dialogue régulier.

Enfin, le contrat de gestion prévoit, depuis 2014, l'adoption par la RTBF d'un Plan stratégique d'éducation aux médias. Ce plan répond à certaines conditions :

- Il est développé sur tous les médias (360°);
- Il est conçu dans une perspective d'éducation permanente;
- Il organise le décryptage des médias (en ce compris l'analyse et la prise de distance critique à l'égard de la communication commerciale);
- Il inclut des contenus audiovisuels spécifiques;
- Il fait l'objet d'un traitement distinct dans le rapport annuel.

BILAN

PLAN STRATEGIQUE D'EDUCATION AUX MEDIAS

Depuis son adoption, en 2014, la mise en œuvre et la mise à jour annuelle par la RTBF d'un Plan stratégique d'éducation aux médias ont constitué une réelle avancée en la matière.

Le Plan 2022 s'est inscrit dans le cadre du Plan stratégique RTBF 2027 ainsi que du Plan d'éducation aux médias de la FWB adopté en 2021.

En pratique, l'éducation aux médias à la RTBF vise à « *développer à la fois l'esprit critique du public dans ses usages médiatiques et la capacité du public à participer, s'exprimer et créer du contenu dans divers contextes et sur plusieurs supports* » ainsi qu'à « *donner concrètement au public des clés, des aptitudes et des compétences pour utiliser de manière indépendante, autonome, active, créative, participative et solidaire les (« nouveaux ») médias (...)* ». La RTBF revendique sa liberté de développer les thèmes de son choix mais elle considère qu'*il est impossible de passer à côté des sujets suivants : fake news – cyberharcèlement – réseaux sociaux – publicités sexistes – (méta)données et algorithmes de*

recommandation". Elle s'adresse à tous les publics, mais vise aussi certains publics spécifiques comme "les jeunes mais aussi les adultes tout au long de leur vie, les personnes (plus) âgées, déficientes sensorielles, « invisibles », exclues, « marginalisées », « vulnérabilisées » et toutes celles pour qui le passage dans un monde numérique connecté, constitue une inconnue, une crainte ou un obstacle". La RTBF propose donc des contenus dans ses quatre éditions d'offres (« Nouvelles générations », « Jeunes adultes », « Nous » et « Affinitaires »). Ces contenus "abordent l'éducation aux médias de manière spécifique ou transversale".

PROGRAMMES D'EDUCATION AUX MEDIAS

Mensuel, Hebdo, Quotidien, Sujet occasionnel

	Programmation			
	Tous publics	Ados	Enfants	Service
Radios	Séquence “Médias” dans Déclic			La Première, La Trois
	Surfons tranquille			Classic 21
	Séquence “Hygiène numérique” dans « Tendances Première »			La Première
	Séquence « Machins, machines » dans « Entrez sans frapper »			
	Tendances première, Le Mug, On n’a pas fini d’en parler, JP ...			La Première/ VivaCité
Télévision	INSIDE	L’internet show	Les Niouzz	La Une, La Trois, Tipik, RS, Ouftivi/YouTube
	D.nomade	La notif de Béné		La Une
	Déclic, JT...			
Tarmac		IZI News		
Participation à la réalisation de programmes				
Etudiants sup.		Enfants		
Belgodyssée		Ouftivi reporters		
		Classes Niouzz		
Activités				
Journalistes en classe, MediaCoach, Safer Internet day, Difference Day, La semaine numérique, RTBF Inside (visites, ateliers, sites internet), Appel à projets scolaires CSEM, Questions vives, ...				

Les distinctions entre publics-cibles, adultes et adolescents en particulier, ne doivent pas être considérées de manière stricte. La distinction est opérée en fonction des demandes du contrat de gestion.

Le tableau ci-dessus ne représente pas l'exhaustivité des actions et contenus d'éducation aux médias réalisés par la RTBF.

Télévision

« Inside » (10 éditions en 2022) est un programme d'environ 40 minutes, diffusé sur La Une et constitué de différentes séquences consacrées à des thématiques d'éducation aux médias telles que "Comment se prépare une matinale d'info radio ?", "C'est quoi ton métier, self opérateur ?", "Quelle place prend la culture dans l'info ?", "Les régies", "Ma vie d'ado sur Tik Tok", "L'animation 2D-3D", "Coupe du Monde au Qatar", "Emissions d'investigation", "L'info sur le web", ...

La séquence radio "Le débat des décodeurs" a été intégrée en septembre au programme "Déclic", diffusé sur La Première et sur La Trois, où elle a une fréquence hebdomadaire sous l'intitulé « Médias » ("CNews : le catholique Vincent Bolloré et sa mainmise sur le paysage audiovisuel français", "Les médias détestent-ils les vieilles ?", ...)

Le programme D.Nomade est réalisé par des étudiants du l'ULB, en collaboration avec le service éducation aux médias de la RTBF et ULB Culture. Les sujets sont consacrés à " *la déconstruction des fake news et des préjugés* " : "thèses complotistes, raccourcis simplistes, désinformation, ..." Un objectif de l'initiative est de donner aux étudiants "les clés de l'écriture multimédia et de la construction d'un reportage". Les capsules sont diffusées sur la Une.

D'autres programmes traitent occasionnellement de thématiques liées à l'éducation aux médias. Pour l'exercice 2022, le Collège relève notamment "Déclic" (Quel journalisme inventer ou réinventer ?", "Quelle visibilité médiatique pour le sport féminin", ...), « Investigation » (« Le revenge porn et la vie privée », ...), le documentaire "Moscou, l'info dans la tourmente" (coproduction RTBF, sur La Trois), ...

Radio

« Le Débat des Décodeurs » a été supprimé en septembre sur La Première et a été intégré au sein du programme "Déclic" (décliné en radio, télévision et web) où il constitue une séquence hebdomadaire (« Cinéma : plateformes de streaming, désertion des salles obscures... », « Uvalde : quand la police entrave le travail de la presse », ...)

Le Collège relève également plusieurs séquences récurrentes d'éducation aux médias : « Surfons tranquille » sur Classic 21 (précautions de navigation sur internet, par le Commissaire O.Bogaert de la Federal Computer Crime Unit), "Machins, machines" sur La Première et "Hygiène numérique" sur La Première¹¹ également.

"On n'a pas fini d'en parler" qui n'est pas spécifiquement un programme d'éducation aux médias traite régulièrement de thématiques qui y sont liées ("Le travail des enfants dans le cinéma, la télé, les publicités", "Les erreurs journalistiques et comment faire pour les rectifier", "Le CA de la RTBF influence-t-il les journalistes", "Le phénomène Tik Tok", "Le choix des témoins pour les reportages télé et radio", "Traitement médiatique de la sécheresse", "L'influence des GAFA dans la diffusion des matchs sportifs", ...)

D'autres programmes traitent occasionnellement de thématiques liées à l'éducation aux médias.

¹¹https://www.educode.be/doku.php/numerique_et_enjeux_societaux/hygiene_numerique_avec_educode_-_podcasts

Pour l'exercice 2022, le Collège relève entre autres : « Matin première » (la Journée internationale de la liberté de la presse et des médias), "Le Mug" (David Chavalarias pour son livre « Toxic Data - Comment les réseaux manipulent nos opinions », Eliette Abécassis pour son livre « De l'âme sœur à Tinder »), « Au bout du jour » (Entretien avec Gérard Berreby sur le livre de James Bridle, « Un nouvel âge des ténèbres – la fin de l'avenir », sur les nouvelles technologies », ...), « Tendances Première » (« Les médias traitent-ils correctement les infos scientifiques ? », "Le droit à l'image des enfants", "A la découverte du métavers",...), « Alors on change » ("la pollution numérique"), "La chronique économique" ("La prise de contrôle de Twitter par Elon Musk", "L'Europe des puces, héritière du drame des vaccins",...), "Super nanas" ("Compte insta body positivisme", " Tik Tok les challenges: danger", "nouveau réseau social Reddit", "Les célébrités quittent les réseaux sociaux : pourquoi?",...), etc.

L'éditeur produit également des podcasts tels que "Le tournant" dont certains numéros décryptent des questions médiatiques ("Les réseaux sociaux vont-ils détruire la démocratie ?", "ChatGPT, une révolution ? ", ...), "L'effet Stromae" dont certains épisodes sont consacrés aux "Réseaux" et à "L'utilisation des médias" ou « Après nous, les mouches » (épisode 4, mars 2022) : « Tu es connecté ? Le numérique, une solution et une pollution ».

Les programmes diffusés en radio et télévision sont également disponibles sur le site internet de l'éditeur et sur Auvio.

Education aux médias pour les enfants

Des séquences d'éducation aux médias sont régulièrement proposées dans le programme d'information pour enfants « Les Niouzz » (« Pourquoi ça bug ? », « Pourquoi mes parents ne veulent pas que j'aie un compte TikTok ? » ...). Les séquences sont disponibles sur la chaîne YT des Niouzz et sur Instagram où 3 à 4 stories issues du programme sont diffusées chaque semaine. L'opération « classes Niouzz » propose quant à elle une formation de « reporter » par une équipe de la RTBF.

Le concept « Ouftivi reporters » permet également aux enfants d'aborder pratiquement différents aspects de la réalisation d'un programme.

Education aux médias pour les adolescents

La séquence "L'internet show" diffusée sur Tipik traite majoritairement de thématiques relatives au décryptage des médias ("Piéger son partenaire, le phénomène des cheating pranks", "Comment les réseaux détruisent les plus beaux endroits du monde", "Le succès des comptes sexo-positifs pour briser les tabous sur la sexualité", ...)

Sur Tipik, la chronique « La notif de Béné » (jusqu'en juin) porte un regard critique sur les RS (« Le sad phishing », « Instagram cherche à concurrencer TikTok », « TikTok se lance dans les abonnements payants », ...)

Sur Tarmac, diverses séquences du programme « IZI News » traitent également d'éducation aux médias (« Le rap en procès », « Rompre par texto », « Industrie du porno en France », « La fin des influenceurs ? », « TikTok, outil incontournable ? », « Téléréalité et sexisme », ...)

Pour agir contre la désinformation auprès des jeunes, la RTBF a lancé une offre d'information sur TikTok, « Mise à jour ».

Elle soutient également le projet « Keys » (subsidé par appel à projets du CSEM) qui propose sur les RS une offre d'information, ainsi que des contenus d'éducation aux médias (« 3 sites web où trouver des images libres de droit », « Les sondages sont-ils fiables ? », « La question de l'objectivité en journalisme », ...) et dont les auteures, journalistes, font des animations en classe, centrées sur une approche critique des contenus d'information.

LES SITES INTERNET

En bas de page d'accueil, la RTBF dispose d'un lien vers son site internet dédié à l'éducation aux médias¹² qui y est abordée selon deux axes: décoder et participer. Le site est alimenté en nombreux contenus par la RTBF, il propose des décodages par thématique (liberté d'expression, droit à l'image, cyberharcèlement, ABC du journalisme, les enfants, dignité humaine, droits d'auteur...). La participation peut consister en la participation active à certaines émissions (« QR le débat », par exemple) mais aussi en visites (« Moi, public des médias », à partir de 8 ans, « Dans les coulisses de l'info », à partir de 14 ans, « Entre réel et virtuel », à partir de 10 ans, ...) ou ateliers organisés à la RTBF (« La 5^e édition », « Liberté d'expression et modération »).

Le site spécifique « Inside », également en bas de page d'accueil¹³, présente les coulisses des productions radio, tv et web de la RTBF ainsi que des réflexions sur le traitement de l'information. La démarche est « construite autour de plusieurs axes de décryptage : les contenus inside qui proposent différents niveaux de lecture, de la vulgarisation aux articles de fond en passant par un débat avec le public, la découverte de coulisses ou de métiers et les activités (visites guidées et virtuelles, ateliers d'immersion, rencontres), qui misent sur la découverte de coulisses, l'échange, le partage, la transparence avec le public, l'immersion (ateliers) et l'expérimentation (studio lab) ». Les contenus Inside sont également diffusés sur Facebook.

La RTBF met aussi à disposition une plateforme de vérification de la fiabilité d'une information : <https://faky.be/fr>. Ce site contient également des articles sur des informations dont la fiabilité a été vérifiée, disponibles aussi sur le site « Info ».

Enfin, l'éditeur réfléchit à l'opportunité de disposer d'un portail unique où ses contenus et actions en éducation aux médias seraient répertoriés.

HORS ANTENNE

La RTBF participe activement à de nombreuses initiatives relatives à l'éducation aux médias: « Journalistes en classe », « Le Safer Internet day », « La Semaine numérique », « La semaine mondiale de l'éducation aux médias » (UNESCO).

Ses équipes interviennent lors de divers débats: journée d'étude « Eduquer le jeune public aux algorithmes », rencontre à l'occasion de la sortie de la brochure « LGBTphobies, médias et société », Assises du Journalisme, Difference Day (journée mondiale de la liberté de la presse et des médias), etc.

¹² <https://www.rtb.be/entreprise/education-aux-medias>

¹³ <https://www.rtb.be/emission/inside>

La RTBF organise en son sein des visites guidées (RTBF Inside) et des ateliers (RTBF Lab) sur les sites de Reyers, Média Rives et Dreamwall.

Elle poursuit sa collaboration avec Media Animations comme partenaire du Plan « Media Coach » qui forme des animateurs.trices ou accompagnateurs.trices de jeunes notamment, aux méthodes de l'éducation aux médias.

Elle est également partenaire de « Questions vives » (avec le CSEM et Amnesty International) qui consiste à publier, à destination des enseignant.es, dans les 36 heures qui suivent un fait d'« actualité vive », une fiche comprenant des informations vérifiées sur les faits concernés et des pistes de réflexion sur ceux-ci qui peuvent être abordées en classe en 15 minutes¹⁴.

La RTBF soutient, avec la Sonuma, le portail « e-classe » dédié à l'enseignement, contenant entre autres des ressources RTBF en matière d'éducation aux médias.

En interne, elle travaille à la sensibilisation de son personnel à l'éducation aux médias, notamment via la RTBF Academy.

RELATIONS AVEC LE CSEM

En plus d'être partenaires sur un certain nombre d'évènements, la RTBF et le CSEM collaborent sur le suivi du Plan stratégique. Des membres des deux instances constituent un groupe de pilotage informel. Le CSEM peut, selon des modalités définies, apporter son expertise notamment dans l'analyse et l'évaluation des actions de la RTBF. Les partenariats sont renforcés au niveau de la communication, de la promotion et des contenus.

La RTBF participe aux réunions du Conseil (plénières et groupes de travail) et en est partenaire sur différents projets (Questions vives, appels à projets, ...).

AVIS

Le Collège constate que sur base de son Plan stratégique, la RTBF développe sa réflexion en éducation aux médias sur différents axes et réalise de très nombreux projets concrets.

Il constate notamment la variété et le nombre de séquences consacrées à cette matière, l'implication de la RTBF dans de nombreuses initiatives, ainsi que le développement du projet Inside, notamment, qui lui semble répondre parfaitement à la mission de service public de la RTBF.

Il souligne l'effet positif de la formation et de la sensibilisation du personnel à l'éducation aux médias.

Il note cependant, comme lors des exercices précédents, que le site de la RTBF consacré à l'éducation aux médias reste cantonné en bas de page parmi les informations relatives à l'entreprise et pourrait bénéficier d'une meilleure visibilité.

L'obligation est rencontrée.

¹⁴ <https://questionsvives.be/>

PRODUCTION PROPRE

PRODUCTION PROPRE TV

CONTEXTE

En vertu de l'article 11 de son contrat de gestion, la RTBF doit privilégier la production propre de ses programmes. Le contrat de gestion porte globalement le principe d'un équilibre entre le recours à la créativité interne et l'implication des créateurs indépendants.

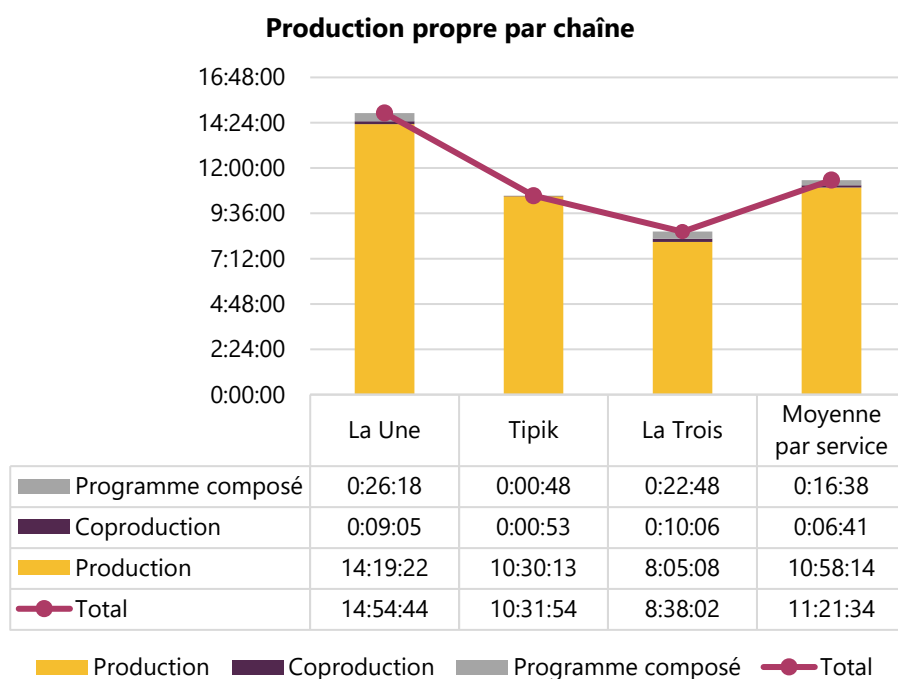
L'article 11 stipule que la RTBF programme, en moyenne journalière calculée par année civile, dans ses services de médias audiovisuels linéaires, **au moins 10 heures de programmes télévisuels réalisés en production propre**, en ce compris les éventuelles rediffusions effectuées d'une année à l'autre.

BILAN

Production propre globale et par service

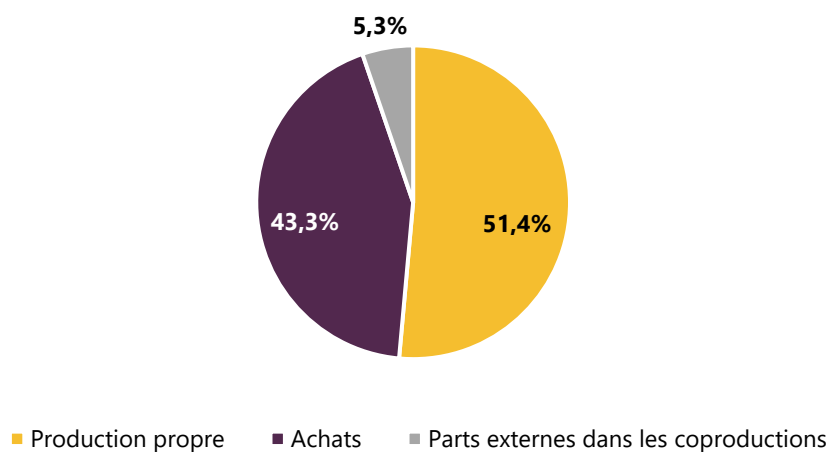
En 2022, la RTBF a diffusé, en moyenne journalière calculée par année civile, **34h04** de programmes audiovisuels réalisés en production propre sur ses trois chaînes linéaires, soit **une moyenne quotidienne de 11h21 de production propre par chaîne**.

Les trois services linéaires de la RTBF présentent des volumes de production propre variables : en moyenne quotidienne, La Une atteint **14h54**, Tipik, **10h31** et La Trois, **8h38**. C'est donc La Une qui concentre le plus de programmes produits en propre, permettant ainsi à la RTBF d'atteindre une moyenne quotidienne de plus 10 heures par service.



Comme le détaille le graphique ci-dessus, ces durées de production propre prennent en compte les programmes produits directement par la RTBF, les coproductions à concurrence de l'investissement de la RTBF dans le programme et les programmes composés, c'est-à-dire des programmes qui comportent à la fois des séquences extérieures et des séquences produites en interne. Ce dernier type de programmes ne répond donc pas strictement à la définition décréte de la production propre. Cependant, même si on décidait, de manière drastique, de les exclure du calcul, on obtiendrait une durée moyenne quotidienne de 11h04 par chaîne, toujours supérieure au seuil fixé par le contrat de gestion.

Répartition du temps d'antenne

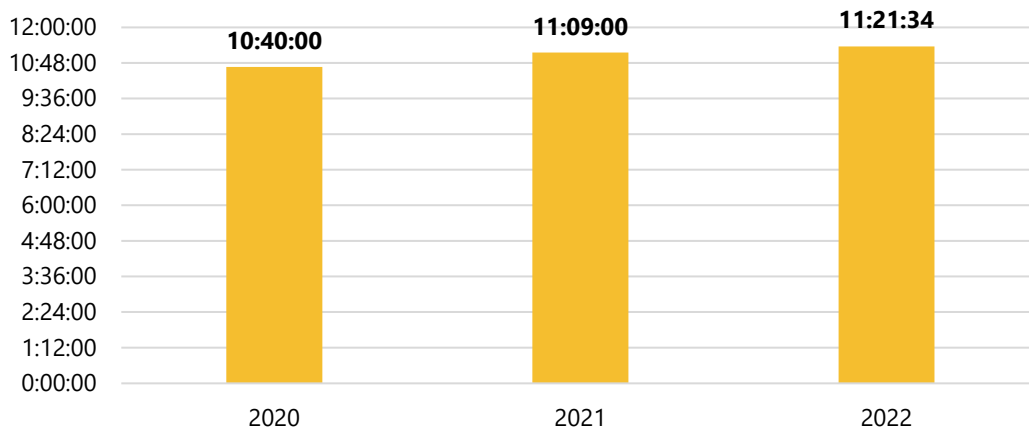


En termes de proportion du temps d'antenne total, la production propre constitue un tout petit peu plus de la moitié de l'ensemble des programmes diffusés par la RTBF, soit 51,4%. La part des achats s'élève quant à elle à 43,3% tandis que la part des autres coproducteurs dans les coproductions représente 5,3% du temps d'antenne.

Evolution de la production propre globale

Sur les trois derniers exercices, on constate une augmentation de la durée moyenne quotidienne de production propre par service, qui passe de 10h40 en 2020 à 11h21 en 2022, soit une augmentation de 41 minutes.

Evolution de la durée quotidienne de production propre en moyenne par service



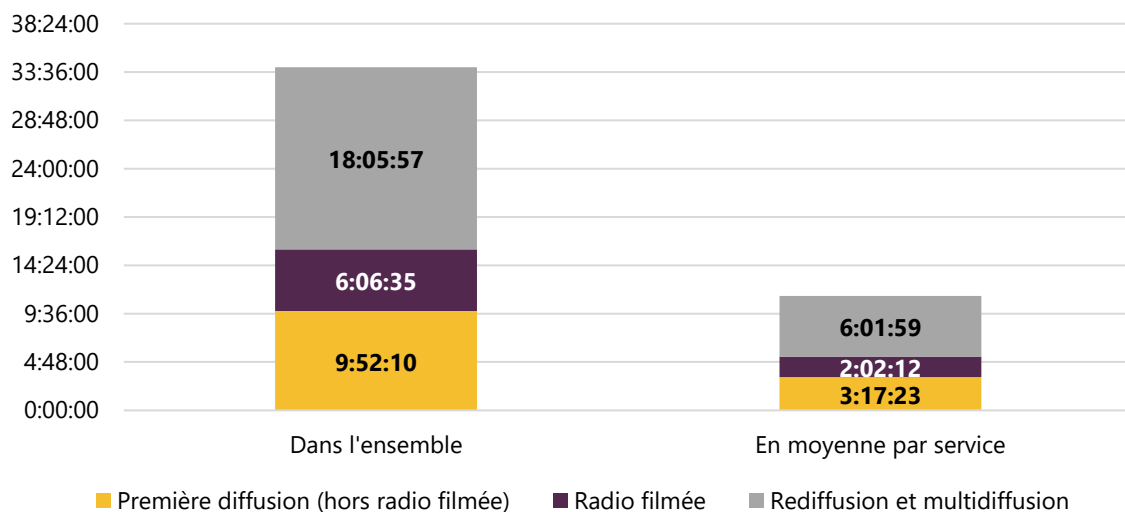
Si le Collège reconnaît qu'il s'agit là d'une évolution positive, celle-ci doit cependant être appréhendée parallèlement à d'autres données, comme la manière dont la production propre se répartit entre première diffusion, rediffusions et radio filmée, ainsi que l'évolution de la radio filmée.

[Production propre en première diffusion, rediffusions et radio filmée](#)

Parmi les programmes de production propre, 46,9% sont primo-diffusés, dont 17,9% relevant de la radio filmée, et 53,1% constituent des rediffusions.

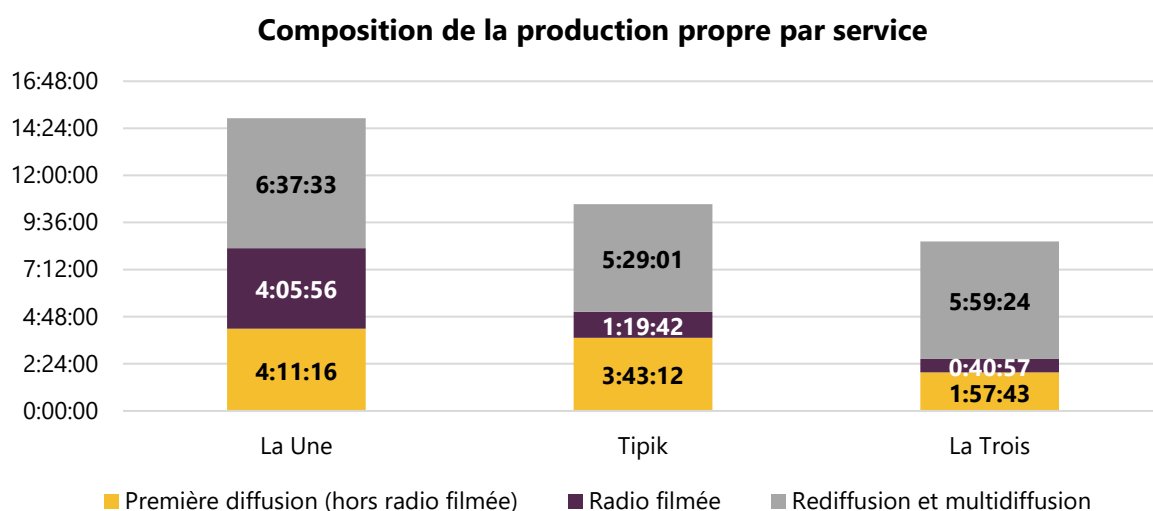
En durée moyenne quotidienne, la première diffusion hors radio filmée représente 3h17 par service, la radio filmée (qui est toujours primo-diffusée) s'élève à 2h02 et les rediffusions, à 6h01.

Composition de la production propre dans l'ensemble et en moyenne par service



Comme mentionné précédemment, pour l'exercice 2022, les programmes de radio filmée représentent 17,9% de la production propre totale, ce qui signifie qu'en moyenne, sur ses trois services, la RTBF diffuse quotidiennement **2h02 de radio filmée**.

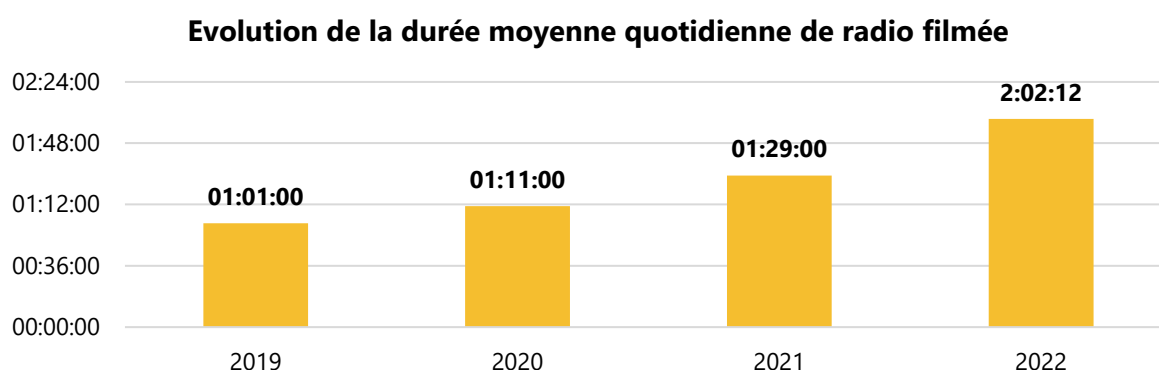
La radio filmée atteint 4h05 de diffusion moyenne quotidienne sur La Une, contre 1h19 sur Tipik et 0h40 sur La Trois.



La durée moyenne quotidienne de radio filmée est ainsi presque aussi élevée que la durée de l'ensemble des autres programmes primo-diffusés sur La Une. En comparaison, la durée consacrée à de la radio filmée représente moins de la moitié de la durée de l'ensemble des autres programmes primo-diffusés sur les deux autres services, Tipik et La Trois.

Evolution de la radio filmée

Par ailleurs, on constate une nette augmentation globale de la place de la radio filmée depuis l'exercice 2019 : la durée moyenne quotidienne de radio filmée diffusée par service a doublé, passant de 1h01 en 2019 à 2h02 en 2022.



AVIS

La RTBF atteint l'objectif de diffuser au moins 10 heures de programmes réalisés en propre en moyenne journalière sur ses trois services télévisuels linéaires. L'obligation est rencontrée.

PRODUCTION PROPRE RADIO

CONTEXTE

Selon l'article 11 de son contrat de gestion, la RTBF programme, en moyenne journalière calculée par année civile, dans ses services de médias audiovisuels linéaires relevant du service universel, au moins 20 heures de programmes de radio réalisés en production propre, en ce compris les éventuelles rediffusions effectuées d'une année à l'autre.

BILAN

La RTBF a proposé en 2022 minimum 20 heures de production propre quotidienne sur ses services radiophoniques, à raison de :

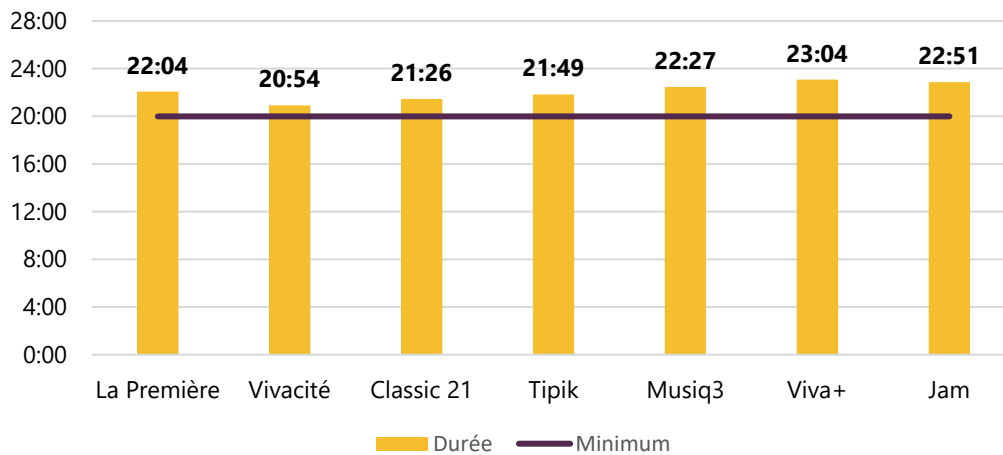
- 22 heures 04 minutes par jour sur La Première ;
- 20 heures 54 minutes par jour sur Vivacité ;
- 21 heures 26 minutes par jour sur Classic 21 ;
- 21 heures 49 minutes par jour sur Tipik ;
- 22 heures 27 minutes par jour sur Musiq 3 ;
- 23 heures 04 minutes par jour sur Viva + ;
- 22 heures 51 minutes par jour sur Jam.

Il convient toutefois de noter que La Première a diffusé plusieurs programmes coproduits, échangés ou achetés, sans que la durée de ceux-ci ne soit précisée ni intégrée dans le calcul de la production propre – et ce, même après avoir interrogé l'éditeur à cet égard. La durée moyenne de 22 heures 04 reprise ci-dessus devrait donc être légèrement revue à la baisse. Toutefois, selon les estimations des services du CSA, La Première reste au-dessus du seuil de 20 heures pour l'exercice 2022 malgré la présence de ces programmes dans sa grille.

Par ailleurs, les données relatives au service linéaire DAB+ Tarmac n'ont pas été communiquées par l'éditeur. Sur la base de la liste des programmes achetés, il apparaît cependant que ce service remplit également son obligation de production propre.

Le Collège rappelle à l'éditeur que la communication de données précises, intégrant le minutage de l'ensemble des programmes coproduits, échangés et achetés, pour chacun des services de radio est essentielle au contrôle de l'obligation de production propre.

Durée moyenne quotidienne de production propre par service



Sur les huit services radiophoniques qui ont pu être contrôlés, et sous réserve du problème mentionné précédemment concernant les données relatives à La Première, la RTBF comptabilise une moyenne de **154 heures et 39 minutes par jour** de production propre, **soit une moyenne de 22 heures et 05 minutes de production propre journalière par service.**

AVIS

La RTBF rencontre son obligation de proposer minimum 20 heures de programmes de radio en production propre.

Cependant, en vue des prochains contrôles, le Collège insiste pour que le minutage des programmes coproduits, échangés et achetés soit systématiquement précisé et intégré dans le calcul de la production propre de chacun des services radiophoniques de la RTBF.

QUOTAS

QUOTAS TV

CONTEXTE

En vertu de l'article 19 de son contrat de gestion, la RTBF doit consacrer, dans l'ensemble et sur chacun de ses services de médias audiovisuels linéaires télévisuels, au moins :

- 60% de son temps de diffusion à des œuvres européennes, en ce compris des œuvres originales d'auteurs relevant de la Fédération Wallonie-Bruxelles.
Objectif : stimuler le secteur de la production audiovisuelle européenne en favorisant l'acquisition de programmes produits dans l'Union.
- 10% de son temps de diffusion à des œuvres européennes émanant de producteurs audiovisuels indépendants des éditeurs de services de radiodiffusion télévisuelle, en ce compris les producteurs audiovisuels indépendants de la FWB, étant entendu que la production de ces œuvres ne peut être antérieure à cinq ans avant leur première diffusion.
Objectif : stimuler, en Europe et en FWB, le développement d'un secteur de la production qui soit indépendant du secteur de l'édition télévisuelle.
- 35% de son temps de diffusion à des œuvres en langue française.

BILAN

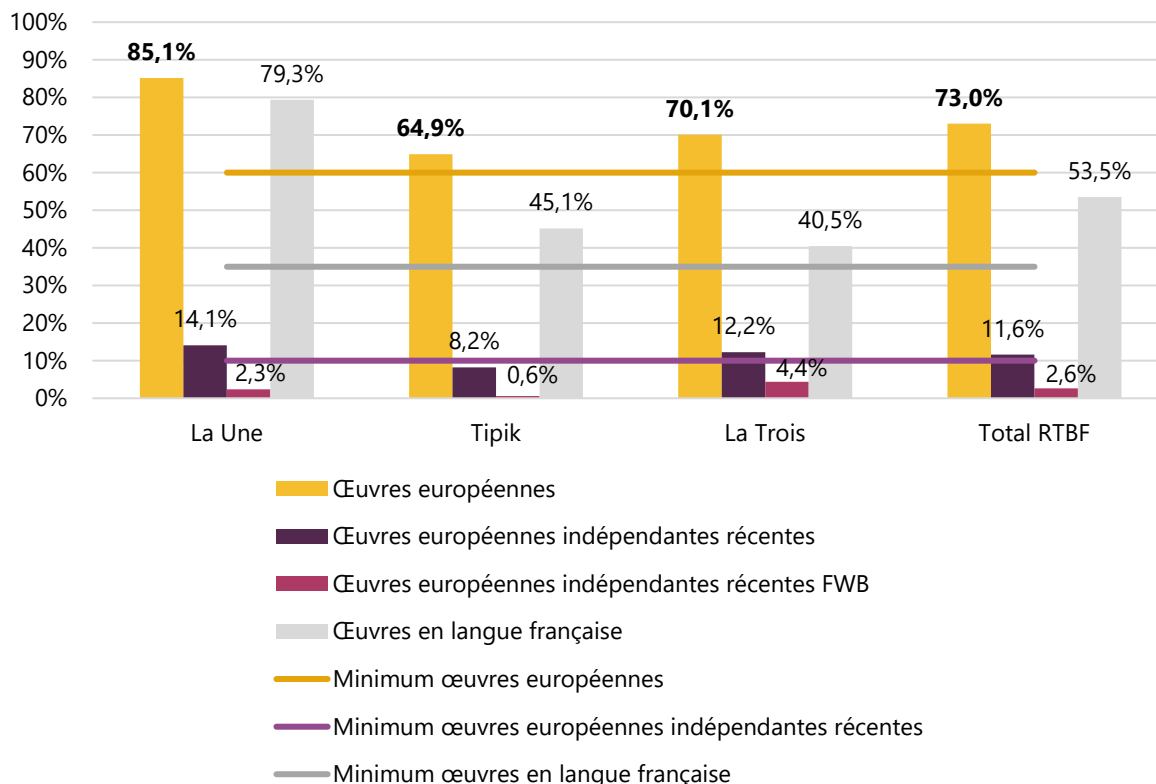
Les trois quotas sont partiellement respectés pour l'exercice 2022 :

- **73% du temps de diffusion de la RTBF est consacré à des œuvres européennes.** Le quota est rencontré dans l'ensemble et sur chacun des services, les œuvres européennes représentant :
 - 85,1% du temps de diffusion de La Une ;
 - 64,9% du temps de diffusion de Tipik ;
 - 70,1% du temps de diffusion de La Trois.
- **11,6% du temps de diffusion de la RTBF est consacré à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants, dont la production n'est pas antérieure à cinq ans.** Le quota est donc rencontré dans l'ensemble.

Cependant, le quota n'est pas rencontré sur chacun des trois services :

- 14,1% du temps de diffusion de La Une ;
 - 8,2% du temps de diffusion de Tipik ;
 - 12,2% du temps de diffusion de La Trois.
- **53,5% du temps de diffusion de la RTBF est consacré à des œuvres en langue française.** Le quota est rencontré dans l'ensemble et sur chacun des services, les œuvres en langue française représentant :
 - 79,3% du temps de diffusion de La Une ;
 - 45,1% du temps de diffusion de Tipik ;
 - 40,5% du temps de diffusion de La Trois.

Quotas en télévision

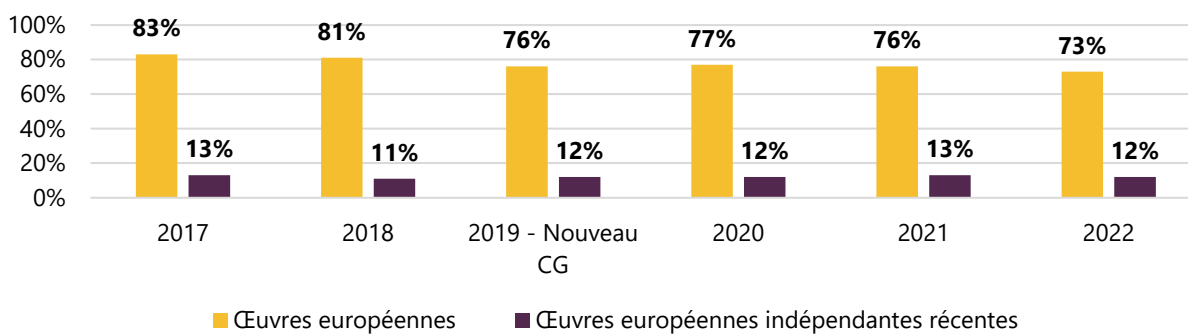


➤ Evolution par rapport aux années précédentes

Les proportions d'œuvres européennes et d'œuvres européennes indépendantes récentes diffusées sur les services télévisuels de la RTBF restent relativement stables sur les quatre derniers exercices, depuis l'entrée en vigueur de l'actuel contrat de gestion en 2019.

Cependant, si on élargit la comparaison, on observe en 2022 une diminution de 10% de la part d'œuvres européennes par rapport à l'exercice 2017. La proportion d'œuvres européennes indépendantes récentes s'avère quant à elle stable depuis 2017.

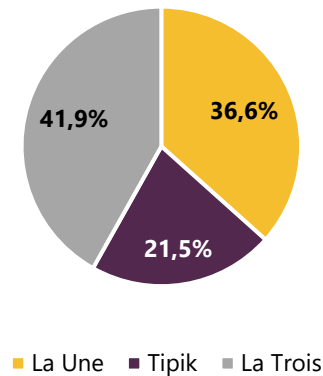
Evolutions des quotas d'oeuvres européennes et d'oeuvres européennes indépendantes récentes



➤ Observations quant à la production indépendante récente

41,9% des œuvres européennes indépendantes récentes sont diffusées sur La Trois, 36,6% sur La Une et 21,5% sur Tipik. La répartition entre services est donc relativement équilibrée entre La Trois et La Une, avec une part moins importante d'œuvres européennes indépendantes récentes sur Tipik.

Répartition des œuvres européennes indépendantes récentes par service

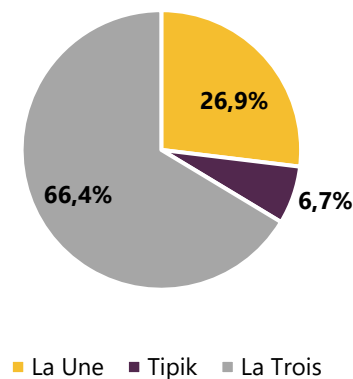


➤ Observations quant aux œuvres européennes indépendantes issues de la FWB

Sur les 11,6% d'œuvres européennes récentes émanant de producteurs indépendants, un peu moins d'un quart (22,5%) est issu de la FWB, ce qui représente 2,6% du temps de diffusion des programmes éligibles aux quotas d'œuvres européennes.

Ces œuvres sont majoritairement diffusées sur La Trois (66,4%). Environ un quart de celles-ci est diffusé sur La Une (26,9%). Elles sont en revanche à peine présentes sur Tipik (6,7%) – un constat qui était déjà posé lors de l'exercice précédent.

Répartition des œuvres européennes indépendantes récentes issues de la FWB par service



AVIS

Globalement, la RTBF rencontre ses obligations en matière de diffusion d'œuvres européennes (73%), d'œuvres francophones (53,5%), et d'œuvres indépendantes récentes (11,6%). Cependant, le Collège constate que, si le quota de 10% de diffusion d'œuvres européennes indépendantes récentes est rencontré globalement sur les trois services, Tipik, pris distinctement, n'atteint pas le minimum requis (8,2%).

Interrogée quant à cette infraction potentielle, la RTBF expose, dans un premier temps, ses difficultés par rapport à la notion de producteur indépendant :

« La définition de producteur indépendant en Fédération Wallonie Bruxelles reste particulièrement restrictive (beaucoup plus limitée qu'en Communauté flamande ou en France). Cette définition est par ailleurs très complexe à vérifier au cas par cas (notamment au regard de l'analyse capitalistique et du chiffre d'affaires sur les 3 dernières années glissantes). A titre d'information, nous parlons ici pour la RTBF et pour l'année 2022, de près de 50.000 diffusions d'œuvres européennes issues de 570 sociétés de production.

A ce titre, l'absence de base de données de producteurs indépendants officielles, publique ou privée, et à jour, disponibles en Fédération Wallonie-Bruxelles et en France, rend extrêmement complexe un alignement de marché et une stratégie d'acquisition d'œuvres programmée pour la RTBF.

Par ailleurs, la concentration des maisons de production indépendantes depuis plusieurs années (mouvement en accélération depuis 2020) rend très difficile la gestion des stocks (contenus acquis ou co-produits lors d'une année X, qui n'entrent plus en adéquation avec la définition en année X+1 ou X+2).

Ainsi des droits achetés, pour une durée de 4 ans par exemple, à un producteur qualifié d'indépendant au moment de l'achat peuvent ne plus être comptabilisables comme œuvre indépendante au moment de sa diffusion, suite au rachat de ce producteur par une société qui ne répond plus aux critères du producteur indépendant.

De nombreux exemples sont ici disponibles : BelugaTree rachetée par Caviar (rachetée par Telenet en 2022), Les Gens (rachetée par De Mensen, rachetée par Newen en 2019), RéservoirProd (racheté en 2020 par Mediawan), Troisième Œil Production (racheté en 2020 par Mediawan), etc. »

Ensuite, l'éditeur souligne que la ligne éditoriale de Tipik est à destination d'un public de jeunes adultes, basée sur des fictions quotidiennes (particulièrement en journée) et qui traitent de thématiques en lien avec cette génération. Cela amène à un segment de marché très réduit et au sein duquel les sociétés de production sont déjà largement concentrées, et les sociétés de production indépendantes (au sens du décret) sont encore plus rares. A titre d'exemple, la RTBF relève que près de la moitié des œuvres européennes de moins de 5 ans diffusées sur Tipik sont issues de Newen ou Mediawan. Cela laisse donc, selon l'éditeur, une très faible marge.

Par ailleurs, la RTBF rappelle que l'avis rendu par le CSA en décembre 2022 sur l'exercice 2021 n'a pas permis une mise en application des recommandations à ce sujet pour l'année 2022. Néanmoins, l'éditeur souligne qu'il a souhaité prendre des engagements plus élevés en matière de diffusion d'œuvres récentes de producteurs indépendants dans son nouveau contrat de gestion du 22 décembre 2022, car il est conscient de son rôle, en tant que service public, en matière de soutien des producteurs audiovisuels indépendants en FWB et dans l'Union européenne. Il indique avoir mis en œuvre tout ce

qu'il pouvait pour essayer d'atteindre ces quotas plus élevés durant l'année 2023 afin de rencontrer ses nouveaux objectifs sur ce point.

Enfin, la RTBF précise que si Tipik ne parvient pas à rencontrer son objectif sur cet indicateur en journée, le pourcentage d'œuvres récentes de producteurs indépendants sur la chaîne, durant la tranche horaire 20h-23h, est de 25% en 2022 et de 30% de janvier à août 2023. L'éditeur ajoute : « Avec un rating moyen de 28.000 téléspectateurs (4+ ; Live+7) en 02h-26h comparativement à un rating moyen de 80.000 téléspectateurs (4+ ; Live+7) sur la tranche horaire 20h-23h sur Tipik en 2022, l'exposition et la valorisation de ces œuvres est donc nettement meilleure (presque multipliée par 3). »

Tipik ayant été créé en 2020, le Collège remarque que la RTBF avait déjà connaissance des obligations contenues dans son contrat de gestion lorsqu'elle a défini la ligne éditoriale du service. En outre, si le Collège reconnaît l'effort réalisé par l'éditeur sur Tipik pour la tranche horaire 20h-23h, il ne peut que constater que cet effort ne lui permet pas de rencontrer l'obligation fixée par le contrat de gestion.

Cependant, compte tenu de la notification tardive du grief pour l'exercice précédent, de l'amélioration du résultat et du taux plus élevé réalisé en « prime time », le Collège décide, pour cet exercice, de ne pas notifier de grief. Néanmoins, lors du prochain contrôle, il sera très attentif au respect de cette obligation.

QUOTAS RADIO

CONTEXTE

En matière de quotas de diffusion, l'article 25.5 stipule que la RTBF a pour obligation de diffuser des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française à concurrence d'un minimum de 45 % sur La Première, 40 % sur Vivacité, 20 % sur Classic21 et Tarmac et 10 % sur Tipik, en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation.

L'obligation pour les œuvres musicales émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, mesurée en moyenne annuelle sur l'ensemble de la programmation musicale, est de 12 % sur La Première, Vivacité, Tipik et Tarmac, dont 10 % aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h, et de 6 % sur Classic 21, dont 4,5 % aux heures d'écoute significative entre 6h et 22h.

Le cinquième contrat de gestion prévoit donc une application de quotas musicaux spécifiques pour un plus grand nombre de services que par le passé, avec des obligations qui sont globalement revues à la hausse. Le contrat de gestion ne prévoit aucun quota de diffusion musicale pour Viva+ et Jam, lancées au quatrième trimestre 2019. Interrogée au sujet de la politique de quotas sur ces deux nouveaux services, la RTBF a fourni des données pour les services Jam et Viva+ qui sont donc inscrites dans ce bilan.

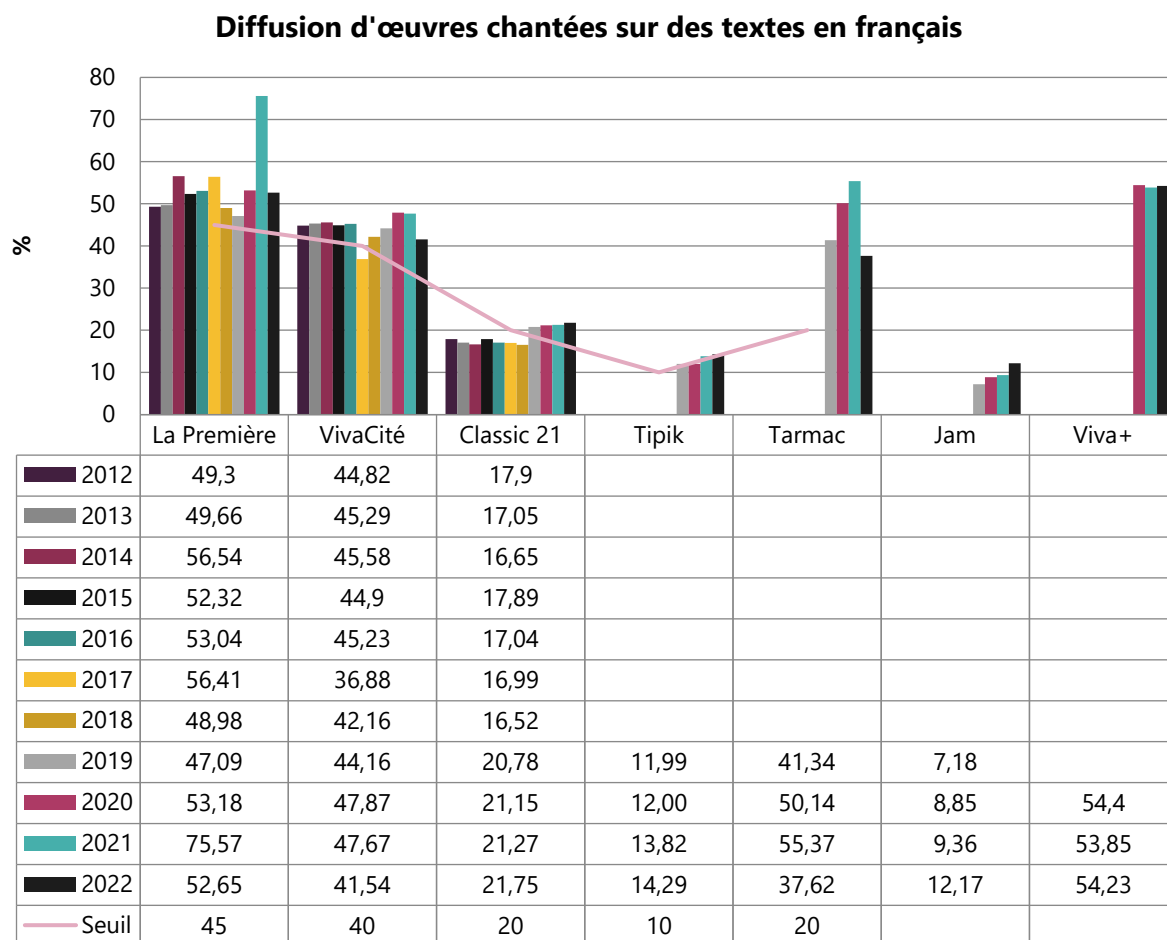
Service	Musique FR	Musique FWB	
		00h-24h	06h-22h
La Première	45%	12%	10%
Vivacité	40%	12%	10%

Classic 21	20%	6%	4,5%
Tipik	10%	12%	10%
Tarmac	20%	12%	10%

Tableau récapitulatif des obligations en termes de quotas musicaux pour les radios de la RTBF.

BILAN

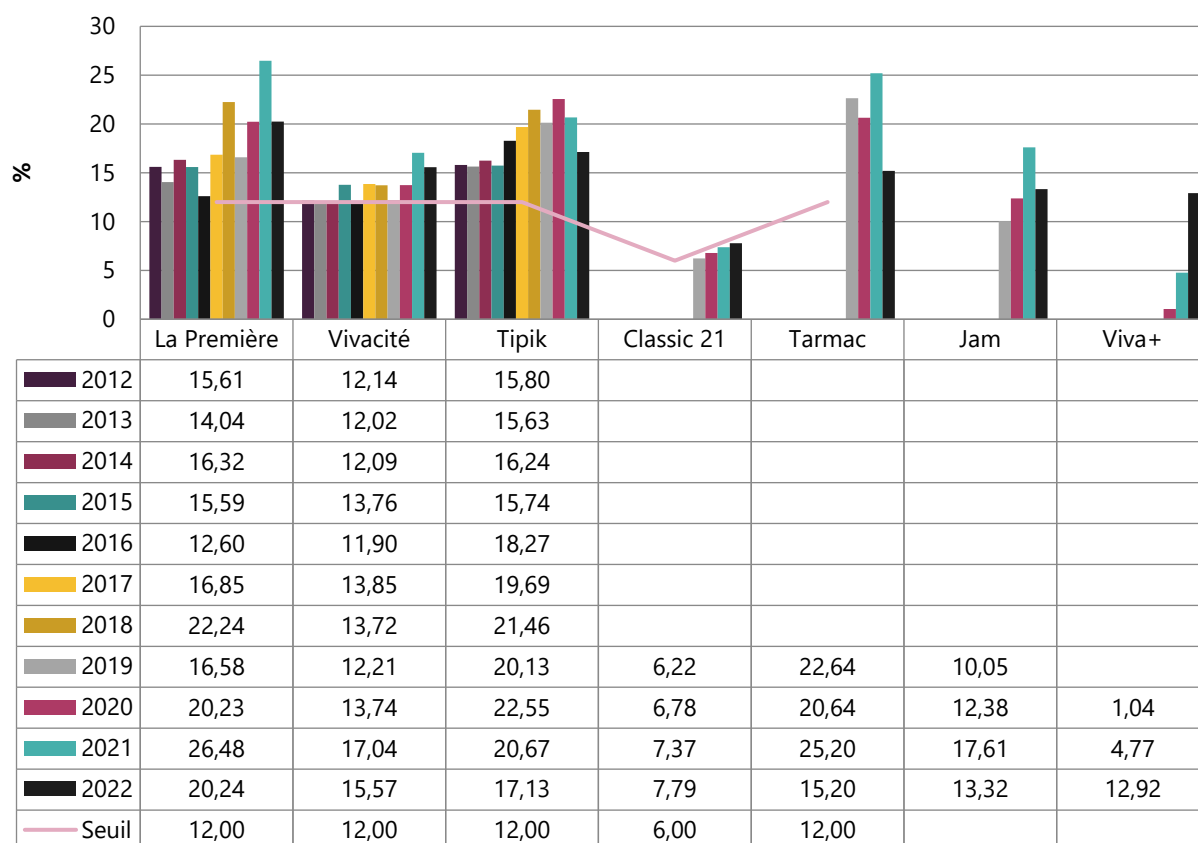
En matière de quotas musicaux, les résultats sont les suivants :



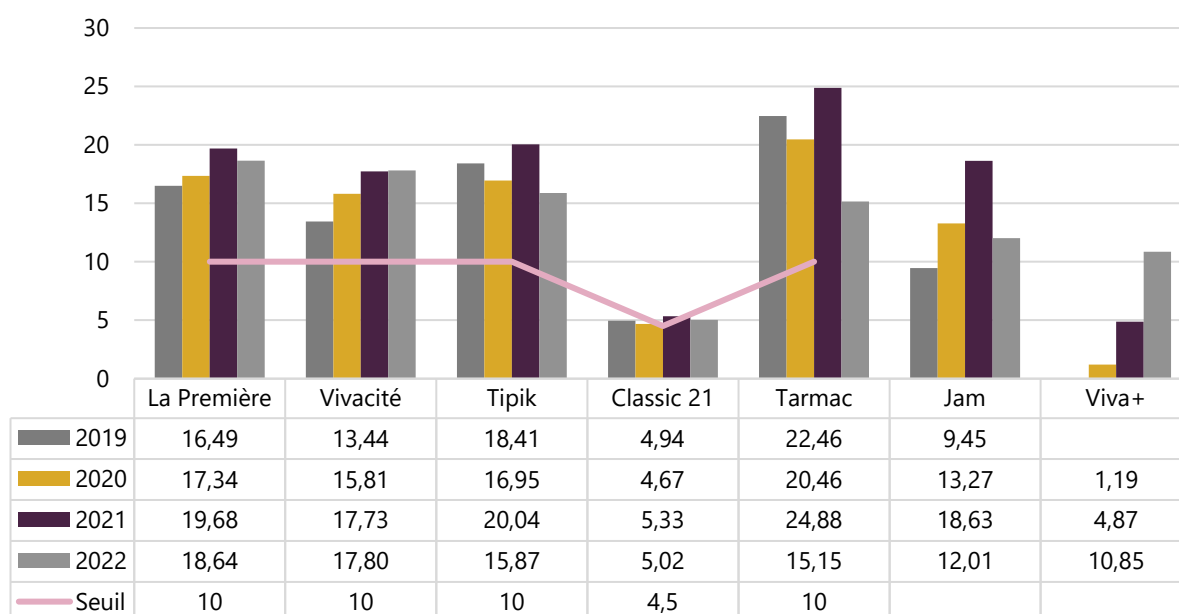
Source : CSA en coordination avec la RTBF

La RTBF respecte ses quotas de diffusion de musique sur des textes en français. Toutes les radios réalisent des scores au-delà des obligations du contrat de gestion. On notera toutefois une diminution pour La Première, Vivacité et Tarmac, et une légère augmentation pour Classic 21, Tipik, Viva+ et Jam.

Diffusion d'œuvres issues de la FWB (00h-24h)



Diffusion d'œuvres issues de la FWB (06h-22h)



Source : CSA en coordination avec la RTBF

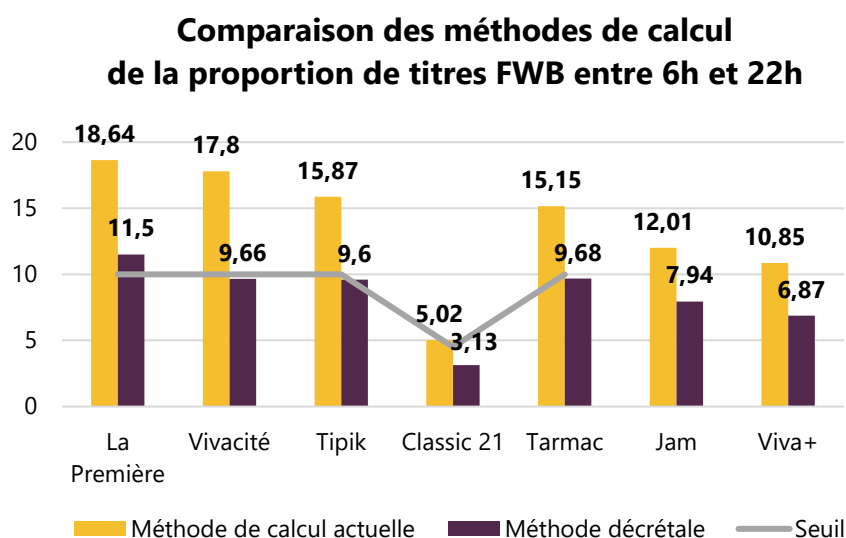
En ce qui concerne les quotas d'œuvres issues de la FWB sur 24 heures, la tendance générale est au tassement, à l'exception notable de Viva+, en nette progression. L'ensemble des services dépassent néanmoins l'obligation fixée dans le contrat de gestion. Les résultats concernant les quotas pour la

période de grande écoute (06h-22h) sont également en baisse pour tous les services à l'exception de Vivacité qui est en légère hausse, et Viva+, en nette hausse.

Remarques méthodologiques :

Sur la question des « quotas de jour » en termes de musique issue de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le Collège a constaté un potentiel problème d'interprétation du contrat de gestion concernant la mesure de l'engagement entre 6 heures et 22 heures. Conformément à sa recommandation du 2 juillet 2015 concernant les quotas de diffusion musicale, le Collège interprète que l'engagement entre 6 heures et 22 heures devrait être une proportion de celui réalisé en 24 heures. En raison de ce potentiel problème d'interprétation, le Collège applique encore provisoirement une méthode de calcul plus avantageuse pour la RTBF, qui prend en compte uniquement les œuvres musicales diffusées pendant la tranche horaire 06h-22h pour le calcul du quota « de jour ». Cependant, le Décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos du 4 février 2021, en son article 4.2.3-1, clarifie la méthode de calcul. Le texte définit la proportion d'œuvres musicales issues de la Fédération Wallonie-Bruxelles devant être diffusée entre 06 heures et 22 heures comme devant être d'au moins 75% de l'engagement réalisé sur la période de 24 heures.

Si cette nouvelle méthode devait être appliquée aux services de la RTBF pour l'exercice 2022, les résultats seraient les suivants :



Comme nous pouvons l'observer, les résultats de la RTBF avec la méthode décréte, déjà d'application pour les radios privées, seraient inférieurs à ceux obtenus avec la méthode de calcul actuelle. Les services Classic 21, Vivacité, Tarmac et Tipik n'atteindraient pas le minimum prévu pour la période 06h-22h. Étant donné qu'il s'agit du dernier exercice sous le 5^{ème} contrat de gestion, le Collège décide de ne pas modifier la méthode de calcul des quotas de jour pour la musique issue de la Fédération Wallonie-Bruxelles lors du présent contrôle, mais veillera à appliquer rigoureusement la règle du Décret dès l'exercice 2023 et l'entrée en vigueur du 6^{ème} contrat de gestion.

AVIS

La RTBF remplit ses obligations en termes de quotas musicaux. Cependant, le Collège juge très préoccupants les résultats des services sonores de la RTBF lors du dernier exercice en matière de diffusions de titres musicaux issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles en journée (6-22h). Dès le prochain exercice, la méthode de calcul prévue par le décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos pour ce quota sera d'application. En l'état, et sans même prendre en compte les obligations revues à la hausse dans le cadre du nouveau Contrat de Gestion, quatre des cinq services ayant des obligations chiffrées n'atteindraient pas leur quota. Le Collège enjoint dès lors la RTBF à être particulièrement attentive à ce sujet dès à présent.

QUOTAS NON LINÉAIRES

CONTEXTE

En vertu de l'article 4.2.2.1 du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos du 4 février 2021,

- les éditeurs de services doivent dans leurs services télévisuels non linéaires proposer une part minimale de 30% d'œuvres européennes, dont un tiers d'œuvres audiovisuelles d'initiative belge francophone. Cette part minimale d'œuvres européennes doit croître graduellement et chaque année à compter de l'entrée en vigueur du présent décret pour atteindre 40% à l'issue d'une période transitoire de 5 ans (§1)¹⁵ ;
- les éditeurs de services de médias audiovisuels assurent une mise en valeur particulière de ces œuvres en les mettant en évidence dans leur catalogue (§2).

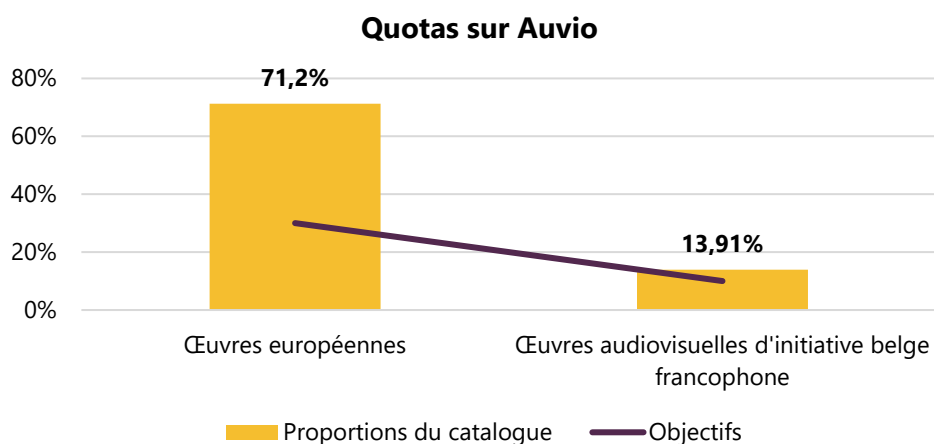
BILAN

Quotas

Pour l'exercice 2022, la proportion d'**œuvres européennes** dans le catalogue du service non linéaire Auvio s'élève à **71,2%**, soit plus du double du seuil minimum prévu par le décret.

¹⁵ Les travaux préparatoires du décret précisent que « ce 'quota catalogue' vise exclusivement les titres figurant au catalogue propre d'un éditeur de services télévisuels non linéaires. Lorsque celui-ci agit en qualité de prestataire de services pour le compte d'autres éditeurs de services, les titres de ces derniers ne sont pas comptabilisés au titre de son 'quota catalogue' ». En outre, ces mêmes travaux préparatoires stipulent que la part d'un tiers d'œuvres audiovisuelles d'initiative belge francophone « doit s'entendre comme représentant 10% de l'ensemble des œuvres ».

La proportion d'**œuvres audiovisuelles d'initiative belge francophone** représente quant à elle **13,9%** du catalogue.



Ces chiffres ne portent que sur la partie du catalogue d'Auvio éditée par la RTBF, dont sont exclus les programmes d'informations, les manifestations sportives, les jeux, la publicité, l'autopromotion et le télé-achat, afin d'assurer la cohérence avec les quotas tels qu'ils sont calculés en télévision¹⁶. Ces chiffres sont en outre obtenus après suppression des doublons et en comptabilisant les différents épisodes d'une même saison d'un programme comme un seul titre, conformément aux lignes directrices de la Commission Européenne concernant le calcul de la part des œuvres européennes dans les catalogues des services de médias audiovisuels à la demande.

L'obligation est rencontrée.

Mise en valeur

En ce qui concerne la mise en valeur des œuvres européennes et des œuvres audiovisuelles d'initiative belge francophone au sein du catalogue d'Auvio, la RTBF déclare que de nombreuses œuvres européennes et contenus issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles sont mis en évidence via des « widgets » sur les pages consacrées à des « catégories » spécifiques de programmes – et ce, tout au long de l'année : une collection sur « Le cinéma belge à la maison » pour les films ; une collection consacrée aux « Documentaires noir, jaune, rouge » pour les documentaires ; « Nos séries belges » et « Nos séries policières françaises de l'été » pour les séries. L'éditeur déclare que les œuvres européennes et belges francophones sont, en outre, valorisées sur des pages thématiques, et que des bandes annonces et des bannières promotionnelles sont mises en place pour promouvoir certains contenus européens et belges francophones en fonction de l'actualité du monde du cinéma et des séries.

S'il s'agit là d'outils de mise en valeur essentiels, le Collège constate cependant que les « widgets » mentionnés par la RTBF ne semblent pas repris sur la page d'accueil d'Auvio, mais uniquement sur les

¹⁶ L'article 4.2.1.-1 du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos du 4 février 2021 prévoit en effet que le quota d'œuvres européennes en télévision est calculé « à l'exclusion du temps consacré aux informations, à des manifestations sportives, à des jeux, à la publicité, à l'autopromotion, ou au télé-achat ».

pages de « catégories » de programmes, ce qui limite leur portée. En outre, la RTBF ne précise pas si ces « widgets » ont une position fixe au sein de la page ou si leur position peut varier en fonction de l'historique de visionnage des utilisateurs.ices, ce qui, à nouveau, a un impact sur l'intensité de la mise en valeur.

Le Collège encourage l'éditeur à développer plus en détail les informations relatives à la mise en valeur lors des prochains contrôles.

L'obligation est cependant rencontrée.

AVIS

La RTBF rencontre ses obligations en termes de quotas d'œuvres européennes (71,2%) et d'œuvres audiovisuelles d'initiative belge francophone (13,9%) sur son service non linéaire Auvio.

L'éditeur rencontre également ses obligations en termes de mise en valeur des œuvres européennes et des œuvres audiovisuelles d'initiative belge francophone au sein du catalogue d'Auvio.

ACCESSIBILITE

CONTEXTE

L'article 40 du contrat de gestion de la RTBF fixe les obligations en matière d'accessibilité de sa programmation et de son site internet.

SOUS-TITRAGE

L'article 40 fait directement référence aux obligations portées par le Règlement du Collège d'avis relatif à l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle (ci-après « Le Règlement »). Celui-ci est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2019. Ces objectifs quantitatifs se veulent progressifs et échelonnés sur 5 ans d'ici à leur application complète sur l'exercice 2023.

2022 est le deuxième exercice pour lequel les éditeurs dont la RTBF sont soumis au contrôle du deuxième palier des quotas de diffusion et auquel le Gouvernement a donné force contraignante. En vertu du Règlement, en 2022, la RTBF doit proposer : 71.25 % de programmes sous-titrés pour les services dont l'audience moyenne annuelle dépasse 2,5% (La Une et Tipik) et 26.25% (La Trois) pour les services dont l'audience moyenne annuelle est inférieure à ce seuil.

En outre, l'article 40 du contrat de gestion stipule que la RTBF « *recourt autant que possible compte tenu des évolutions technologiques, aux sous-titres comme principe d'écriture de séquences et sujets d'information spécifiquement destinés aux réseaux sociaux et médias sociaux ou au site internet* » et qu'elle « *renforce l'accessibilité de ses programmes aux déficients sensoriels par des programmes sous-titrés, (...), notamment par le biais des nouvelles technologies de diffusion et de distribution des signaux numériques et en VOD* ». L'article 11 du Règlement renforce cette obligation applicable aux services non linéaires : les éditeurs « *mettent tout en œuvre afin de mettre à disposition des utilisateurs, dans leur catalogue de programmes, une proportion de 25% de programmes sous-titrés* ». Ce quota est également progressif et s'élève à 12.5% pour l'exercice 2021.

TRADUCTION GESTUELLE

L'article 40 du contrat de gestion énonce que la RTBF doit diffuser, en direct et en différé, sur un service linéaire ou non linéaire, une version interprétée en langue des signes de son JT de début de soirée et de son JT spécifiquement dédié à la jeunesse.

Cet article renvoie par ailleurs au Règlement, qui prévoit une obligation de moyens pour l'interprétation des programmes en langue des signes de Belgique francophone et donne la priorité aux programmes d'information et aux programmes à destination des plus jeunes. L'obligation de moyens concerne également l'accessibilité des messages d'intérêt général de sécurité et de santé publique, ainsi que les programmes confiés à des associations représentatives et les événements d'intérêt majeur

AUDIODESCRIPTION

Sur l'exercice 2022, le Règlement mentionné au sein de l'article 40 du Contrat de gestion impose que 18.75% des fictions et documentaires diffusés entre 13h et 24h sur La Une et Tipik soient audiodécrits, ainsi que 11.25% des documentaires et fictions diffusés sur La Trois. Pour atteindre respectivement 25% et 15% en 2023 (sur base des audiences actuelles des services en question).

Pour rappel, l'article 11 du règlement prévoit également des obligations en matière d'audiodescription pour les services non linéaires. Ce quota, progressif, s'élève à 18.75% de fictions et documentaires pour l'exercice 2022.

OBLIGATIONS QUALITATIVES

Depuis 2019, la RTBF a activement participé aux groupes de suivi coordonnés par le CSA en 2020 pour anticiper l'entrée en vigueur du Règlement. Ces réunions avaient notamment permis la rédaction de Chartes de qualité, validées le 26 novembre 2019 par le Collège d'Avis du CSA. Les éditeurs sont soumis à l'obligation de tout mettre en œuvre pour appliquer ces recommandations spécifiques à chaque type de mesure d'accessibilité. Au cours de l'année 2022, les contrôles relatifs au respect des critères de qualité se sont poursuivis et furent effectués sur la base des conduites trimestrielles envoyées par l'éditeur.

OBLIGATIONS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION SUR LES PROGRAMMES RENDUS ACCESSIBLES

Le Règlement définit également des objectifs relatifs à la promotion de l'accessibilité envers ses publics cibles (chapitre 4 du Règlement). L'article 15 stipule que les éditeurs doivent incruster des pictogrammes ou prévoir, le cas échéant, une mention sonore pour accompagner la diffusion et la promotion de programmes rendus accessibles. L'article 16 prévoit une obligation similaire sur les supports de communication externes (site internet, presse écrite, guides électroniques de programmes, etc.) ainsi que sur les catalogues de services non linéaires.

BILAN

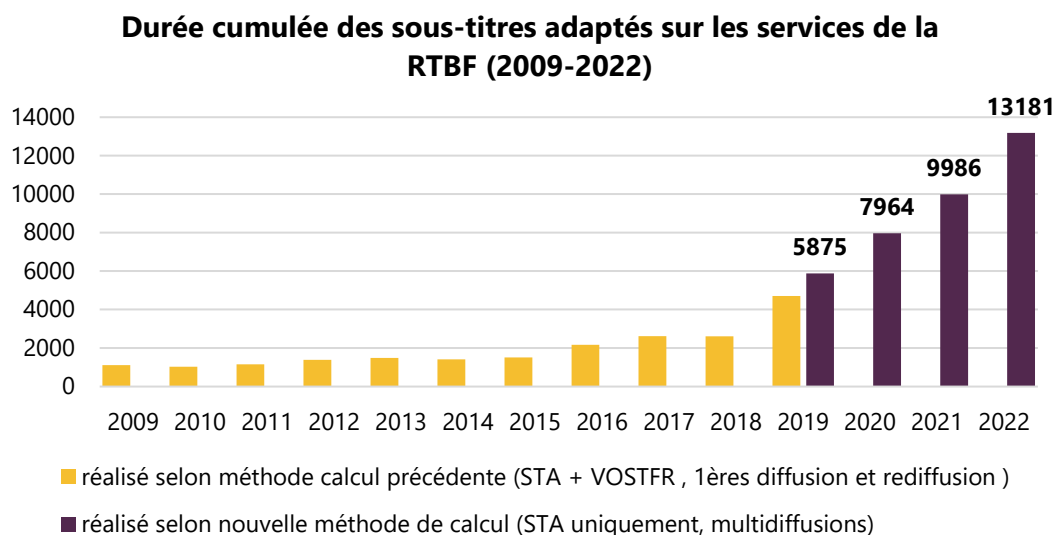
SOUS-TITRAGE

Au cours de l'exercice 2022, la RTBF a diffusé 13.181 heures de programmes avec sous-titres adaptés sur ses services linéaires, soit une hausse de 32 % par rapport à 2021 (9986 heures). Ce résultat n'inclut pas les sous-titres inter linguistiques, qui font l'objet d'une obligation à part entière mentionnée à l'article 32 du cinquième contrat de gestion, mais inclut les multidiffusions depuis 2019.

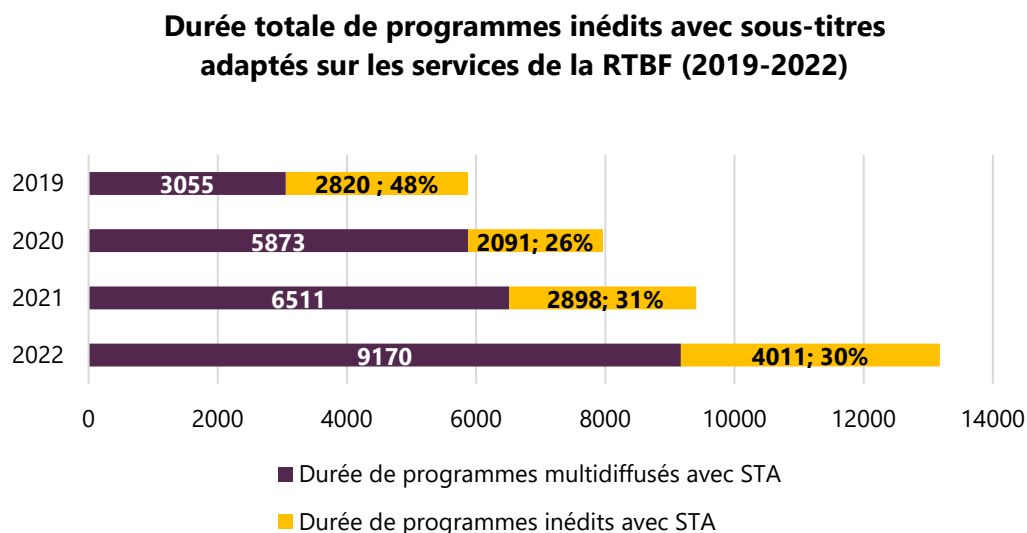
En primo-diffusion, les programmes diffusés avec des sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive représentent environ 4012 heures, soit 30.5% de la durée totale de programmes sous-titrés en 2022. Après une baisse de 46% entre 2019 et 2020 ayant incité le Collège d'Autorisation et de Contrôle à rappeler la logique sous-tendant la mise en œuvre du règlement du 17 juillet 2018 (à savoir, « la plus grande diversité possible de programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience sensorielle »), ce chiffre est stable depuis 2021 (31% pour une durée de 2900 heures en 2021). Le volume de programmes inédits sur les services de la RTBF connaît donc une

augmentation de 38% en 2022. Le Collège salue ce résultat et encourage la RTBF à poursuivre ses efforts.

Le graphique ci-dessous témoigne de l'augmentation progressive et significative du volume de programmes accessibles aux personnes en situation de déficience auditive depuis l'entrée en vigueur du Règlement.



Le graphique ci-dessous montre que la part de programmes inédits disposant de sous-titres adaptés sur les trois services de l'éditeur reste stable entre 2021 et 2022.



Bilan par service linéaire

Rappel des obligations (2021 à 2023) en matière de sous-titrage adapté (article 22 du Règlement) et pourcentages réalisés (2019 à 2021)

Chaînes	% réalisés en 2019*	% réalisés en 2020**	% réalisés en 2021	Obligation 2022	% réalisés en 2022	% évolution 2020-2021	2023
La Une	56.69%	59%	56.8%	71.25%	76.9%	35,39%	95%
Tipik	13.43%	30.9%	56.3%	71.25%	76.8%	36,41%	95%
La Trois	17.99%	15.95%	35%	26.25%	40%	14%	35%

La Une

Sur La Une, 43% des programmes accessibles aux personnes en situation de déficience auditive sont diffusés pour la première fois (soit près de 2200 heures de programmes inédits).

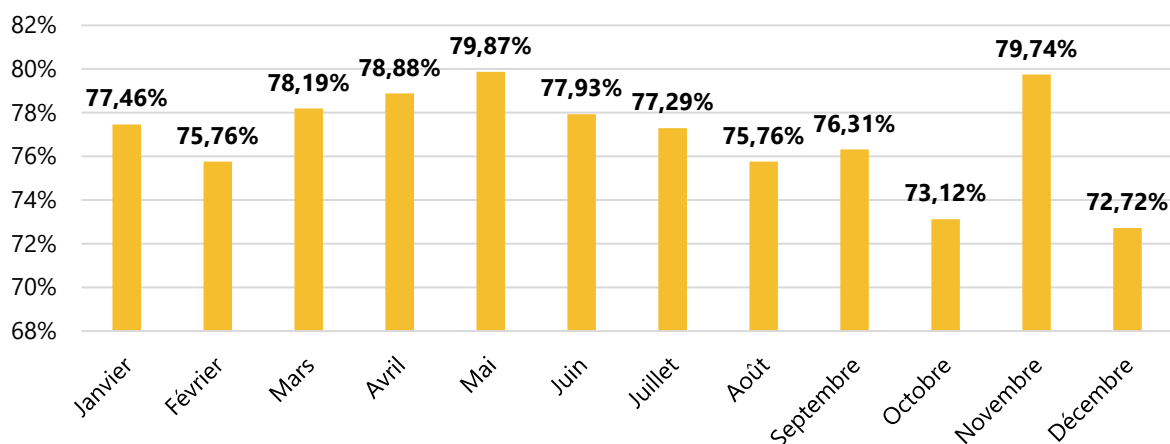
La Une qui se veut être la chaîne généraliste, compte toujours la plus grande proportion de programmes d'information (près de 40%) disposant de sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive.

En outre, une légère baisse de la proportion de programmes d'information et jeunesse rendus accessibles sur le service en 2022, se répercute sur la part que représentent les fictions (+ 2 points), les divertissements (+2 points) et les magazines (+4 points) parmi les contenus sous-titrés sur La Une.

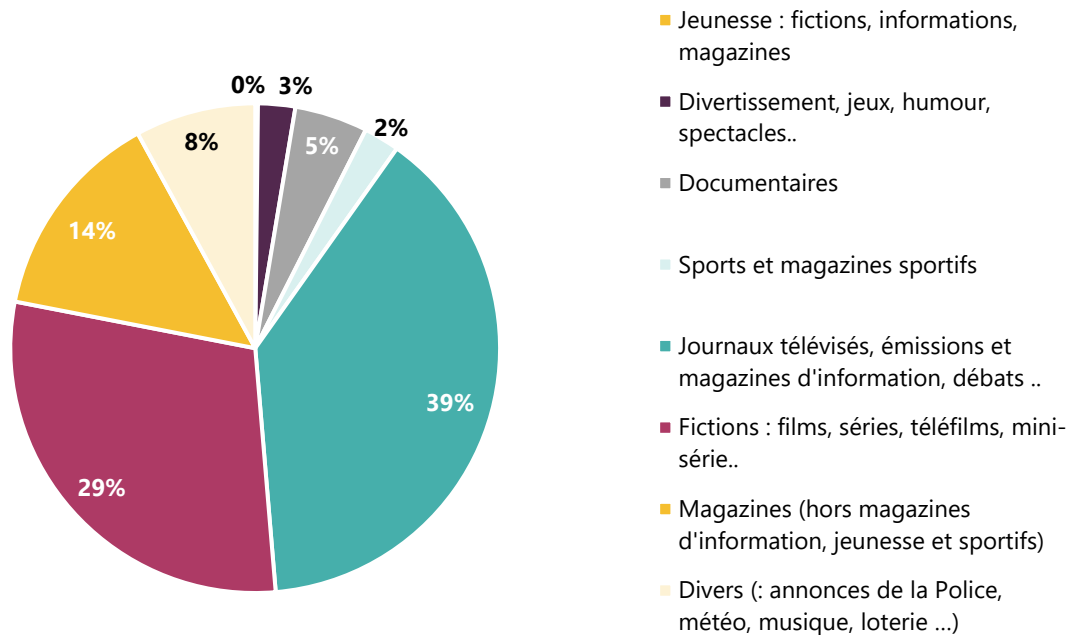
A ce titre, l'éditeur déclare que tous les primes de La Une sont dorénavant sous-titrés, y compris le week-end.

L'émission « Doc shot » diffusée en deuxième partie de soirée est également systématiquement sous-titrée depuis 2021, de même que la série documentaire « Le temps d'une histoire ».

Pourcentage mensuel de programmes à destination du public en situation de déficience auditive sur la Une (2022)



Genre des programmes sous-titrés sur La Une (2022)



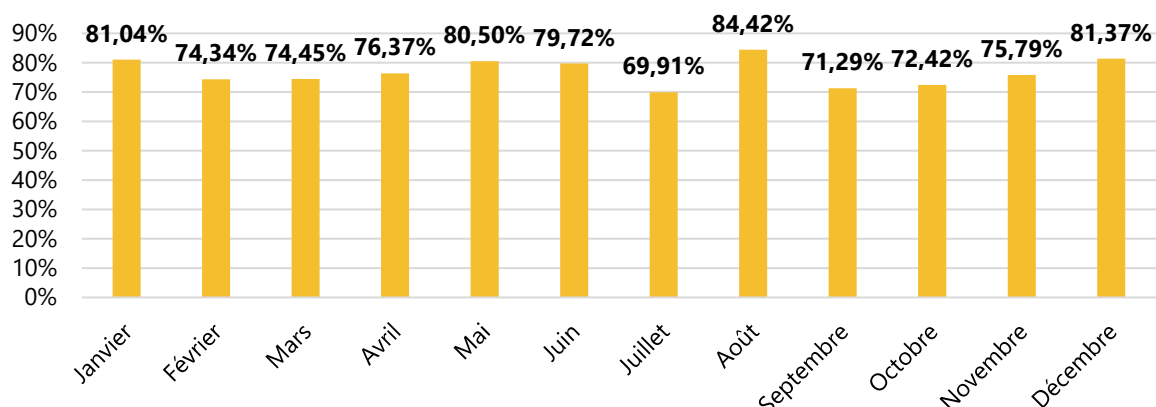
Tipik

Tipik atteint désormais un pourcentage de programme sous-titrés équivalent à celui de La Une, avec une augmentation équivalente, autour de 35%. Le taux de programmes inédits accessibles aux personnes en situation de déficience auditive s'élève à 24% sur Tipik (29% en 2021). Cette légère baisse de la proportion d'inédits accessibles diffusés sur le service peut aisément s'expliquer par la rediffusion de programmes diffusés en 2021, année où l'éditeur avait entrepris des efforts importants pour augmenter de plus de 80% son offre de programmes sous-titrés sur Tipik.

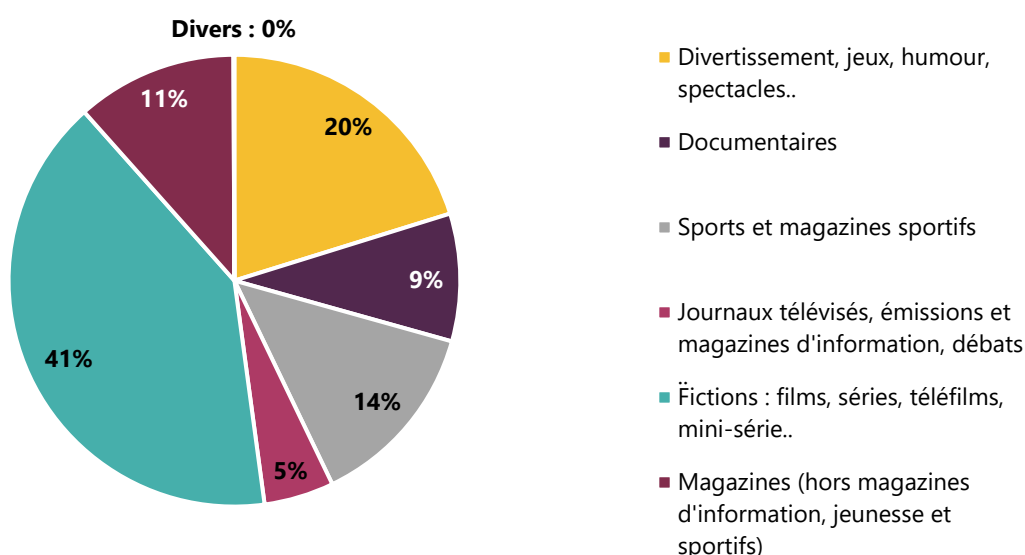
La répartition des programmes accessibles par genre est plutôt stable et reflète la programmation du service. Comme en 2021, 41% des programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience auditive sont des programmes de fiction et 20% sont des programmes de divertissement, parmi lesquels « Le Grand Cactus » qui dispose de sous-titres de manière systématique depuis 2021. En outre, l'éditeur déclare avoir augmenté le volume de retransmissions sportives sous-titrées en direct ; 14% des programmes accessibles aux personnes en situation de déficience auditive diffusés sur Tipik sont des programmes sportifs (manifestations, magazines, émissions, ...).

Enfin, l'éditeur déclare que tous les primes de Tipik sont dorénavant sous-titrés, y compris le week-end.

Pourcentage mensuel de programmes à destination du public en situation de déficience auditive sur Tipik (2022)



Genre des programmes sous-titrés sur Tipik (2022)



La Trois

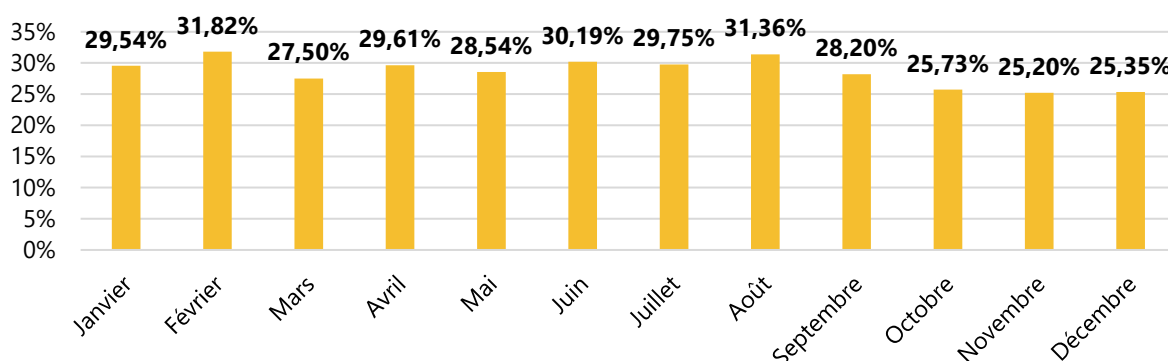
Le volume de programmes accessibles au moyen de sous-titres adaptés diffusés sur La Trois atteint 2141 heures, soit une hausse de 22% depuis 2021. En 2022, 28.6% des programmes de La Trois étaient donc disponibles avec des sous-titres adaptés contre 23% en 2021.

Ces chiffres n'incluent pas les diffusions qui sont interprétées en langue des signes. En effet, ce service est le seul à diffuser des émissions interprétées en langue des signes parmi les chaînes de la RTBF. Cette offre fait l'objet du point suivant.

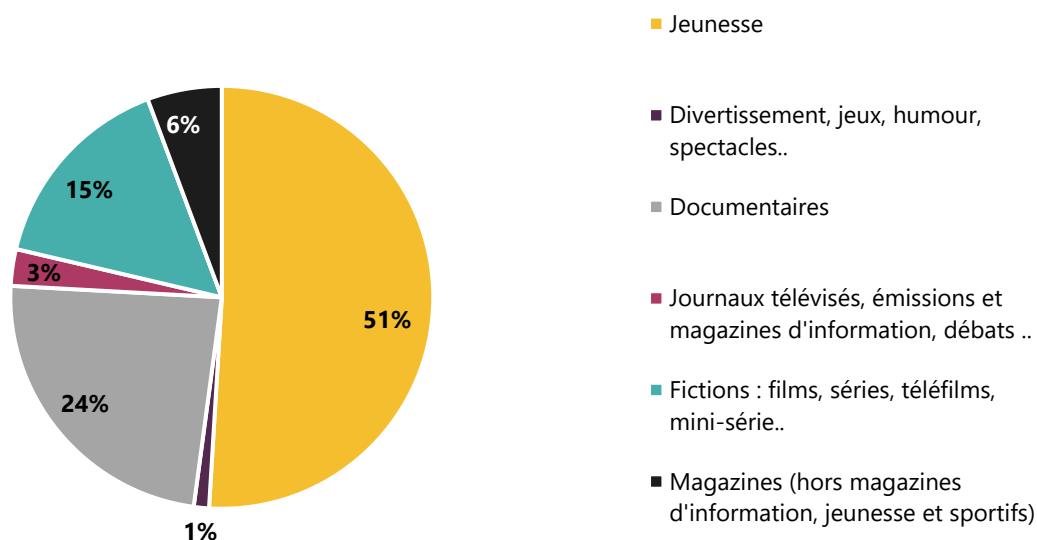
La Trois se distingue en outre par son offre à destination des enfants en situation de déficience auditive puisque plus de 50% des programmes rendus accessibles sont spécifiquement destinés au jeune public

(tant des fictions et particulièrement des dessins animés, que des magazines ou de l'information). Les fictions et les documentaires représentent respectivement 15% et 24% des contenus rendus accessibles sur La Trois. La Trois reste donc également la chaîne offrant la plus grande proportion de documentaires accessibles au public en situation de déficience auditive. Depuis 2021, la RTBF a d'ailleurs choisi de sous-titrer systématiquement son émission « Retour aux sources », documentaire historique hebdomadaire.

Pourcentage mensuel de programmes à destination du public en situation de déficience auditive au moyen des STA sur La Trois (2022)



Genre des programmes sous-titrés sur La Trois (2022)



De manière générale, le Collège constate la diversité des programmes rendus accessibles sur les services de la RTBF, reflétant la diversité des contenus proposés sur les trois services et les caractéristiques propres à leur ligne éditoriale spécifique.

Externalisation de la production et acquisition du sous-titrage à destination des personnes en situation de déficience auditive

Depuis le 1^{er} octobre 2020 et à l'issue d'un marché public, la RTBF sous-traite la production et l'achat du sous-titrage adapté de ses programmes à la société Dreamwall. Les dépenses consacrées à la production des sous-titres des émissions de la RTBF représentent 64% des dépenses totales effectuées en matière de sous-titres adaptés. Les 36% restant sont consacrés à l'achat du matériel auprès d'autres éditeurs francophones. Ainsi, les partenariats mis en place avec d'autres éditeurs francophones, tels que FranceTV, Swiss TxT (RTS) et TF1 perdurent en 2021. Les achats effectués auprès de France TV et TF1 représentent plus de 80% des dépenses globales en matière d'achat de sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive. Les achats effectués auprès de Swiss Txt représentent 13% de ces dépenses. Un nouveau partenariat semble également se confirmer avec Canal+ (3% des dépenses en matière d'acquisition de sous-titres en 2022).

Bilan sur le non-linéaire

En 2022, la RTBF est soumise à l'obligation de tout mettre en œuvre pour atteindre 18.75% de programmes accessibles aux personnes en situation de déficience auditive (par le sous-titrage ou l'interprétation en langue des signes de Belgique) sur son service non linéaire, Auvio.

Ce résultat est largement atteint en matière de sous-titres et d'interprétation en langue des signes, puisque l'éditeur déclare que 47% des « contenus nouvellement mis en ligne » sur Auvio sont accessibles aux personnes en situation de déficience auditive en 2022 ce qui représente 6058 heures, soit une augmentation de 41% par rapport à 2021 (4.300 heures).

La RTBF a donc déjà largement dépassé l'obligation de moyen fixée par le Règlement à l'horizon 2023.

Le Collège salue la RTBF pour cette prise en charge de l'accessibilité des contenus aux personnes en situation de déficience auditive sur son service non linéaire.

Un monitoring effectué en mars 2022 a démontré le respect des critères de qualité, notamment en matière de code couleur. Toutefois, des problèmes de concordance entre les informations disponibles sur le guide.tv.be et la présence effective des mesures d'accessibilité furent relevés, notamment dans le cas des programmes diffusés en direct sur Auvio.

Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur la nécessité de veiller à une information fiable et précise concernant la présence des mesures d'accessibilité à destination du public cible, y compris sur la plateforme Auvio.

Par ailleurs, il salue les initiatives prises par la RTBF pour développer un lecteur de vidéo de sa plateforme Auvio facilitant l'activation des sous-titres adaptés, notamment pour les contenus diffusés en direct sur la plateforme et permettant la personnalisation de l'affichage de ces derniers (taille et style).

Enfin, la RTBF précise connaître certaines difficultés techniques pour les "replay" disponibles via les décodeurs des distributeurs Orange et VOO et considère que "des développements supplémentaires, tant à la RTBF que chez les opérateurs (sont) nécessaires pour pouvoir les proposer".

Bilan de la qualité du sous-titrage à destination des personnes en situation de déficience auditive

Au cours de l'année 2022, les équipes du CSA ont effectué un monitoring visant à contrôler le respect des critères de qualité énoncés par la Charte du Collège d'Avis du 26/11/2019.

Le contrôle a ciblé 5 programmes dont deux magazines et un dessin animé n'ayant pas fait l'objet d'un contrôle en 2021. La retransmission de la compétition des Jeux Olympiques d'Hiver fut également évaluée au regard des critères de la Charte. Un monitoring spécifique fut également effectué pour les programmes sous-titrés disponibles sur Auvio (cf. « Bilan sur le non linéaire »).

De manière générale, le Collège constate l'attention portée par la RTBF pour garantir la bonne compréhension des éléments déterminants du programme rendu accessible bien qu'il subsiste certains points d'amélioration, plus particulièrement pour les programmes en direct/semi-direct.

Le tableau ci-dessous synthétise les observations réalisées à l'occasion de ces contrôles.

Programme	Service	Date et horaire de diffusion	Remarques
On n'est pas des pigeons	La Une	3/06 à 18h30	Points d'attention : L'utilisation des tirets pour indiquer le changement de locuteur permettant de faciliter la compréhension doit être systématique.
JT	La Une	25/07 à 13h00	Points d'attention : Décalage supérieur à 10 secondes qui induit la suppression de certaines informations sonores au sein de la retranscription sous-titrée. De même, les intervenants ne sont pas identifiés ce qui peut engendrer des problèmes de compréhension.
Homme- Animaux- Nature (H.A.N)	La Une	25/07 à 15h15	Pas de remarque
Jeux Olympiques d'Hiver	Tipik	11/02 à 11h55	Le Collège souligne la qualité des sous-titres pour cette retransmission en direct (faible décalage, précision dans l'identification des intervenants, exhaustivité des sous-titres, ...)
Gigantosaurus	La Trois	25/07 à 8h40	Points d'attention : La présence répétée de coquilles peut nuire au confort de visionnage, particulièrement pour les plus jeunes, moins à l'aise avec la lecture. Le découpage phrastique pourrait être amélioré bien que les contraintes relatives à la qualité puissent être parfois difficiles à concilier notamment pour ce type de programme à destination des enfants (disposition, facilité de lecture, code couleur...). Le Collège relève toutefois l'effort réalisé dans l'adaptation des sous-titres au niveau de lecture des plus jeunes, tout en garantissant une compréhension équivalente du programme.

Le Collège souligne les efforts mis en œuvre pour respecter les recommandations du Collège d'Avis du CSA en matière de qualité et encourage la RTBF à s'approprier encore davantage les critères de la Charte, et plus particulièrement ceux faisant l'objet de points d'attention, afin d'offrir un confort de lecture et un niveau de compréhension optimal pour le public en situation de déficience auditive.

TRADUCTION GESTUELLE

La RTBF déclare que son JT de 19h30 est interprété en langue des signes française de Belgique (LSFB) et diffusé en direct sur Auvio et en différé au plus tard dans les 30 minutes sur La Trois ou sur d'autres canaux télévisuels. Le JT à destination du public jeune « Les Niouzz » est également rendu accessible en langue des signes et diffusé sur Auvio à 18h30 et à 18h50 sur La Trois.

La RTBF déclare que ceci représente 365 éditions du JT et 183 éditions du JT jeunesse en 2022. Ces diffusions représentent 830 heures de programmes interprétés, soit 11% des programmes de La Trois (en 2021, ce taux s'élevait également à 11%) et 28% des programmes rendus accessibles en 2022 sur le service.

En outre, la RTBF souligne l'initiative d'avoir diffusé l'émission du Gala Cap48 avec une interprétation en langue des signes sur La Une, sa chaîne généraliste, afin « que l'ensemble du public de La Une (soit) conscientisé de l'importance de cette langue ». Par ailleurs, la RTBF a innové en proposant, pour la première fois sur ces services, l'interprétation de toutes les parties musicales du Gala.

Malgré les critiques émises à l'encontre du format de l'incrustation de l'interprétation qui ne garantissait pas une visibilité optimale des interprètes, le Collège souhaite encourager l'éditeur à poursuivre ses initiatives en matière d'accessibilité des programmes et particulièrement en matière d'interprétation en langue des signes, et insiste sur la nécessité de prendre en compte les besoins et attentes du public cible, y compris en matière de qualité des mesures, afin de garantir un confort de visionnage optimal et équivalent pour toutes et tous.

Bilan sur la qualité des interprétations en Langue des signes de Belgique

Au cours de l'année 2021, les équipes du CSA ont effectué deux monitorings visant à contrôler le respect des critères de qualité énoncés par la Charte du Collège d'Avis du 26/11/2019.

A cette occasion, le JT interprété en langue des signes et diffusé sur La Trois, ainsi que le magazine « Les Niouzz » furent contrôlés. Si certains critères énoncés par la Charte ne sont pas évaluables par le CSA car ils impliquent une connaissance approfondie de la langue des signes de Belgique (il s'agit en effet des critères liés au respect du sens du discours, respect des règles de la LSFB et le critère visant à assurer l'interprétation des informations extra-discursives utiles à la bonne compréhension), le Collège constatait que la RTBF respectait globalement les recommandations de la Charte en la matière et saluait la qualité des interprétations en langue des signes diffusées sur La Trois.

L'interprétation en langue des signes n'a pas fait l'objet de monitoring spécifique de la part des services du CSA en 2022.

Toutefois, le CSA fut interpellé concernant la qualité de l'interprétation en langue des signes du Gala Cap 48. Les services du CSA ont pu constater que l'incrustation ne couvrait pas 1/3 de la largeur de l'image, que le contraste entre la tenue vestimentaire de l'interprète n'était pas toujours suffisamment élevé avec le fond et que la taille de l'incrustation ne permettait pas la visibilité des expressions du visage de l'interprète. Dès lors, le Collège souhaite encourager la RTBF à poursuivre les efforts en termes d'accessibilité, même lorsque les obligations ne sont que des obligations de moyen. Il rappelle que l'argumentation de la perte d'audience en raison de la présence d'outils destinés aux personnes en situation de déficience sensorielle n'apparaît pas pertinente, particulièrement dans le cas présent puisque le public de la soirée Cap 48 est a priori plutôt sensible aux questions d'inclusion et de solidarité.

AUDIODESCRIPTION

En 2021, la RTBF a diffusé plus de 1119 heures de fictions et documentaires audiodécrits soit une hausse de plus de 34% depuis 2021 (rediffusions et multidiffusions comprises). La RTBF déclare que cela représente 723 occurrences.

Parmi ces 1119 heures d'audiodescription, près de 330 heures de contenus étaient inédits (soit 28%). Ce chiffre connaît une baisse de 20% depuis 2021 puisqu'il s'élevait à 35% (300 heures de contenus inédits en 2021).

En moyenne, sur les trois services linéaires de la RTBF, on comptabilise ainsi 13% de programmes audiodécrits.

Toutes chaînes confondues	En heures de programmes	En pourcentage	Évolution
Fictions AD linéaire 13-24h - 2020	85	1.62%	
Fiction AD linéaire 13h-24h - 2021	871,5	13%	+925%
Fiction AD linéaire 13h-24h - 2022	1179	17.8%	+29%

Le Collège salue ce résultat et les efforts entrepris par la RTBF pour maintenir une augmentation progressive du volume de programmes à destination des personnes en situation de déficience visuelle et ainsi respecter les obligations du Règlement en matière d'accessibilité aux personnes en situation de déficience visuelle.

Le Collège constate le maintien de la case récurrente consacrées aux films en audiodescription, le lundi soir, en prime-time, instaurant ainsi un rendez-vous régulier avec son public en situation de déficience sensorielle, pour qui l'accès à l'information sur les programmes en audiodescription est parfois compliqué. Il encourage la RTBF à réserver d'autres cases aux programmes audiodécrits, en diversifiant les thématiques, par exemple, en proposant un rendez-vous régulier pour les enfants en situation de déficience visuelle, ou encore ; une case spécifiquement dédiée aux documentaires audiodécrits.

Outre ces efforts pour atteindre et dépasser le premier seuil d'obligation défini par le Règlement, la RTBF fait montre d'une réelle volonté de répondre aux attentes du public cible. En effet, la RTBF et la Ligue Braille se sont joints pour organiser un atelier relatif à l'audiodescription, au sein des locaux de la Ligue, le 22 avril 2022. Cette rencontre, en présence d'une représentante du CSA et des distributeurs Orange, Proximus et VOO, fut notamment l'occasion de répondre aux questions du public concernant l'activation des audiodescriptions disponibles sur les services de la RTBF, qui peut poser des difficultés (en termes de navigation autonome sur le menu du décodeur ou en termes de dénomination des pistes par exemple).

La RTBF envisage de renouveler cet atelier et d'élargir le nombre de participant.es en situation de déficience visuelle, notamment en invitant les membres des autres associations actives dans la défense

des droits de ces personnes (par exemple : les membres de la Plateforme Accessibilité : les Amis des Aveugles, La lumière, et Eqla).

Par ailleurs, le Collège salue les initiatives de la RTBF pour offrir l'audiodescription sur des programmes qui ne sont pas visés par le règlement, tels que les retransmissions de compétitions sportives et les divertissements, notamment au travers du recours à des solutions plus économiques et basées sur les nouvelles technologies.

Le Collège salue ces initiatives et cette volonté d'innover mais rappelle que la qualité des pistes audiodécrites est essentielle. L'utilisation des nouvelles technologies et notamment de l'intelligence artificielle, si elle est encouragée pour les programmes qui ne sont pas visés par le règlement, n'apparaît pas enviable pour les fictions et documentaires dont l'audiodescription doit répondre aux exigences fixées par la Charte du Collège d'Avis du 26 novembre 2019.

Bilan du volume de l'audiodescription par service linéaire

En 2022, le Collège remarque que le volume de fictions et documentaires audiodécrits diffusés sur ses trois services est similaire et atteint plus de 370 heures (371 heures de fictions et documentaires audiodécrits sur La Une en 2022 ; 369 heures sur Tipik et 379 heures sur La Trois). Toutefois, les pourcentages diffèrent compte tenu de la nature de la programmation propre à chaque service.

En outre, le Collège observe que les taux réalisés en 2022 s'approchent sensiblement des obligations fixées pour l'exercice 2023 : ainsi, d'après des estimations réalisées sur base des données transmises pour l'année 2022, le volume de fictions et documentaires audiodécrits ne devrait plus augmenter « que de » 10% sur La Une, 23% sur Tipik et 13% sur La Trois, d'ici 2023.

Rappel des obligations (2021 à 2023) en matière d'audiodescription (article 22 du Règlement) et pourcentages réalisés (2019 à 2021)

Chaînes	% réalisés en 2021	Obligations règlement 2022	% réalisés en 2022	% évolution 2021-2022	Obligations règlement 2023
La Une	19.5%	18.75%	22.7%	15%	25%
Tipik	12.5%	18.75%	20.3%	35%	25%
La Trois	9.3%	11.25%	13.3%	39%	15%

La Une

En 2021, La Une, dont l'audience moyenne annuelle dépasse le seuil de 2.5%, doit atteindre 18.75% de fictions et documentaires audiodécrits entre 13h et 24h.

Ce résultat est largement atteint puisque près de 23% des fictions et documentaires diffusés aux heures de grande écoute sur le service disposent d'une version audiodécrite (soit plus de 371 heures). Sur ce service, près de 36.4% des contenus audiodécrits diffusés en 2022 sont inédits. Ce taux avoisinait les 50% en 2021.

Le Collège note également la diffusion de près de 10 heures de matchs des Diables rouges (en juin et juillet 2022) avec une audiodescription et salue la volonté de la RTBF de rendre accessible des

programmes qui ne sont pas visés par le Règlement et le recours à des technologies innovantes, telles que l'intelligence artificielle.

Tipik

En 2022, Tipik, dont l'audience moyenne annuelle dépasse le seuil de 2.5%, doit atteindre 18.75% de fictions et documentaires audiodécrits entre 13h et 24h.

Ce résultat est largement atteint avec 20.3% des fictions et documentaires diffusés aux heures de grande écoute sur le service disposant d'une version audiodécrite, soit 369 heures d'audiodescription. Le Collège note les efforts entrepris par l'éditeur pour augmenter le volume d'audiodescription de plus de 35%, sur ce service qui atteignait tout juste le quota de 12.5% en 2021. Parmi ces 369 heures de programmes audiodécrits, plus de 20% étaient des contenus inédits. Ce taux s'élevait également à 20% en 2021.

La Trois

En 2022, La Trois, dont l'audience moyenne annuelle est inférieure au seuil de 2.5%, doit atteindre 11.25% de fictions et documentaires audiodécrits entre 13h et 24h.

Ce résultat est largement atteint puisque 13.3% des fictions et documentaires diffusés aux heures de grande écoute sur le service disposent d'une version audiodécrite. Depuis 2021, le volume d'audiodescription diffusé sur le service a crû de 40%. Parmi ces 379 heures de programmes audiodécrits, 26% étaient des contenus inédits (36% en 2021).

Bilan du volume de l'audiodescription sur le non-linéaire

En 2022, La RTBF est soumise à l'obligation de tout mettre en œuvre pour atteindre 18.75% de fictions et documentaires audiodécrits sur son service non linéaire Auvio.

L'éditeur déclare que près de 9% des fictions et documentaires disponibles sur le catalogue Auvio ont été rendu accessibles aux personnes en situation de déficience visuelle, soit une hausse notable de 80% par rapport à 2021 mais insuffisante pour respecter le quota fixé par le règlement. L'éditeur justifie ce chiffre en rappelant que les budgets disponibles sont consacrés en priorité aux obligations de résultat qui visent les services linéaires. Il estime que le respect des exigences en matière d'audiodescription sur sa plateforme non linéaire représente un coût total de 1 800 000 euros (selon ses projections, 1 100 heures de programmes doivent encore être audiodécrites pour répondre aux exigences du règlement sur AUVIO). A ce titre, la RTBF déclarait s'être fixé un nouvel objectif transitoire pour 2022 s'élevant à 10% mais évoquait déjà en 2021 des difficultés pour l'atteindre.

De plus, et au regard des résultats du monitoring réalisé sur la plateforme Auvio, le Collège constate l'absence de pictogrammes pour certains contenus dont l'audiodescription est disponible. Le Collège attire l'attention de l'éditeur sur la nécessité de veiller à l'identification et la visibilité de ces contenus audiodécrits et invite la RTBF à rester attentive à cet aspect de ses obligations. Le Collège encourage notamment l'éditeur à concrétiser son projet d'une section spécifiquement dédiée aux contenus rendus accessibles sur Auvio¹⁷, visant à en faciliter l'accès.

¹⁷ Projet mentionné par les équipes de la RTBF lors d'une rencontre avec les équipes du CSA en janvier 2022.

Il l'encourage également et plus globalement à poursuivre ses efforts dans la prise en charge de l'accessibilité de ses contenus à destination des personnes en situation de déficience visuelle sur sa plateforme.

Enfin, s'agissant de cette obligation de moyens, le Collège rappelle que l'éditeur devra pouvoir justifier des démarches mises en œuvre et des difficultés rencontrées en matière d'accessibilité des programmes sur Auvio.

Bilan de la qualité de l'audiodescription

Au cours de l'année 2021, les équipes du CSA ont effectué des monitorings visant à contrôler le respect des critères de qualité énoncés par la Charte du Collège d'Avis du 26/11/2019.

Le contrôle a ciblé 9 programmes de fiction dont 3 séries produites par la RTBF, à savoir « Des gens bien », « Fils de » et « 1985 ». Les deux dernières évaluations furent notamment réalisées dans le cadre d'interpellation du public quant à la qualité de l'audiodescription diffusée. Les services du CSA ont alors visionné les programmes concernés et interpellés la RTBF qui a fait preuve de bonne volonté, notamment dans le cas de l'audiodescription des premiers épisodes de la série « Fils de » qui a nécessité d'être entièrement refaite.

Le tableau ci-dessous synthétise les principaux constats réalisés à l'occasion de ce monitoring :

Programme	Service	Date et horaire de diffusion	Points d'attention
Meurtres dans le Jura	La Une	01/10 à 20h50	Points d'attention : Description des changements de scènes parfois imprécise ou inexistante : difficile de savoir où on est, spatialement. Lié au rythme du téléfilm (actions & scènes visuelles). Description des époques : On ne précise pas que c'est contemporain.
Les heures sombres	La Une	25/04 à 20h41	Points d'attention : Description des changements de scène insuffisante. L'audiodescription n'est pas toujours clairement intelligible. Description des décors insuffisante.
Des gens bien	La Une	23/10 à 20h55	Point d'attention : Changements de scènes et d'époque parfois confus (Flashbacks)
Inséparables	La Une	26/07 à 20h19	Pas de remarque ; attention toutefois à ne pas anticiper la présentation des personnages.
Fils de	La Une		Points d'attention : Qualité globalement très insuffisante. Une nouvelle version audiodécrite fut demandée par les services de la RTBF pour les premiers épisodes de la série par suite des interpellations du public et du CSA sur la qualité des descriptions et du mixage. Cette version est disponible sur AUVIO. Le Collège rappelle la nécessité de mettre en place des procédures visant à vérifier la qualité des pistes d'audiodescription en amont de leur diffusion.
1985	La Une		Points d'attention : Audiodescription « minimaliste ». Trop de silences prolongés et pas assez de descriptions, notamment lors des changements de scène.
Doc Hollywood	Tipik	23/10 à 16h13	Pas de remarque.

Lola vers la mer	La Trois	11/02	Points d'attention : Silence prolongé durant le générique qui peut semer la confusion. Absence d'identification/descriptions des lieux reconnaissables à Bruxelles notamment. Descriptions parfois insuffisamment détaillées au regard de la place laissée par les dialogues originaux.
Diabolique	26/07 à 20h32		Point d'attention : La balance sonore doit rester équilibrée et permettre une écoute aisée de la piste d'audiodescription, tout au long du programme

Parmi les programmes monitorés, deux versions audiodécrites se distinguent par leur qualité et leur faculté à retranscrire les informations et émotions significatives transmises par l'œuvre originale : il s'agit de l'audiodescription de « Inséparables », de « Doc Hollywood » et de « Diabolique ». Ces descriptions favorisent une réelle immersion notamment par leur diversité et richesse lexicale, par le juste équilibre dans le niveau de détails fournis au public et grâce à la précision des descriptions. Ces audiodescriptions respectent parfaitement les recommandations énoncées au sein de la Charte du Collège d'Avis du 26/11/2019 et assurent un confort et une expérience de « visionnage » optimaux pour le public cible.

A contrario, les audiodescriptions des séries produites par la RTBF et monitorées par les équipes du CSA, bien que sujet à des améliorations depuis 2021, doivent faire l'objet d'une attention particulière de la part de l'éditeur public. En effet, pour la série « 1985 » mais encore plus particulièrement pour la série « Fils de » il apparaît que les descriptions proposées sont parfois confuses et/ou imprécises et gênent la bonne compréhension du programme.

En outre, les services du CSA sont particulièrement attentifs aux travaux réalisés par le Panel de la « Plateforme pour l'accessibilité de l'audiovisuel » qui évalue régulièrement la qualité de l'audiodescription de certains contenus. La RTBF, via Dreamwall, est également en contact avec le Panel composé de personnes en situation de déficience visuelle formées à l'exercice d'évaluation de la qualité des audiodescriptions. Ainsi, en 2022, 4 programmes diffusés sur les services de la RTBF ont fait l'objet d'une évaluation par le Panel dont la série « 1985 ». Les notes attribuées allant de 3.8 à 4.3 sur 5, la qualité des audiodescriptions est globalement jugée satisfaisante par le Panel bien que plusieurs points d'attention soient globalement pointés du doigt :

- L'absence de traduction des dialogues en langue étrangère par l'audiodescription ;
- Le manque de précision des descriptions relatives aux décors, ambiances et changements de scène ; a contrario, le surplus de description est également parfois souligné par les membres du panel. L'équilibre des informations est primordial pour le confort d'écoute.
- La balance sonore lors de certaines scènes, qui gêne l'audibilité de l'audiodescription.

Le Collège invite la RTBF à poursuivre sa collaboration avec le Panel et à mettre en œuvre une procédure de vérification de la qualité en amont de la diffusion des programmes audiodécrits et ce afin de garantir un niveau de qualité identique pour tous les programmes en audiodescription diffusés sur leurs services.

ACCESSIBILITÉ DU SITE

L'article 40.2 a) du contrat de gestion indique que « la RTBF rend certaines parties de son site internet accessible, et pour les parties qui peuvent l'être, cherche à obtenir le label « anysurfer » et à développer ses nouvelles applications en cherchant à tendre vers ce label, notamment en proposant un outil Text to Speech permettant une lecture orale des articles d'information publiés sur son site internet ». Dès lors, la RTBF

s'attache à respecter certaines directives propres au label belge « *anysurfer* »¹⁸ garantissant la qualité des sites accessibles, qui ne sont néanmoins plus utilisés au profit des normes WCAG 2.1. Pour ce faire, la RTBF a conclu un contrat de consultance avec le label anysurfer chargé de vérifier l'accessibilité des pages des sites et applications de la RTBF. Malgré les coûts conséquents engendrés par la mise en œuvre de l'accessibilité pour l'ensemble des contenus audios et vidéos, la RTBF témoigne aujourd'hui d'une « volonté de tout mettre en place pour faciliter l'accès aux contenus vidéos » sur leurs sites. Plusieurs actions ont été mises en place à ce jour pour améliorer l'accessibilité numérique des sites de la RTBF, dont la désignation d'une personne de référence, le choix d'un nouveau prestataire répondant aux normes internationales, la formation de ses équipes, ainsi que la réalisation d'audits simplifiés des sites par une entreprise spécialisée. La RTBF s'est également engagée à rédiger et publier une déclaration d'accessibilité qui fut publiée sur ses sites au cours du dernier trimestre 2021¹⁹.

Actuellement et outre la possibilité d'activer des sous-titres (directive 2.5.3) (à condition qu'ils soient disponibles) et la possibilité donnée aux personnes en situation de déficience visuelle d'utiliser un logiciel permettant la lecture des pages web (directive 2.5.2), la RTBF propose la fonctionnalité « Text2speech » sur ses pages articles, permettant l'accès aux informations textuelles via le canal audio. Une fonctionnalité « pause » permet de stopper les défilements et d'améliorer l'expérience d'utilisation des personnes épileptiques (directive 3.3.2). Par ailleurs, la RTBF déclare remplir 17 autres critères parmi les 40 précédemment exigés par le label²⁰, à savoir :

Pour la navigation :

- Le clavier peut être utilisé, notamment les touches *TAB* et *ENTER*, pour naviguer sur une partie du site. Cela doit également inclure une mise en évidence de l'emplacement de l'utilisateur sur la page. De même, l'ordre de tabulation doit être logique et prévisible pour faciliter la navigation. La RTBF estime que 50% de ses sites disposent de cette fonctionnalité.
- Les hyperliens des sites sont significatifs dans leur contexte. Concrètement, aucun lien « lire plus », « cliquez ici », ou encore « télécharger » ne doit apparaître, à moins qu'ils soient intégrés dans une phrase, une liste ou un tableau.

Concernant le contenu :

- La RTBF déclare respecter la directive selon laquelle le code source est conforme à la spécification du langage utilisé et ce afin de favoriser l'interopérabilité et ainsi l'accessibilité.
- Chaque page possède un titre significatif qui résume son contenu ou sa nature, et comprend le nom du site, et ce afin de faciliter la navigation de l'utilisateur.
- La langue principale de chaque page doit être indiquée pour faciliter la lecture des outils d'accessibilité.

¹⁸ <https://www.anysurfer.be/fr>

¹⁹ https://www.rtbf.be/declaration-accessibilite_rtbf_v_1_0.pdf

²⁰ Depuis le 1er janvier 2019, les directives énoncées par la RTBF ne sont plus utilisées pour réaliser les audits préalables à l'obtention du label. Le label utilise désormais les Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) version 2.1. (<https://www.anysurfer.be/fr/en-pratique/directives>)

- Chaque image, y compris cliquable, et bouton de formulaire doivent posséder un attribut *alt*, composé de 80 caractères maximum, qui permettra de fournir une description sommaire du contenu qui pourra alors être transmise par des outils tels que les lecteurs d'écran.
- Les images d'arrière-plan qui contiennent de l'information ont une variante accessible.
- Les fichiers audio et vidéo sont annoncés par quelques mots d'introduction afin de permettre à l'utilisateur qui n'y a pas accès d'en connaître le contenu.
- Comme le stipulent les directives du label, les sons, fonds sonores et autres musiques, ne démarrent pas automatiquement lors des changements de page, laissant toute liberté à l'utilisateur.

Relativement à la mise en forme :

- Les lettres et espaces sont utilisés de manière conventionnelle et non pour créer un effet visuel et/ou stylistique, et ce afin de favoriser la compréhension lorsqu'on doit recourir à un lecteur d'écran.
- Le contenu des pages suit un ordre logique afin de faciliter l'utilisation des outils de lecture d'écran.
- Les textes et images (vidéos, animations, jeux, diaporama...exception faite des publicités) ne peuvent clignoter plus de 3 fois par seconde afin de préserver le confort de navigation des personnes qui souffrent d'épilepsie photosensible. Comme mentionné ci-dessus, la RTBF a également prévu un bouton « stop » pour pouvoir stopper les défilements.

En matière d'interactivité :

- Les intitulés des champs à remplir au sein des formulaires sont clairement identifiés et facilitent l'utilisation des lecteurs d'écran.
- Chaque formulaire dispose d'un bouton d'envoi visible activable au moyen de la souris et du clavier, de même pour les listes déroulantes : les utilisateurs doivent pouvoir confirmer leur choix.
- Les erreurs lors du remplissage des champs du formulaire sont indiquées et expliquées par du texte, et pas seulement au moyen d'une couleur comme le rouge, lors de la validation des formulaires.
- Les actions ne peuvent pas être strictement liées à des contraintes de temps afin de permettre aux utilisateurs en situation de déficience visuelle, mentale ou moteur d'exécuter l'action désirée.

Ces différents critères qui étaient déjà d'application en 2020 viennent renforcer les exigences d'accessibilité à destination des personnes en situation de déficience visuelle, en facilitant leur accès aux médias audiovisuels via un environnement numérique interactif.

La RTBF a également adapté ses sites de sorte que les personnes concernées puissent aisément recourir à des logiciels de lecture et activer les sous-titres. Le collège encourage la RTBF à poursuivre ses actions et à explorer les possibilités existantes pour rendre ses futurs contenus vidéo accessibles aux personnes en situation de déficience sensorielle, notamment au travers d'une logique de « conception universelle »

favorisant la prise en compte des besoins du public en situation de déficience sensorielle dès les premières phases de la réalisation du contenu audiovisuel.

COMMUNICATION SUR LES PROGRAMMES RENDUS ACCESSIBLES

Le règlement relatif à l'accessibilité des programmes prévoit, au sein de son chapitre 4 et des articles 15, 16 et 18, des obligations de communication sur les programmes rendus accessibles.

En matière de communication envers le public en situation de déficience visuelle, la RTBF respecte l'obligation d'identifier les programmes audiodécrits par une mention sonore au sein des bandes annonces et au début du programme depuis 2020.

Par ailleurs, la RTBF poursuit ses contacts réguliers avec le secteur associatif afin de répondre à la demande des accompagnant.es des personnes en situation de déficience visuelle, d'être informés de la diffusion de ses programmes. Depuis janvier 2021, les services du CSA sont mis en copie de ces mails et informés au préalable des audiodescriptions qui seront diffusées sur les services de la RTBF.

En outre, dès le mois d'octobre 2021, la RTBF a également initié un projet relatif à l'identification et l'activation des audiodescriptions disponibles sur ses services. Cette initiative s'est concrétisée autour d'un atelier organisé en juillet 2022 avec les membres de la Ligue Braille, en présence des distributeurs et du CSA. L'objectif premier était de répondre aux questions du public, notamment pour les aspects « techniques » de l'activation de cette fonctionnalité sur les décodeurs et sur Auvio.

Le guide TV :

Les programmes sous-titrés à destination des personnes en situation de déficience auditive sont identifiables sur le guide TV²¹ au moyen du pictogramme ad-hoc . De plus, une fonction permet de filtrer les programmes et de ne rendre visibles que ceux qui disposent de sous-titres. Le sigle  est également présent sur le guide TV pour les programmes qui disposent d'une piste d'audiodescription. Depuis la fin de l'année 2020, la fonctionnalité de filtre pour les versions audiodécrites permet également de visualiser rapidement quels programmes sont rendus accessibles pour les personnes en situation de déficience visuelle.

Auvio :

Sur Auvio, le sigle pour indiquer la présence des sous-titres à destination des personnes en situation de déficience auditive a été ajouté. Bien qu'il faille toujours cliquer sur la miniature du programme ou se référer en amont au guide TV pour s'assurer de leur présence, le sigle apparaît dorénavant sous le lecteur vidéo, à côté de la date de publication, de la durée du programme et de sa disponibilité sur la plateforme. Il en est de même pour le pictogramme relatif à l'audiodescription.

Au regard de monitoring effectués sur Auvio, la présence du pictogramme relatif à l'audiodescription ne semble quant à elle toujours pas systématique.

²¹ <https://www.rtbef.be/grille-des-programmes>

Le Collège invite la RTBF à poursuivre ses efforts pour faciliter l'identification des programmes audiodécrits sur Auvio. En effet, le public cible doit recourir à des outils comme le lecteur d'écran pour naviguer sur la plateforme.

AVIS

Le Collège constate que la RTBF a atteint ses objectifs en matière de sous-titrage à destination des personnes en situation de déficience auditive pour ses trois services linéaires. Il salue ces résultats et l'augmentation continue de la proportion de programmes rendus accessibles aux personnes en situation de déficience auditive.

Les obligations en matière de traduction gestuelle du journal télévisé de début de soirée et du journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse sont rencontrées.

Le Collège salue vivement les efforts consentis par l'éditeur pour parvenir à respecter ses obligations en matière d'audiodescription de fictions et documentaires diffusés aux heures de grande écoute sur ses trois services linéaires.

Le Collège relève par ailleurs que si l'obligation de moyen concernant le volume de programmes accessibles aux personnes en situation de déficience auditive est respectée sur Auvio, elle ne l'est pas en matière de volume de fictions et documentaires audiodécrits pour les personnes en situation de déficience visuelle.

Toutefois, le Collège considère que (i) les justifications apportées par l'éditeur concernant les difficultés spécifiques à l'audiodescription sur un catalogue non linéaire, (ii) les résultats atteints sur ses trois services linéaires et (iii) les initiatives menées par ses services pour innover et proposer une plus grande diversité de programmes accessibles, y compris en audiodescription, témoignent de la prise en charge de cet enjeu d'intérêt général par l'éditeur et des efforts consentis pour favoriser l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience visuelle. Le Collège encourage notamment toute initiative visant à faciliter l'identification des contenus accessibles sur la plateforme Auvio.

Nonobstant les efforts considérables accomplis par l'éditeur depuis 2021 concernant notamment la politique d'acquisition des mesures d'accessibilité sur le marché francophone, particulièrement dans le cas des versions audiodécrites, le Collège d'autorisation et de contrôle ne peut que lui rappeler l'augmentation progressive des exigences quantitatives prévues par le Règlement. Bien que conscients des difficultés rencontrées par l'éditeur en la matière, tous les moyens doivent être mis en œuvre afin de répondre aux exigences visant l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience sensorielle, y compris sur son service non linéaire.

RELATIONS AVEC LES PUBLICS

La RTBF entre en relation avec ses publics par trois voies principales :

1. Le traitement des demandes du public par le service de médiation ;
2. Le programme de médiation ;
3. Le dialogue avec les publics sur les sites et pages de réseaux sociaux.

LE TRAITEMENT DES DEMANDES DU PUBLIC PAR LE SERVICE DE MEDIATION

CONTEXTE

L'article 47 bis du contrat de gestion distingue le service de relations avec les publics de celui de médiation. L'ensemble des messages parvenant à la RTBF ne nécessite en effet pas de médiation, comme explicité plus bas. Les articles 48 et 49 du contrat de gestion précisent le statut et le fonctionnement du service de médiation de la RTBF, la manière dont les publics peuvent prendre contact avec l'éditeur et la procédure par laquelle leurs demandes doivent être traitées. Le service de médiation remet un bilan annuel de ses activités et délivre des informations aux usagers, conformément à l'article 50 du contrat de gestion.

BILAN

Ayant pour objectifs de faciliter et d'optimiser les échanges constructifs entre les publics et la RTBF, la médiation veille à favoriser la compréhension des points de vue respectifs en vue d'une « rencontre véritable ».

Trois types de médiation sont mis en place par la RTBF pour établir et consolider le lien avec ses publics :

- Une médiation éditoriale portant sur les explications relatives à l'offre RTBF et aux choix et traitement de l'information par la RTBF ;
- Une médiation de plaintes, portant sur les questions plus sensibles ;
- Une médiation culturelle proposant aux publics (particuliers, écoles, etc.) de participer à des visites guidées, des ateliers d'immersion ou autres activités interactives.

Les contacts enregistrés jusqu'à présent ne représentent pas l'ensemble des contacts pris par les publics. En effet, les appels téléphoniques ainsi que les commentaires sur les pages RTBF des différents réseaux sociaux ne sont pas pris en compte dans cette comptabilisation.

Afin d'obtenir une vue plus complète, le « projet Contact » a été initié courant 2022 et sera effectif en 2024. L'acquisition par la RTBF d'un nouvel outil CRM²² (Zendesk) vise à intégrer un maximum de canaux de contacts, à les structurer et à fluidifier les feedbacks provenant des différents départements de la

²² Customer Relationship Management.

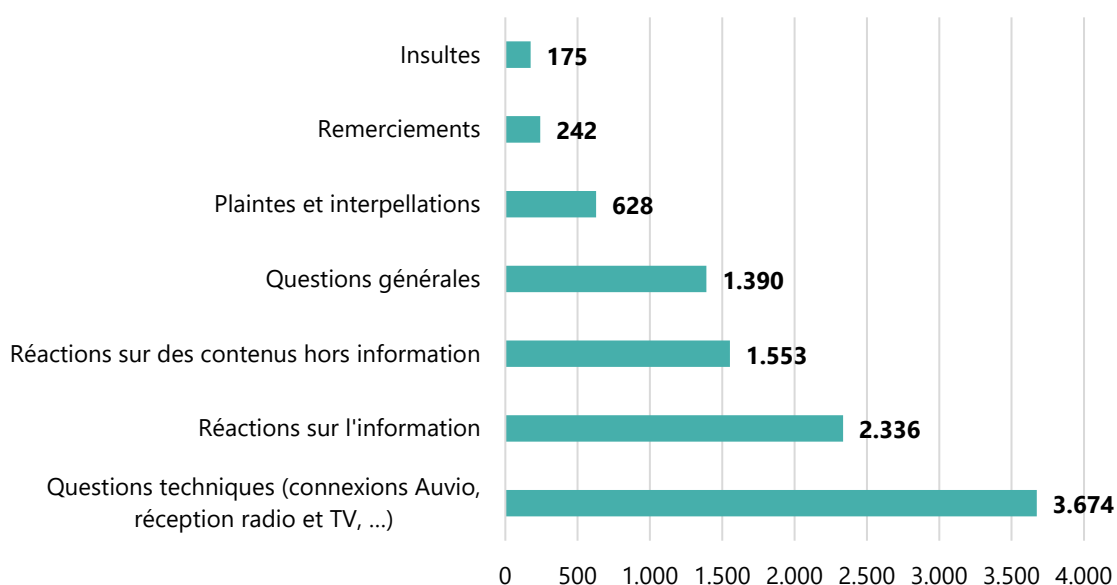
RTBF. Alors que l'éditeur estime que le service médiation assure un suivi de 57% des interpellations, demandes et plaintes, ce « projet Contact » a l'ambition d'améliorer l'interaction avec les publics, nourrir la réflexion de contenus nouveaux et assurer un suivi optimal des interactions entre la RTBF et ses publics. 3 lignes composent la structure de ce projet :

1. La résolution directe et automatisée des demandes des publics via des questions-réponses (les « FAQ23 ») et un système de dialogue automatisé (Chatbot) pour guider l'utilisateur dans sa recherche d'informations (première ligne qui concerne 80% des contacts globaux) ;
2. La prise en charge humaine d'un outil de gestion permettant une meilleure répartition transversale à l'ensemble de l'entreprise (deuxième ligne qui concerne 20% des contacts) ;
3. La gestion des plaintes.

Le projet Contact ayant été lancé en 2022, les données reprises ci-dessous n'incluent donc pas encore l'intégration de tous les canaux de contact. En 2022, le service de médiation de la RTBF a enregistré 9.998 messages (courriers et courriels) de la part de téléspectateurices, auditeurices et internautes, soit une augmentation de 19% rapport à 2020 (8.395).

AVIS

Contacts avec les publics 2022- répartition thématique



Source : bilan du service de médiation RTBF – 2022

²³ Depuis 2017, le service de médiation a mis en place, sur le site Internet de la RTBF, une section dédiée aux questions fréquentes, organisées par thématique, ce qui a pour effet de réduire, globalement, les messages adressés directement à la médiation. Ces réponses aux questions fréquentes concernent notamment le DAB+, l'écoute de chaînes radio via des dispositifs et systèmes variés (tel Amazon Echo), AUVIO, l'accessibilité, la programmation et les programmes, les sites web et les pages de réseaux sociaux de la RTBF.

Les questions techniques concernent la partie la plus importante des contacts avec les publics. Les nouvelles versions du site rtbf.be (janvier) et d'Auvio (novembre) ont amené une hausse significative de questions. Les interrogations liées à la radio en ligne, la radio connectée, la FM et le DAB+ font également partie de cette catégorie.

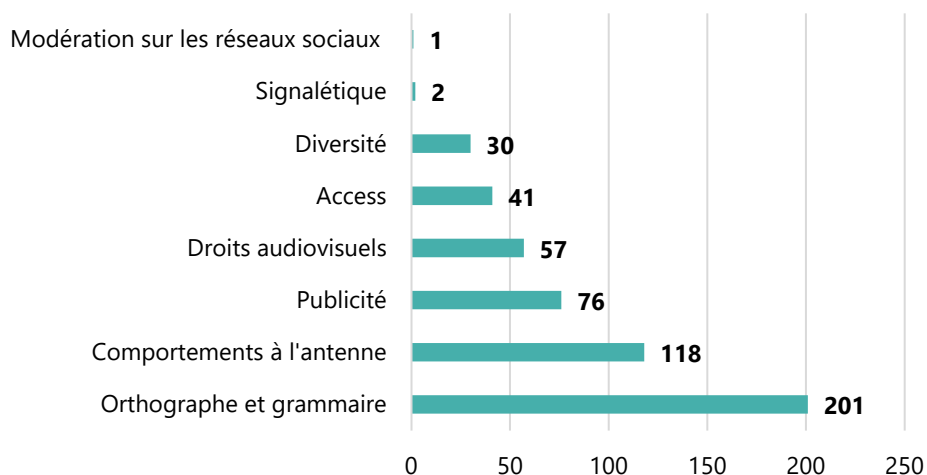
Les réactions sur l'information : il s'agit de contributions, suggestions ou témoignages sur le contenu, de questions sur l'actualité et d'interrogations sur le traitement de l'information et le travail journalistique (questions relatives aux choix éditoriaux, à la qualité du traitement ou encore aux pratiques journalistiques). Ainsi, en 2022, les notions d'objectivité et de neutralité journalistiques ont beaucoup fait réagir les publics. Un échange basé sur l'explication des réalités du travail de terrain et de la démarche journalistique est entamé avec les publics pour répondre à ces réactions et interrogations avec nuance.

L'information sportive est incluse dans cette catégorie et plus spécifiquement les réactions prônant que la diversité de l'offre sportive et en particulier du sport féminin soit renforcée, en accordant notamment davantage de place à la valorisation de leurs exploits. Les sports moteurs font par ailleurs réagir les publics, voyant dans cette couverture de discipline une incohérence avec l'information sur les dérèglements climatiques et les efforts accomplis par la RTBF pour réduire son impact environnemental.

Hors information et sports, **les contenus** font réagir autrement : il s'agit plutôt d'impressions, réactions, félicitations, demandes d'informations complémentaires ou encore propositions de contenus.

La catégorie des **plaintes** comprend les messages qui font part d'une insatisfaction prononcée. Comme pour l'ensemble des messages traités en médiation, des réponses personnelles sont adressées aux plaignant.e.s. Au nombre de 526 (contre 540 en 2021), les plaintes concernent principalement : l'orthographe et la grammaire, les comportements à l'antenne (leur manière d'animer un débat, de poser des questions ou encore de s'habiller, etc.) et la publicité (les coupures publicitaires en linéaire et sur Auvio, des questionnements concernant ce qui est perçu par le public comme du publireportage etc.).

Répartition thématique des plaintes



Source : bilan du service de médiation RTBF – 2022

LE PROGRAMME DE MÉDIATION

CONTEXTE

L'article 30 du contrat de gestion stipule que la RTBF diffuse et offre à la demande un programme ou des séquences de programme de médiation, dont au moins dix éditions par an en télévision, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics et de « privilégier un lien fort et interactif avec les publics ».

La RTBF est libre de produire ce programme et ces séquences dans le format souhaité par l'éditeur et fait appel à un panel équilibré comprenant, selon la pertinence éditoriale, des responsables de la RTBF, des plaignants, et le cas échéant, des experts académiques et des représentants de la société civile.

BILAN

Le programme INSIDE, projet transversal consolidé depuis 2019, concrétise tant les enjeux de médiation que d'éducation aux médias. La « marque » INSIDE regroupe désormais plusieurs approches et des formats divers en abordant et en expliquant les pratiques audiovisuelles de la RTBF, les choix de programmation et de rédaction et les enjeux de développement, notamment digitaux. L'échange est ouvert, également avec des expert.e.s et des personnes des publics de la RTBF.

La marque INSIDE regroupe donc :

- L'onglet sur le site Info ;
- Des articles web ;
- Des chroniques en radio ;
- Des capsules pour les *webnatives* et une page Facebook ;
- Le programme mensuel de médiation ;
- Les visites et les ateliers d'immersion (médiation culturelle) ;
- Des événements spécifiques et des partenariats avec les mondes associatif, culturel et de l'enseignement.

Diffusion de « INSIDE » en 2022

Le programme télévisuel comporte plusieurs séquences : visites des sites de la RTBF et présentation de leurs coulisses ; sujets développés sur base de questions du public, avec le soutien des personnes ressources à la RTBF (rédaction, production, médiation) ainsi qu'un débat entre un.e membre des publics de la RTBF qui a adressé une interpellation au service de médiation et une personne interne à la RTBF, sous le regard d'un.e « expert.e » de la société civile, pour faire part de remarques ou d'éléments d'analyse.

En 2022, dix éditions du programme télévisuel de 40 minutes ont été diffusées sur Tipik²⁴.

²⁴ Première diffusion en dernière partie de soirée (23h) le vendredi sur Tipik, avec des rediffusions sur La Une, Tipik et La Trois.

AVIS

Sur l'exercice 2022, le Collège constate la production et la diffusion d'un nombre suffisant de programmes concrétisant la mission de médiation. Il constate la présence systématique de téléspectateurices dans les programmes ainsi qu'une parité accrue des expert.e.s invité.e.s à participer au débat. Il encourage l'éditeur à poursuivre sur cette voie et à maintenir ses efforts en termes de parité.

Par ailleurs, le Collège salue l'intégration des divers axes des relations avec les publics et du service de médiation dans le concept protéiforme INSIDE.

LES PUBLICS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

CONTEXTE

La modération est régie par l'article 7.5 et l'article 42 sexies e), 3ème tiret du contrat de gestion, qui, concernant les commentaires sur les forums et les réseaux sociaux notamment, stipule que « ces commentaires font l'objet d'une modération régulière et adéquate, de manière à empêcher ou supprimer, dans les meilleurs délais possibles, tout contenu contraire aux lois et plus particulièrement à l'ordre public, aux bonnes mœurs et aux principes démocratiques essentiels ».

BILAN

En 2022, la RTBF indique être gestionnaire de 65 pages Facebook, plus de 8 comptes Twitter, plus de 20 comptes Instagram, d'une chaîne Twitch, de plus de 18 chaînes YouTube, de 8 comptes TikTok, d'un compte LinkedIn et de 6 comptes WhatsApp²⁵.

Etant administratrice des pages, la RTBF a la possibilité, après publication des commentaires, d'en supprimer, sur base de constatations propres ou de réactions de tiers. Alors que les coordinateurices des réseaux sociaux de la RTBF sont responsables d'une édition d'offre²⁶, les *Social Editors* sont en charge de la publication et de la gestion opérationnelle des pages. Ces dernier.es travaillent en étroite collaboration avec le département des réseaux sociaux, sans y être rattaché.es.

Par ailleurs, le guide du *fair play*²⁷ est toujours en ligne. Il précise les principales interdictions sur les pages RTBF développées sur les réseaux sociaux ; renvoie vers les principes généraux de communauté de Facebook ; indique les prises de décision que peuvent prendre les gestionnaires de pages et fait référence à une adresse mail en guise de contact.

²⁵ Les commentaires de son site info (rtbf.be/info) sont fermés, dans le but de privilégier les commentaires et leur modération sur les pages Facebook.

²⁶ A savoir : Le « Nous », les « Nouvelles Générations », les « Jeunes Adultes » et les « Affinitaires ».

²⁷ La note de fair-play sur les RS de la RTBF est disponible [via ce lien](#).

Face au nombre de publications et d'interactions sur les réseaux sociaux, la RTBF collabore depuis 2017 avec la société Netino qui contribue à la gestion de l'ensemble des pages RTBF²⁸ de deux manières : en cachant²⁹ ou supprimant³⁰ des commentaires (premier niveau de réponse) et en repérant et en agissant sur les commentaires les moins acceptables en dehors des heures de bureau. Trois strates d'analyse des commentaires se superposent : la première consiste en une analyse semi-automatique des commentaires par Netino (mots-clés spécifiques et liste noire des utilisateurs « toxiques ») ; la deuxième est un traitement par les équipes Netino et la troisième, optionnelle, permet aux *Social Editors* de la RTBF d'affiner l'approche de Netino s'ils/elles le jugent pertinent.

Quant aux réponses aux commentaires et aux débats, ils sont gérés exclusivement par les *Social Editors* et gestionnaires de pages de la RTBF.

Etant désormais présente sur TikTok, la RTBF a élargi la modération aux comptes de cette plateforme. Excepté le compte d'info TikTok « @miseàjour », qui bénéficie d'une modération de premier niveau par Netino, les autres comptes TikTok (hors info, donc) sont modérés par des *Social Editors* et modératrices, manuellement.

En suivi de l'instruction 16-19 concernant la modération de commentaires problématiques de la page Facebook « C'est vous qui le dites », la RTBF a mis en place deux mesures supplémentaires :

1. Tous les commentaires présents sur la page Facebook de « C'est vous qui le dites » sont désormais traités manuellement, sans modération automatique préalable ;
2. Lorsque la RTBF signale à Netino une publication particulièrement sensible, pouvant amener des commentaires problématiques, l'équipe de modératrices est renforcée de manière ponctuelle afin d'accroître le contrôle qualité ainsi que la réactivité.

AVIS

Pour l'exercice 2022, le Collège constate que la collaboration avec Netino ainsi que le travail en interne des *Social Editors*, des gestionnaires de pages et les outils mis en place par la RTBF (tels que la charte *fair play*) tendent à réduire fortement les risques de présence de commentaires problématiques sur certaines pages de réseaux sociaux, tout en ne permettant pas leur absence totale.

Le Collège salue que les mesures supplémentaires mises en place par l'éditeur soient devenues pérennes et que la modération s'adapte, en incluant les développements des contenus de l'éditeur sur de nouvelles plateformes. Il invite l'éditeur à maintenir ses efforts dans ce sens.

²⁸ En 2022, 4.861.444 commentaires ont été reçus par Netino, sur l'ensemble des flux RTBF.

²⁹ Les commentaires sont cachés lorsqu'ils sont considérés comme hors propos ou s'ils contiennent des propos insultants, soit à l'égard de la RTBF, soit à l'égard de tiers.

³⁰ Les commentaires sont supprimés lorsqu'ils contiennent des propos « diffamatoires, haineux, racistes ou incitant à la violence ».

ÉGALITÉ ET DIVERSITÉ

CONTEXTE

L'article 63 du contrat de gestion de la RTBF stipule que « *la RTBF veille à l'absence de toute discrimination dans sa gestion des ressources humaines et met en œuvre un plan relatif à la diversité au sein de son personnel, basé sur le concept de diversité inclusive et relatif également à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein, tant pour le recrutement que pour la gestion de carrière, notamment afin d'augmenter progressivement le nombre de femmes dans les fonctions de responsabilité et managériales ainsi que dans les fonctions à forte visibilité* ».

Plus particulièrement, le contrat de gestion définit quatre axes s'agissant de l'égalité et de la diversité :

- mettre en œuvre un plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel ;
- désigner un référent interne chargé de l'égalité hommes-femmes et de la diversité ;
- adopter la Charte de l'UER sur l'égalité des chances ;
- soutenir toute initiative visant à renforcer pratiquement la diversité inclusive dans ses services audiovisuels et inciter son personnel en ce sens.

Il prévoit également que le plan relatif à la diversité et à l'égalité des femmes et des hommes fasse l'objet d'une évaluation annuelle.

Une personne référente en charge de l'égalité des chances ayant été désignée en 2012 et la Charte de l'UER sur l'égalité des chances ayant été adoptée en 2013, cette fiche présente les actions de la RTBF relatives aux deux autres axes prévus par le contrat de gestion : la mise en œuvre du plan de promotion de l'égalité, élargi par l'éditeur aux questions de diversité, et les autres initiatives visant à renforcer la diversité inclusive. La fiche propose également une analyse de la répartition femmes-hommes au sein du personnel de l'éditeur.

BILAN

MISE EN ŒUVRE DU PLAN EGALITE-DIVERSITE

Pour l'exercice 2022, la RTBF déclare avoir mis en œuvre le Plan Egalité-diversité 2022-2027, ainsi que le plan d'action 2022. L'éditeur communique ses actions sur trois des quatre volets énoncés par le contrat de gestion concernant le plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, en l'occurrence : l'identification des talents, la formation et la sensibilisation, ainsi que la promotion de l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle³¹.

³¹ Le dernier axe, la désignation d'un chargé de l'égalité des chances, ayant déjà été réalisé lors des exercices précédents.

1) L'identification des talents

L'éditeur commence par expliquer que, le turn-over étant très faible à la RTBF (taux de départ volontaire des CDI de 0,79 %), la marge de manœuvre pour faire évoluer les chiffres au niveau de l'entreprise est assez limitée. En outre, l'éditeur note que 30 % des fonctions pourvues sont liées à des métiers des Technologies, de la Production et des Facilités pour lesquels la RTBF reçoit plus rarement des candidatures féminines (46 % en 2021).

L'éditeur précise porter une attention particulière à la composition des jurys de sélection (300 membres) composés de 60 % de femmes et 40 % d'hommes en 2022. Il détaille par ailleurs que 21 % des jurys sont constitués majoritairement d'hommes, 48 % des jurys sont constitués majoritairement de femmes et 31 % des jurys présentent une parité femmes-hommes.

Ensuite, la RTBF spécifie les axes de sa politique RH en matière de mobilité et recrutements :

- utilisation de l'écriture inclusive dans les annonces ;
- pluralité des canaux et réseaux de diffusion de ces annonces ;
- participation à des « jobs days » pour attirer de jeunes talents ;
- établissement de grilles de sélection par poste visant à assurer la non-discrimination ;
- usage d'un guide de l'entretien avec un canevas de questions afin de renforcer l'objectivité du processus.

L'éditeur déclare également avoir poursuivi ses actions en matière de stages : 253 stagiaires accueilli.e.s, partenariat avec le SFPME, EFP, signature d'une convention de partenariat avec l'IFAPME. C'est 28 de plus qu'en 2021.

La RTBF a également maintenu son partenariat avec Diversicom afin de favoriser le recrutement de personnes porteuses d'un handicap. Elle déclare d'ailleurs avoir accueilli en 2022 une première personne via une convention d'adaptation professionnelle.

Enfin, la RTBF indique avoir poursuivi la mise en œuvre du plan d'action Diversité au sein de la Direction des Technologies, visant à conscientiser le management quant à la présence réduite de femmes au sein de cette Direction et à mettre en place des actions concrètes pour amener les femmes vers les métiers techniques. Dans ce cadre, en 2022, le top management de la Direction des Technologies a reçu une formation aux biais inconscients, afin de le sensibiliser aux questions d'égalité et de diversité. Par ailleurs, le projet « Success Story – Portraits de femmes des technologies » a été lancé : 9 capsules vidéo mettant en valeur des femmes travaillant dans les technologies sont ainsi en préparation, dans le but d'inciter les jeunes filles à s'intéresser à ces métiers. L'éditeur précise que ces portraits seront diffusés lors de la journée des droits des femmes du 8 mars et le 22 avril 2023, lors de la journée européenne des filles et des femmes dans le domaine des TIC.

2) La formation du personnel et la sensibilisation

L'éditeur déclare que 1387 membres du personnel ont suivi au moins une formation en 2022. 59 % des participant.e.s étaient des hommes et 41 % étaient des femmes (contre 45% en 2021).

Parmi les formations organisées, le programme de formation managériale a rassemblé 16 personnes en 2022 (et 48 personnes en tout depuis son lancement en 2020). Ce programme inclut notamment le module sur les biais inconscients visant à sensibiliser le management aux stéréotypes qui biaisent l'analyse et la compréhension de l'autre (déjà mentionné précédemment).

Pour l'exercice 2022, l'éditeur mentionne également différents ateliers de sensibilisation aux questions d'égalité et de diversité :

- un « Midi de la Diversité » sur la représentation des personnes afro-descendantes ;
- des ateliers qui accompagnent les baromètres de la diversité dans les contenus réalisés en interne, en vue d'améliorer la culture d'entreprise inclusive et les représentations proposées dans les contenus ;
- des ateliers sur le traitement des violences liées au genre dans les documentaires ;
- des formations visant à « Appliquer la diversité inclusive ».

Au total, la RTBF déclare qu'une centaine de personnes ont été formées et sensibilisées aux questions d'égalité et de diversité au travers de ces ateliers.

L'éditeur a également travaillé à l'élaboration de sessions de sensibilisation et de formation aux différentes techniques d'écriture inclusive et, via deux groupes de travail pilotes, à la préparation d'un projet de charte sur l'écriture inclusive.

3) L'équilibre vie privée/vie professionnelle

En matière d'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée, l'éditeur fait état de différentes actions organisées autour de trois axes : le travail à distance, les congés et la politique de soutien au personnel.

En juin 2022, la direction et les organisations syndicales se sont accordées pour élargir le nombre de personnes pouvant faire du télétravail (maintenant autorisé aussi pour les personnes à horaires non constants) et valoriser toutes les heures prestées en télétravail (et non plus seulement 7h36).

Depuis 2022, le congé parental peut être pris de manière plus flexible, notamment à hauteur d'1/10 temps, tant pour les contractuels que pour les statutaires. L'exigence d'ancienneté pour pouvoir en bénéficier n'est plus que d'un an (au lieu de deux). En outre, pour ne pas sanctionner les parents qui prennent certains congés, leur ancienneté est, depuis 2022, valorisée lors de leur interruption de carrière pour soins palliatifs, soins d'un membre de la famille gravement malade ou lors d'un congé parental.

Enfin, la RTBF déclare avoir poursuivi sa politique de soutien aux parents via la crèche *Babymédia*, inaugurée officiellement en 2022, et via l'ASBL *Œuvres sociales* de la RTBF.

DONNEES CHIFFREES SUR LE PERSONNEL ET SON EVOLUTION

Ensemble du personnel de la RTBF

S'agissant du plan de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein du personnel, l'éditeur fait parvenir des données chiffrées sur l'évolution 2016-2022 de la proportion de femmes au sein du personnel de la RTBF ; du Comité de direction et des N-1/N-2 d'un membre du Comité de Direction ; des recrutements et des personnes bénéficiant d'une formation.

- La répartition du personnel de l'éditeur par genre apparaît assez stable, avec 37,97% des femmes en 2022 pour 37,49% en 2021.
- Concernant la proportion de femmes dans les fonctions managériales, l'éditeur agrège les données et déclare que les membres du Comité de direction et les N-1/N-2 d'un membre du

Comité de direction sont à 38,62 % de femmes en 2022, ce qui est sensiblement équivalent à l'exercice précédent (38,57 % en 2021).

- Les femmes représentent 41% des membres du personnel ayant bénéficiés de formations durant l'année 2022, une proportion en baisse par rapport à 2021 (45%).
- Enfin, en 2020, les recrutements étaient composés à 47% de femmes, en 2021, à 45% et en 2022, à 40%. La proportion de femmes dans les recrutements continue donc sa diminution en passant de 45% (2021) à 40% (2022).

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Personnel RTBF	38,24%	38,97%	38,87%	39,21%	38,72%	37,49%	37,97%
Comité de Direction, N-1 et N-2 d'un membre du Comité de Direction	33,77%	34,84%	39,29%	42,28%	41,43%	38,57%	38,62%
Formations	44%	44%	44%	43%	43%	45%	41%
Recrutements	54%	51%	53%	48%	47%	45%	40%

Source : RTBF, Rapport annuel CSA ex. 2022, p.103.

Données complémentaires concernant la répartition hommes/femmes

Comme pour l'exercice 2021, l'éditeur a fourni des données supplémentaires qui permettent d'approfondir la question de la distribution de ses effectifs par genre (données au 31/12/2022, en headcount)³². Ces données permettent en effet de mieux saisir les trajectoires professionnelles des hommes et des femmes, l'accès aux métiers et à la hiérarchie :

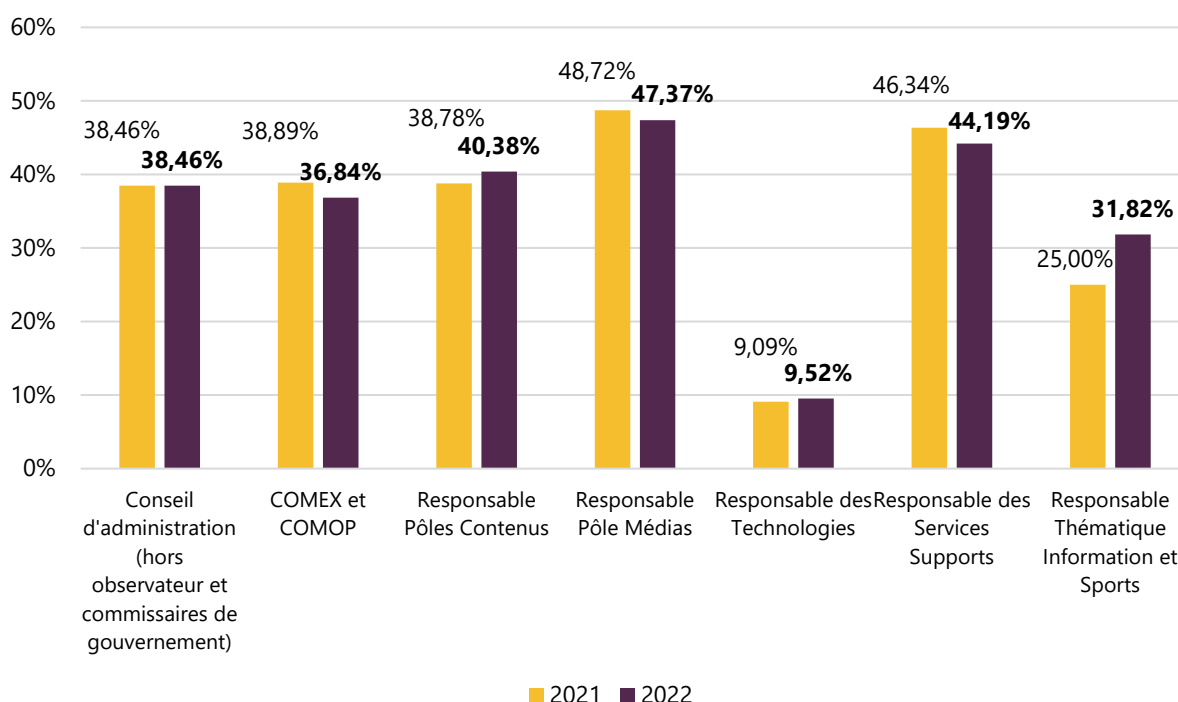
- répartition hommes-femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure ;
- répartition hommes-femmes au sein des différents Pôles et Directions ;
- répartition hommes-femmes par types de contrat ;
- répartition hommes-femmes par taux d'occupation.

S'agissant de l'accès à la hiérarchie, l'éditeur fournit des données concernant la répartition hommes-femmes de tous les mandataires et assimilés au sein de la structure, par pôle/direction.

Afin d'établir une comparaison entre l'exercice 2021 et l'exercice 2022 en matière de représentation des femmes au sein des différentes instances, nous avons représenté dans le graphique suivant la proportion de femmes en 2021 et en 2022 pour chacune des instances.

³² Rapport annuel CSA ex. 2022.

Représentation des femmes au sein des différentes instances de direction de la RTBF en 2021 et 2022



Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2022, p.103.

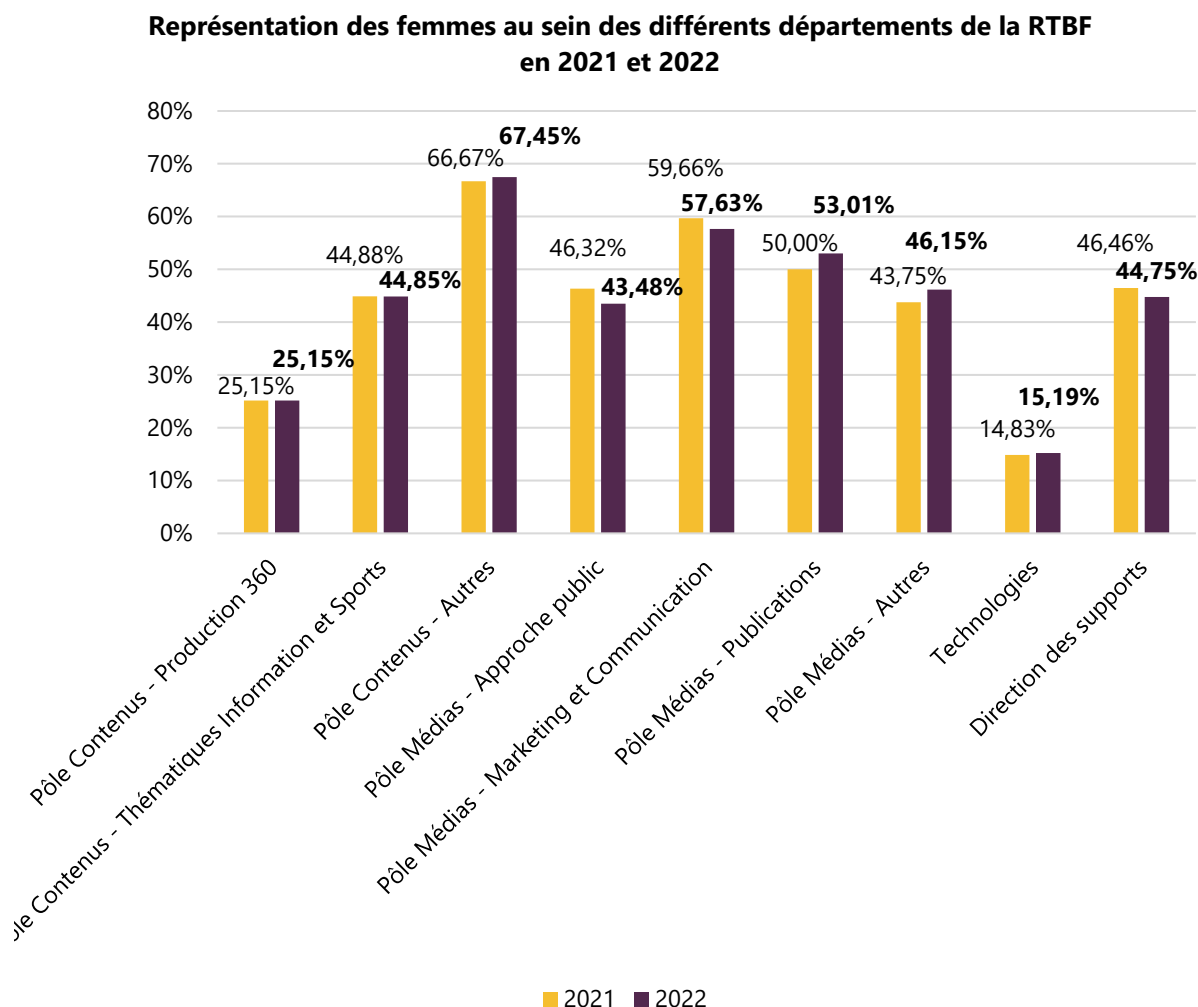
Au sein du Conseil d'administration de la RTBF, il y a 5 femmes pour 8 hommes, soit **38,46 %** de femmes (hors observateurs et commissaires du gouvernement). La représentation des femmes au sein du conseil d'administration reste donc identique entre 2021 et 2022. Dans le COMEX-COMOP (Comité exécutif et Comité opérationnel), on relève 7 femmes pour 12 hommes, soit 36,84 %. En 2021, on recensait 7 femmes pour 11 hommes, soit 38,89 % de femmes. On observe donc une légère diminution de la proportion de femmes entre 2021 et 2022 (-2,05 %).

En 2022, parmi les responsables du Pôle contenus, il y a 21 femmes et 31 hommes, soit 40,38 % de femmes (une augmentation de 1,6 % par rapport à 2021) et au sein du Pôle médias, il y a 18 femmes et 20 hommes soit 47,37% de femmes (une légère diminution de 1,35%). Comme lors de l'exercice précédent, c'est au sein des responsables des Technologies qu'il y a le moins de femmes : 2 femmes pour 19 hommes, soit 9,52 % de femmes (en légère augmentation en termes de pourcentage, mais le nombre de femmes reste identique à 2021). Parmi les responsables Services Supports, il y a 19 femmes et 24 hommes, soit 44,19 % de femmes (en légère diminution par rapport à 2021, où les femmes représentaient 46,34 % de l'effectif). Enfin, parmi les responsables Thématiques Information et Sports, il y a 7 femmes et 15 hommes, soit 31,82% de femmes (une augmentation de 6,82 %).

Ainsi, la proportion de femmes au sein de tous les mandataires et assimilés dans la structure hiérarchique varie de 9,52 % à 47,37 %, avec une moyenne (hors Conseil d'administration) de **37,95 %**.

S'agissant de l'accès aux métiers, l'éditeur fournit des données « par départements où les noms permettent de comprendre le type de métiers qui sont compris dans ces départements ». Le graphique

ci-dessous présente dès lors la proportion de femmes au sein des différents Pôles et Directions de la RTBF en 2021 et 2022.



Source : RTBF, Rapport annuel CSA, ex. 2022, p.104.

Examinons d'abord la répartition femmes-hommes dans les quatre pôles qui recensent le volume de personnel le plus important :

- Le pôle « Contenus – Production 360 » est celui qui recense le volume le plus important de personnel (501 personnes sur 1912). On y retrouve 25,15 % de femmes (126/501) et 74,85 % d'hommes (375/501). Il s'agit des mêmes proportions qu'en 2021.
- Il est suivi en termes de volume de personnel par le pôle « Contenus – Thématique Information et Sports » (379 personnes sur 1912) : on y recense **44,85 % de femmes** et 55,15 % d'hommes. Ces proportions sont équivalentes à celles de 2021 (44,88 % de femmes pour 55,12 % d'hommes).
- Puis, on retrouve le pôle « Technologies » (316 personnes sur 1912). La proportion de femmes y est de **15,19 %** (48/316). C'est une légère augmentation par rapport à 2021 (14,83 %).
- Enfin, la quatrième entité en termes de volume de personnel est la « Direction de supports (Administration Générale, RH, Finances, Facilités) » (257 personnes sur 1912). On y recense

44,75 % de femmes (115/257) et 55,25 % d'hommes (142/257). La proportion de femmes a connu une légère baisse par rapport à 2021 (-1,71 %). En effet, elle était de 46,46 % en 2021.

Examinons maintenant les autres pôles :

- Dans le pôle « Contenus – Autres », on recense la proportion la plus élevée de femmes : **67,45 % de femmes** (143/212) et 32,55 % d'hommes (69/212). La proportion de femmes dans ce pôle s'avère assez stable (+0,78 %) entre 2021 et 2022.
- Les femmes sont également plus nombreuses que les hommes dans le pôle « Média – marketing et communication » : il y a **57,63 % de femmes** (34/59) et 42,37 % d'hommes (25/59). On note toutefois une diminution de la proportion de femmes au sein de ce service (-2,03 %).
- Le pôle « Médias et Approche public » est composé de **43,48 % de femmes** (40/92) et 56,52 % des hommes (52/92). La proportion de femmes au sein de ce pôle a diminué de 2,84 % entre 2021 et 2022. En effet, la proportion de femmes dans ce pôle était de 46,32 % en 2020.
- Le pôle « Médias – publications (apps, RSN, site...) » est composé quant à lui de **53,01 % de femmes** (44/83) et 46,99 % d'hommes (39/83). La proportion de femmes au sein de ce pôle a augmenté de 3,01 % entre 2021 et 2022. En effet, la proportion de femmes au sein de ce pôle était de 50 % en 2021.
- Enfin, le pôle « Médias – Autres », qui avait préalablement connu une réduction considérable de son effectif (réduction de plus de 2/3 de son effectif, passant de 68 personnes en 2019 à 20 personnes en 2020) ne compte plus que 13 en 2021 (contre 16 en 2021). Il recense **46,15 % de femmes** (6/13) et 53,85 % d'hommes (7/13). La proportion de femmes a augmenté entre 2021 et 2022 (+ 2,4 %).

En résumé : la proportion de femmes est supérieure à celle d'hommes au sein de trois pôles : « Contenus – Autres » (67,45 % de femmes), « Médias – Marketing – Communication » (57,63 %) et « Médias – publications » (53,01 %). Les deux pôles qui recensent le moins de femmes sont ceux relatifs aux « Contenus – Production 360 » (25,15 %) et « Technologies » (15,19 %).

S'agissant de la trajectoire professionnelle des femmes et des hommes, l'éditeur fournit des données concernant la répartition hommes-femmes par type de contrat, d'une part, et par taux d'occupation horaire, d'autre part.

Répartition Hommes/Femmes par types de contrats au 31/12/2022 (en headcount)						
Ressources humaines (membres du personnel) de la RTBF						
Types de contrats	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Statutaires	189	36,07%	335	63,93%	524	100,00%
CDI	499	38,21%	807	61,79%	1306	100,00%
CDD	11	42,31%	15	57,69%	26	100,00%
Autre (Contrat de Remplacement)	27	48,21%	29	51,79%	56	100,00%

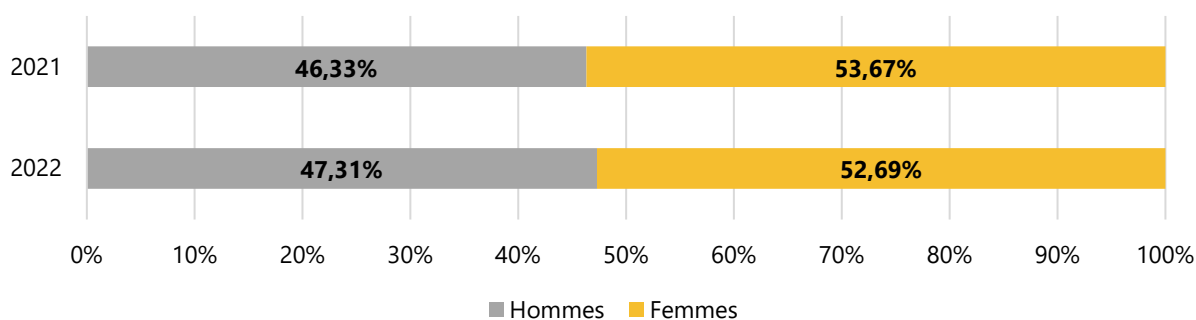
Total	726	37,97%	1186	62,03%	1912	100,00%
Autres						
Types de contrats	Femmes		Hommes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
<u>Indépendants - information non disponible</u>	-	-	-	-	-	-
Intérimaires	365	49,32%	375	50,68%	740	100,00%

Rapport annuel CSA, ex. 2022.

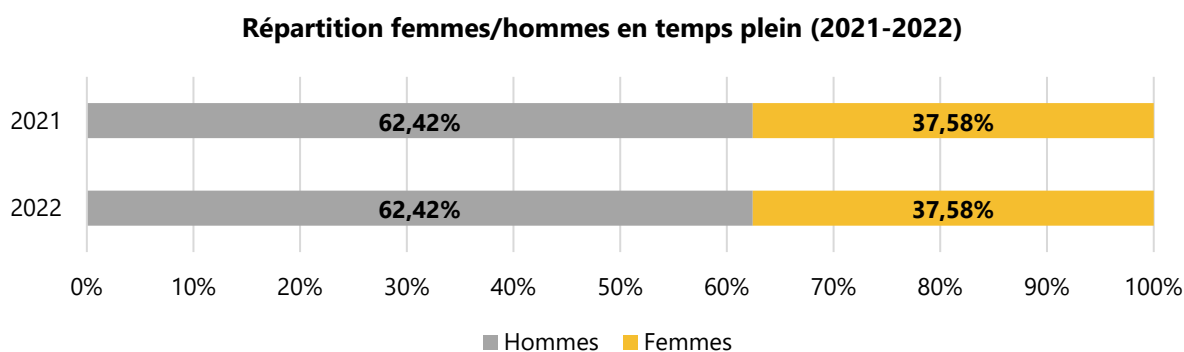
On relève que sur les 1912 membres du personnel de la RTBF, il y a 1306 personnes en CDI. Parmi elles, on recense 38,21 % de femmes (499/1912) et 61,79 % d'hommes (807/1912). Au sein des 524 statutaires, la proportion de femmes est légèrement plus faible, on compte 36,07 % de femmes (189/524) et 63,93 % (335/524) d'hommes. On relève en outre 26 CDD et 56 contrats de remplacement qui comprennent respectivement 42,31 % et 48,21 % de femmes.

Enfin, l'éditeur fournit également des données chiffrées sur les intérimaires. Ceux.celles-ci sont au nombre de 740 personnes, soit une diminution depuis 2021 (1061). Ces intérimaires se répartissent de la manière suivante : 49,32 % de femmes (365/740) et 50,68 % d'hommes (375/740). L'éditeur ne fait pas mention du nombre d'indépendant.e.s.

Répartition femmes/hommes en temps partiel (2021-2022)



Rapports annuels CSA, ex. 2021 et ex. 2022.



Rapports annuels CSA, ex. 2021 et ex. 2022.

Du point de vue des taux d'occupation horaire, l'éditeur déclare que son personnel est composé de 1726 temps pleins et de 186 temps partiels. On relève que le taux d'occupation des hommes et des femmes diffère, ces dernières étant moins nombreuses parmi les effectifs à temps plein et plus nombreuses parmi les effectifs à temps partiel. En effet, sur les 1726 personnes à temps plein, on recense 37,58 % de femmes (628/1726) et 62,42 % d'hommes (1098/1726). En revanche, sur les 186 personnes à temps partiel, on observe 52,69 % de femmes (98/186) et 47,31 % d'hommes (88/186).

EVALUATION ANNUELLE DU PLAN RELATIF A LA DIVERSITE AU SEIN DU PERSONNEL ET A L'EGALITE HOMMES-FEMMES

S'agissant de l'exercice 2022, l'éditeur déclare que le plan Egalité-diversité 2022-2027 et le plan d'actions 2022 ont été approuvés par le Conseil d'Administration de la RTBF en mai 2022. Un état des lieux de suivi a été présenté en décembre 2022 au COMEX. La RTBF indique que l'évaluation annuelle sera présentée en COMEX et CA en mars 2023.

AUTRES ACTIONS RELATIVES A L'EGALITE ET A LA DIVERSITE

La RTBF déclare, pour l'exercice 2022, les initiatives suivantes :

- Présentation, en octobre 2022, d'une brochure sur le traitement médiatique des personnes LGBTQIA+ réalisée à la suite d'un « Midi de la diversité » organisé en 2021. Cette brochure est disponible gratuitement pour tous les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles.
- Poursuite des Médias coaching et focus sur les expertes afin de changer les rôles modèles présentés et de susciter les vocations. Cette année, l'éditeur a formé 30 femmes expertes sur trois sessions organisées avec Women in Finance et Unia. Ces formations comprennent une formation théorique sur les attentes des médias, un exercice de prise de parole devant la caméra et un volet réseaux sociaux.
- Poursuite des actions mises en place par les Grenades : focus sur les STEM (Science, Technology, Engineering et Mathematics) en visibilisant les femmes du secteur tout au long de l'année, seconde édition du prix littéraire Grenades (en collaboration avec la SCAM), enregistrement de podcasts, différents partenariats noués avec la société civile et marrainage de plusieurs festivals.

- Poursuite de l'engagement au sein de l'UER : l'éditeur indique la création d'une nouvelle coproduction documentaire avec 4 partenaires européens autour des femmes qui exercent dans le domaine des STEM.
- Outils de mesure de la diversité dans les contenus : la RTBF déclare travailler au développement d'un outil intégré de suivi de la diversité dans ses contenus. En attendant, elle poursuit le comptage manuel de la diversité dans les thématiques contenus et l'information, en s'inspirant de la méthodologie du projet 50:50 de la BBC. Elle poursuit également ses collaborations avec Auxipress, qui lui fournit des baromètres trimestriels, et avec Depthen, pour mesurer la présence de la diversité dans les images sur le site de la RTBF.
- L'éditeur indique avoir élaboré une charte à destination de tous les producteur.rice.s de flux et de stock, en interne comme en externe, pour favoriser l'égalité et l'inclusion dans les contenus.

AVIS

Le Collège d'autorisation et de contrôle constate que les obligations de l'éditeur en matière d'égalité et de diversité sont rencontrées.

Il invite toutefois l'éditeur :

- À poursuivre la tenue annuelle de statistiques visant à dresser un état des lieux de la répartition hommes/femmes dans les ressources humaines et à en évaluer les évolutions. Sur ce point, l'indicateur 59 du nouveau contrat de gestion précise que la RTBF devra fournir, dans le cadre du prochain contrôle, des données chiffrées sur : « l'évolution de la proportion d'hommes et de femmes au sein du personnel, entre autres ventilées par service, type de contrat, taux d'occupation ; l'évolution de la proportion d'hommes et de femmes au sein des postes de management ; l'évolution de la diversité au sein de l'entreprise ; des données quantitatives et qualitatives sur la gestion des talents et des carrières ; un monitoring des politiques salariales F/H ; les mesures correctrices permettant de diminuer les éventuelles inégalités » ;
- À se fixer des objectifs précis, quantitatifs et/ou qualitatifs, en matière d'égalité de genre et de diversité à l'antenne et dans les ressources humaines, comme le prévoient les indicateurs 1 et 59 du nouveau contrat de gestion ;
- À poursuivre le comptage systématique des femmes et des hommes en tant qu'invité.e.s et expert.e.s, au sein de ses programmes et à communiquer au CSA les résultats de ses monitorings. À cet égard, le nouveau contrat de gestion stipule que l'éditeur doit « [t]endre à 45% de représentativité des femmes d'ici 2025 et une parité 50/50 femmes-hommes en 2027 dans les programmes et contenus d'information, au niveau de la présentation et des personnes interviewées ou invitées par la RTBF » (indicateur 3), avec une attention particulière « aux expertes » (point 3). En outre, des « outils de mesure propres » devront être mis en œuvre (point 3).

SOUTIEN À LA PRODUCTION

PRODUCTION AUDIOVISUELLE DANS SON ENSEMBLE

CONTEXTE

L'article 12 du contrat de gestion prévoit que la RTBF développe des partenariats étroits avec le secteur de la production audiovisuelle dans son ensemble, en FWB, dans les Etats membres de l'Union européenne et dans les pays de la francophonie. Cette activité relève de la mission de service public de l'éditeur visant à soutenir et promouvoir la création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles.

L'éditeur s'engage à mener des stratégies de financement coordonnées en vue de développer des industries de production d'œuvres audiovisuelles belges francophones avec le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la FWB ainsi qu'avec toute institution publique intéressée.

À ce titre, la RTBF mène une politique de contrats cadres ou ponctuels avec l'ensemble des acteurs de la production audiovisuelle et notamment avec des producteurs audiovisuels indépendants.

Cette politique de partenariats avec les producteurs audiovisuels en FWB peut prendre la forme, notamment :

- d'une « co-entreprise » associant la RTBF et des producteurs audiovisuels indépendants³³ en mutualisant la recherche et le développement de nouveaux concepts et formats de programmes ainsi que les outils de production et les moyens techniques et humains ;
- de contrats de coproduction ;
- d'achats ou préachats de droits de diffusion ;
- d'achats de formats ou concepts audiovisuels ;
- d'achats de droits d'auteur ou de droits voisins auprès des sociétés de gestion collectives ou de droits individuels ;
- de commandes de programmes ou séquences ;
- de sous-traitance technique de production ou de post-production.

INVESTISSEMENTS

L'éditeur investit minimum 8% de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échanges promotionnels, avec un minimum de 30 millions d'euros par an, dans des contrats auprès de contractants dont, selon le cas, le domicile ou la résidence, le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en Belgique.

³³ Dont, selon le cas, le domicile ou la résidence, le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en région de langue française ou dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

BILAN

La RTBF déclare qu'elle applique pour chaque projet une convention-type de coproduction³⁴. Ce contrat est issu de négociations sectorielles menées dans le cadre de la mise en place du Fonds spécial et dont la dernière actualisation date de 2011.

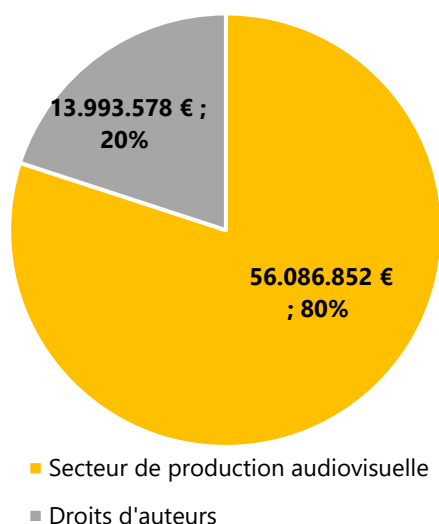
Montants investis

Pour 2022, le montant de l'obligation s'élève à 31,7M € (396.010.509€ X 8%)

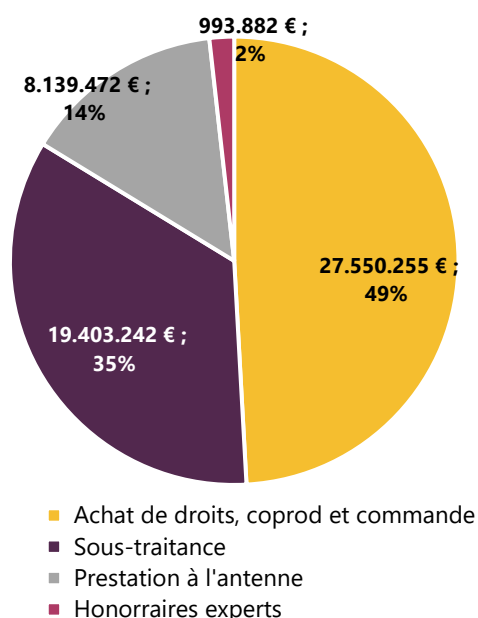
En 2022, la RTBF a investi 70.080.430 €, dépassant largement l'obligation.

Les montants d'investissement sont répartis de manière suivante :

Répartition du montant global investi en 2022 : secteur de production audiovisuelle et droits d'auteurs (en €)



Répartition du montant investi dans le secteur de la production audiovisuelle



La figure de droite détaille les montants investis dans le secteur de la production audiovisuelle : la catégorie « achat de droits, coproduction et commande de programmes » représente 49% et comprend les contrats de coproduction, d'achats ou préachats de droits de diffusion³⁵. La catégorie « sous-traitance » concerne la sous-traitance technique de production et de post-production. Sont donc reprises dans cette catégorie toutes les sociétés de production avec lesquelles la RTBF travaille lors d'une sous-traitance d'activités pour produire des séquences ou des programmes (notamment : les techniciens son, les réalisateurs, les graphistes). La catégorie « prestations à l'antenne » regroupe les achats de

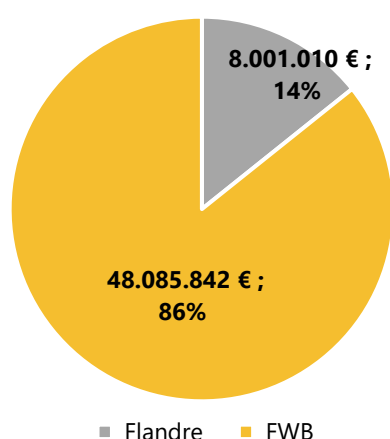
³⁴ La convention-type de coproduction signée en date du 19 décembre 2011 à l'issue des négociations entre les associations professionnelles, la RTBF et le Ministère de la Communauté française de Belgique.

³⁵ Hors droits sportifs.

formats ou concepts audiovisuels ainsi que les commandes de séquences. Quant au poste « honoraires experts et autres », il reprend les honoraires d'experts tels que des consultants ou des gestionnaires de programmes.

La catégorie des droits d'auteur reprend l'ensemble des achats des droits d'auteur ou de droits voisins auprès des sociétés de gestion collective (SABAM/SACD/SCAM/SOFAM/SIMIM/Imagia) ou auprès de titulaires de droits individuels ainsi que les droits de photographes. Ce montant couvre les factures et provisions pour tous les médias de l'éditeur en 2022. Cette catégorie représente près de 20% du montant global investi. La proportion de l'investissement alloué à cette catégorie, revenant entre autres aux artistes, dialoguistes, scénaristes etc. est significative.

Répartition du montant investi dans le secteur de la production audiovisuelle entre la Flandre et la Fédération Wallonie-Bruxelles



L'investissement minimal de l'article 12.3 du Contrat de gestion concerne des contrats auprès de contractants belges. Pour la catégorie « secteur de production audiovisuelle », 86% du montant a été investi par l'éditeur en Fédération Wallonie-Bruxelles et 14% en Flandre.

AVIS

En 2022, la RTBF a investi 70.080.430 € dans l'ensemble du secteur audiovisuel et notamment avec des producteurs audiovisuels indépendants des éditeurs de services de média audiovisuel sonore et télévisuel, dépassant largement son obligation.

SOUTIEN A LA PRODUCTION INDÉPENDANTE

La RTBF est un partenaire indispensable du développement du secteur de la production audiovisuelle indépendante en FWB. Le contrat de gestion prévoit plusieurs obligations et incitants de soutien en ce sens :

1. L'éditeur doit investir un montant annuel dans des contrats passés avec des producteurs audiovisuels indépendants ;
2. L'éditeur contribue à un « Fonds pour les séries belges » dont les appels à projets successifs dynamisent la production de séries grand public en Belgique francophone ;
3. L'éditeur investit, via un « Fonds spécial », dans des œuvres audiovisuelles de créations coproduites avec des producteurs indépendants.

CONTEXTE GLOBAL

En vertu de l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Chaque année, l'éditeur doit affecter minimum 2,5% du total de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échange promotionnel, avec un minimum de 8.000.000 € par an, à des contrats de coproduction avec des producteurs audiovisuels indépendants de la FWB dont le siège social, la succursale ou l'agence permanente est situé en région de langue française ou dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

Ces investissements peuvent prendre plusieurs formes : notamment des coproductions, (pré)achats de droits de diffusion, achats de formats télévisuels, commandes ou encore prestations techniques (services). Les contrats peuvent porter sur différents genres : téléfilms, longs métrages, documentaires, animations, courts métrages, séries et programmes de flux.

Le contrat de gestion prévoit une clé de répartition des investissements entre ces différents genres :

- Au moins 70% de l'engagement minimum doit être affecté à des « œuvres de stock », à savoir des longs et courts métrages (notamment d'animation), des téléfilms, des (web)documentaires et des (web)séries ;
- Au moins 20% de l'engagement minimum doit être affecté à des (web)documentaires ;
- Au moins 25% de l'engagement minimum doit être affecté à des séries belges francophones ;
- Maximum 30% de l'engagement minimum peut être affecté à des « programmes de flux » (magazines, *talk-shows*, divertissement).

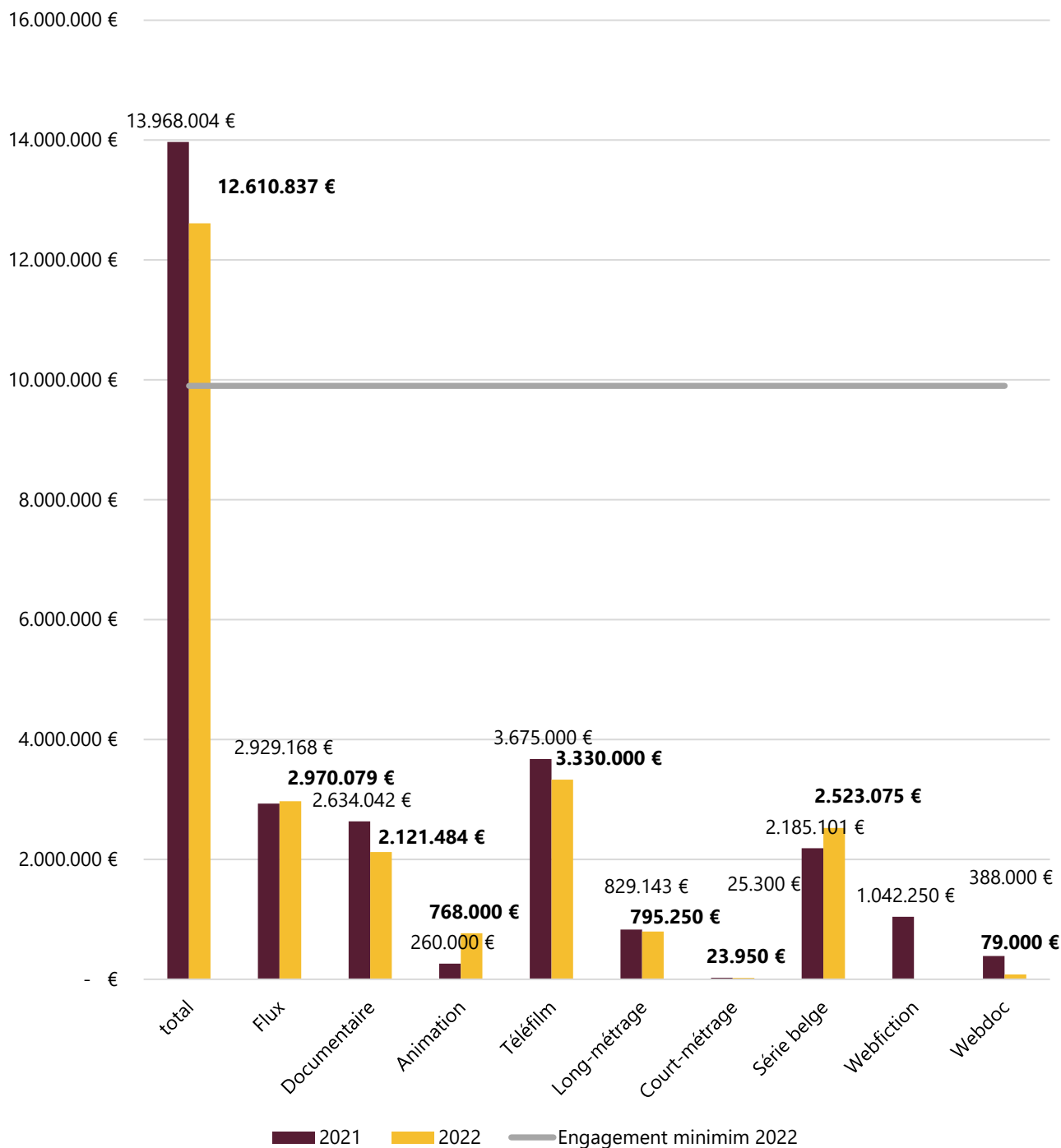
Le contrat de gestion impose enfin que 50% de l'investissement soit consacré à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires³⁶ ». La proportion passe à 66% pour les documentaires.

³⁶ Le caractère « majoritaire » est défini par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. L'objectif est de démontrer un ancrage belge dans la composition des équipes de production. Les critères varient légèrement en fonction du genre de production (court métrage, long métrage, animation etc.).

BILAN GLOBAL

Montants investis

Répartition des montants affectés à la production indépendante (2021 et 2022)



Pour 2022, le montant de l'obligation s'élève à 9.900.262€ (396 millions d'euros X 2,5%).

Le Collège constate que la RTBF a investi un montant total de **12.610.837 €** dans des contrats passés avec les producteurs indépendants, ce qui constitue une diminution de 10% par rapport à l'exercice précédent. Les genres « documentaires », « téléfilms », « séries belges », « animation », « courts métrages » et « émissions de flux » connaissent une évolution positive, alors que le montant des « longs métrages » baisse légèrement.

Pour l'exercice 2022, le Collège salue le dépassement significatif de l'obligation.

Détail de l'investissement :

- 3.330.000 € dans 68 projets de « téléfilms » ;
- 3.320.097 € dans 6 programmes de flux ;
- 2.121.484 € dans 61 projets de documentaires ;
- 79.000 € dans 1 projets de webdocumentaires ;
- 2.523.075 € de provision pour les séries belges : 20 projets soutenus en 2022 ;
- 795.250 € dans 35 projets de longs-métrages ;
- 768.000 € dans 14 projets d'animation ;
- 23.950 € dans 10 projets de courts-métrages.

Répartition des obligations

Répartition en pourcentage des montants affectés à la production indépendante (2022)

Récapitulatif des obligations 2022	Obligation	Réalisé	Pourcentage réalisé	Statut
Article 13 du contrat de gestion	9.900.262,7 €	12.610.837,5 €	127,3%	OK
dont min 50% cash	4.950.131,4 €			OK
dont min 50% coproductions majoritaires	4.950.131,4 €	7.458.900,4 €	75,3%	OK
dont min 70% programmes stockés	6.930.183,9 €	9.610.571,6 €	97,1%	OK
dont max 30% émissions de flux	2.970.078,8 €	2.970.078,8 €	30,0%	OK
dont min 20% documentaires	1.980.052,5 €	2.200.484,0 €	22,2%	OK
dont min 66% des documentaires majoritaires	1.306.834,7 €	1.727.484,0 €	87,2%	OK
dont min 25% séries belges	2.475.065,7 €	2.523.075,1 €	25,5%	OK

Comme l'illustre le tableau ci-dessus, la clé de répartition du montant minimum à investir telle que définie par le contrat de gestion est respectée en 2022 pour les catégories suivantes :

- Programmes de stock : 97,1% du montant de l'obligation (minimum 70%) ;
- Documentaires : 222% (minimum 20%) ;
- Programmes de flux : 30% (maximum 30%).

En ce qui concerne le Fonds séries, l'obligation est fixée à minimum 25%. La RTBF atteint cette proportion et la dépasse avec un investissement à hauteur de 25,2% de l'obligation pour l'exercice. L'obligation est donc rencontrée.

Œuvres majoritaires

Le contrat de gestion impose que 50% des investissements soient consacrés à des œuvres audiovisuelles dites « majoritaires ».

Par définition, les œuvres audiovisuelles concernent les formats dits « de stock » et excluent les formats « de flux », tels que les programmes de plateaux, le divertissement, les reportages et magazines d'information³⁷.

La qualification de « majoritaire » repose sur des critères pondérés³⁸ quant à la participation de professionnels de la Fédération Wallonie-Bruxelles (réalisateur, rôle principal ou secondaire important, scénariste, technicien-cadre) dans la production des œuvres.

Pourcentage d'investissements consacrés aux œuvres majoritaires, par genre

GENRE	Majoritaire (€)	Totale genre (€)	% Majoritaires
Emission de flux	2.970.079 €	2.970.079 €	100%
Documentaires	1.648.484 €	2.121.484 €	78%
Webdoc	79.000 €	79.000 €	100%
Animations	108.000 €	768.000 €	14%
Téléfilms		3.330.000 €	0%
Longs métrages	381.500 €	795.250 €	48%
Courts métrages	23.950 €	23.950 €	100%
Séries belges	1.574.466 €	1.604.653 €	100%
Séries belges hors fonds	918.422 €	918.422 €	100%
Œuvres majoritaires	9.411.252	12.610.837	75%

Partenariats avec les producteurs indépendants

Les investissements consentis en 2022 par la RTBF en vertu de l'article 13 de son contrat de gestion ont bénéficié à 215 projets audiovisuels, portés par 110 sociétés de productions différentes.

Ce nombre doit néanmoins être nuancé par le fait que l'implication financière de la RTBF dans ces collaborations peut être très variable, avec parfois des apports limités, comme pour les longs métrages.

Par rapport à l'exercice 2021, le nombre de producteurs indépendants soutenus a légèrement diminué (passant de 117 à 110 sociétés).

³⁷ Article 1.3-1., 22° du décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partage de vidéos.

³⁸ Les critères permettant de qualifier une œuvre comme telle sont énoncés par les annexes 2, 3, 4, 4/1, 4/2 et 4/3 de l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 29 mars 2012 (M.B., 8 mai 2012) ou par le Centre du cinéma et de l'audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

LE FONDS POUR LES SERIES BELGES

Contexte

Créé en 2013, le Fonds pour les séries belges concrétise le partenariat noué entre la FWB et la RTBF afin de développer le soutien au développement de séries belges francophones.

En vertu de l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF alimente ce Fonds séries à hauteur de 25% du montant qu'elle affecte à la production indépendante (voir supra).

Il est également alimenté annuellement par la Fédération Wallonie-Bruxelles :

- À hauteur de 545.998€ provenant du Fonds spécial dédié aux œuvres audiovisuelles de création (voir infra) ;
- À hauteur de 800.000€ complémentaires engagés sur le budget de la Fédération.

Les modalités de fonctionnement du Fonds et des appels à projets pour les séries font l'objet d'une convention conclue entre la RTBF et la FWB³⁹, qui prévoient également que toute institution ou société désireuse de s'associer aux objectifs du Fonds peut contribuer à son financement.

L'article 13.4.3 prévoit en outre que la RTBF diffuse au moins quatre séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires par an, à partir de 2020.

Bilan

Pour la première année depuis cinq ans, l'objectif de 25% d'engagement minimum est atteint. L'éditeur avait déjà fait part de ses ambitions quant à la complétion de cet engagement depuis plusieurs exercices mais l'a concrétisé pour la première fois en 2022, tout comme l'objectif de diffusion d'au moins quatre séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires. Le collège salue ce dépassement d'objectif et la politique menée par la RTBF dans la structuration et le développement du marché des séries en FWB.

Le déploiement des séries belges montre positivement ses effets. Dans le cadre d'un dialogue ouvert et constructif avec le CSA, et dans la volonté de poursuivre le soutien à de nouveaux talents, la RTBF a pu à la fois intégrer une partie des montants non-engagés des exercices précédents et structurer aussi une politique ambitieuse nécessaire à remplir les nouvelles obligations du contrat de gestion 23-27. Telle que partagée avec le CSA ces derniers mois, celle-ci s'articule autour de séries de 52', de séries de 26' et de séries de formats courts d'humour.

En 2022, le comité de sélection a retenu les projets suivants, en leur attribuant une promesse d'aide à l'écriture (phase 1), au développement (phase 2) ou à la production (phase 3).

Appels à projets 2022 – phase 1

- "Dommages critiques" d'Annabelle Perrichon (les films du carré)
- "6 jours" de Jean-François Viot (Look Productions)
- "Openfield » de Thomas Jungblut et Samuel Palladino (Kozak Films)

³⁹ http://gallilex.cfwb.be/document/pdf/39757_000.pdf

- "Antigone" de Camille Pierre et Pablo Guarise (Kozak Films)
- "8h10" de Myriam Leroy, Charlotte Bellière et Chloé Devicq (Kwassa films)

Projets en développement 2022 – phase 2

- « Talk-Talk » de Romain Renard et Olivier Tollet (Hélicotronc) ;
- « #Innocents » de Fred Muzzi, et Hisham Insaan (Iota Production) ;
- « Alma » de Fred Castadot et Maud Carpentier (Entre chien et loup) ;
- « Pays noir » d'Etienne Bloc, Christophe Beaujean, Camille Didion et Simon Delecrosse (Entre chien et loup) ;
- « Openfield » de Thomas Jungblut et Samuel Palladino (Kozak Films) ;
- « 8h10 » de Myriam Leroy, Charlotte Bellière, Chloé Devicq, Ariane Coquelet, Rachida Boukamher et Marie Delmas (Kwassa Films) ;
- « Ennemi public S03 » de Matthieu Frances et Gary Seghers (Entre chien et loup) ;
- « Baraki S02 » de Fred De Loof, Peter Ninane et Julien Vargas (koko arrose la culture).

Projets en production ou postproduction 2022 – phase 3

- « Fils de... » de Camille Pistone et Salim Talbi (AT PROD) ;
- « Pandore » d'Anne Coesens, Savina Dellicour et Vania Leturcq (Artémis Production) ;
- « Baraki S02 » de Fred De Loof, Peter Ninane et Julien Vargas (koko arrose la culture) ;
- « Ennemi public S03 » de Matthieu Frances et Gary Seghers (Entre chien et loup) ;
- « Des gens bien » de Stéphane Bergmans, Benjamin d'Aoust et Matthieu Donck (Hélicotronc).

Avis

Pour 2022, la RTBF déclare avoir consacré 25,5% (22,4 % en 2021) de son obligation d'investissement minimum, à savoir 2.523.075,1 €, aux séries belges, dont 1.604.653€ via le fond destiné au financement des séries belges. Le montant est en augmentation par rapport à 2021 et l'objectif de 25% porté par le contrat de gestion est atteint.

Au 31 décembre 2022, le montant provisionné par la RTBF pour le Fonds séries belges est de 5,75 millions d'euros.

De plus, les investissements dans les séries belges devraient augmenter dans les années futures, par les termes du contrat de gestion et par la volonté stratégique de la RTBF. Ensuite, il faut noter le désir de collaborer avec des acteurs de ce marché tel que Netflix, qui a acquis les droits de diffusion de la série « Baraki ».

L'éditeur rappelle son attachement à l'objectif de développement et de structuration du secteur de la production de séries en Fédération Wallonie-Bruxelles. Mais il précise que la création et la perpétuation de cette dynamique positive ne suit pas forcément la temporalité des exercices annuels. Ceci explique que la liquidation annuelle du montant prévu par le contrat de gestion, en ce qu'elle est centrée sur la production à proprement parler, n'ait pas suivi le rythme imposé.

D'après le rapport de la RTBF, les modalités et possibilités de financement des fictions belges restent toujours incertaines, et certainement depuis la modification par le Gouvernement du Fonds Séries qui

est désormais ouvert aux éditeurs privés, la RTBF restera donc vigilante à tout mettre en œuvre pour faire aboutir un maximum de ces projets initiés.

Dès lors, le Collège perçoit l'objectif de l'éditeur de faire évoluer positivement le soutien au secteur de la production indépendante FWB via le Fonds. Comme déjà dit précédemment, il salue le dépassement de son objectif d'investissement et la politique menée par la RTBF dans la structuration et le développement du marché des séries en FWB. Le collège espère que cet élan continuera à perdurer pour maintenir un secteur des séries belges francophones de qualité et capable de rayonner à l'international.

LE FONDS SPÉCIAL POUR LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES DE CRÉATION

Contexte

Le Fonds spécial est un crédit budgétaire géré par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA) destiné à stimuler la coproduction entre la RTBF et les producteurs indépendants. Depuis la création du Fonds séries en 2013, le budget global du Fonds spécial est exclusivement consacré aux longs métrages (développement et production), aux courts métrages ainsi qu'aux documentaires.

L'application de l'accord-cadre du 2 mars 1994 conclu entre le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF prévoit pour 2022 l'exercice d'un droit de tirage par la RTBF sur le Fonds spécial à hauteur de 1.368.681€⁴⁰.

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir, en parallèle, sur ses Fonds propres, un montant de minimum 1.483.219 €⁴¹ pour 2022.

Enfin, l'article 12.5 du contrat de gestion prévoit que la RTBF crédite annuellement ce Fonds spécial d'un quart des sommes dépassant le seuil de 25% des recettes nettes de publicité perçues, déduction faite de la T.V.A. et des commissions de régie publicitaire.

Bilan

Dans son bilan 2022, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel adopte la répartition détaillée ci-dessous du droit de tirage par la RTBF sur le Fonds spécial.

Répartition du droit de tirage sur le Fonds spécial

Types d'œuvres	Montant du droit de tirage (€)	Répartition du droit de tirage
Longs métrages	900.998 €	65,8%
Documentaires	427.683 €	31,2%
Courts métrages	40.000 €	2,9%
TOTAL	1.368.681€	100%

⁴⁰ Ce montant est égal à l'exercice 2021 (voir page 111 du rapport CCA 2022).

⁴¹ Ce montant est supérieur à l'obligation de 2021 (1.414.206€).

Dans son bilan 2022 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements⁴² consentis par l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 3.083.684 € pour 2022⁴³.

Avis

Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé dans le tableau ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.600.465 € par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994. Les recettes nettes de publicité représentant 9,4%⁴⁴ des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2022, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'impose donc pour 2022.

AVIS GLOBAL RELATIF AU SOUTIEN A LA PRODUCTION INDEPENDANTE

Le Collège constate que la RTBF a affecté un montant total de 12.610.837 €⁴⁵ à des contrats passés avec des producteurs indépendants en respectant les prérequis de la clé de répartition par genres. Le montant investi est en augmentation par rapport à l'exercice précédent. Le quota d'œuvres majoritaires est rencontré. Le Collège constate également l'utilisation conforme par la RTBF du Fonds spécial.

Le Collège constate que la RTBF rencontre et dépasse, sur l'exercice 2022, l'objectif d'investir 25% du montant minimal de son obligation dans les séries belges. En effet, elle a investi 2.523.075 € en série belge, ce qui représente 25,5% de son obligation. Le collège salue ce niveau d'investissement et encourage la RTBF à continuer à investir et structurer cet écosystème.

⁴² Investissements qui peuvent être de trois formes différentes : cash, services ou diffusion.

⁴³ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Bilan 2022 - Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles (p.114) ».

⁴⁴ Le seuil de contribution se situe à 25%.

⁴⁵ Conformément à l'article 12.4.1, b du contrat de gestion, plus de la moitié des budgets consacrés à la coproduction ont été affectés en numéraire (91,5%).

FINANCES

TRANSPARENCE ET INFORMATIONS FINANCIERES

CONTEXTE

La RTBF publie sur son site internet⁴⁶ les informations de transparence requises⁴⁷, en ce compris une synthèse de ses comptes annuels pour l'exercice écoulé.

Le CSA a pour mandat de monitorer et vérifier les clauses relatives à son contrat de gestion.

Comme prévu à l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur comprend notamment :

- Une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus des activités de la RTBF, distinguant ceux liés à l'exercice de ses missions de service public et ceux relevant de ses activités commerciales ;
- Un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public ;
- Une synthèse de l'évolution de la situation du personnel ;
- Le détail des dotations ordinaires, dotations spécifiques et subventions complémentaires⁴⁸ ;
- Un aperçu des rémunérations des membres du conseil d'administration, des directeurs généraux et de l'administrateur général.

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises⁴⁹ et contient les comptes et bilan pour l'exercice 2022 de ses filiales et des sociétés dans lesquelles elle détient une participation inférieure à 50%, ainsi que le rapport de gestion correspondant⁵⁰.

BILAN

Etat des lieux

Afin d'avoir une vue exhaustive des informations financières relatives à la RTBF, la présente fiche passe en revue les données générales, les postes de revenus et ceux des dépenses.

⁴⁶ <https://www.rtbef.be/entreprise/a-propos#la-rtbf-en-belgique>

⁴⁷ Conformément à l'article 6, § 1er, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels ainsi qu'à l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004 relatif à la transparence des éditeurs de services de radiodiffusion et à l'article 50, d), du contrat de gestion.

⁴⁸ En ce compris leur montant, leur provenance et leur affectation, et spécialement l'utilisation qui a été faite des subventions complémentaires, dont celles pour TV5 Monde.

⁴⁹ Voy. le Rapport annuel 2021 de la RTBF, pp. 125.

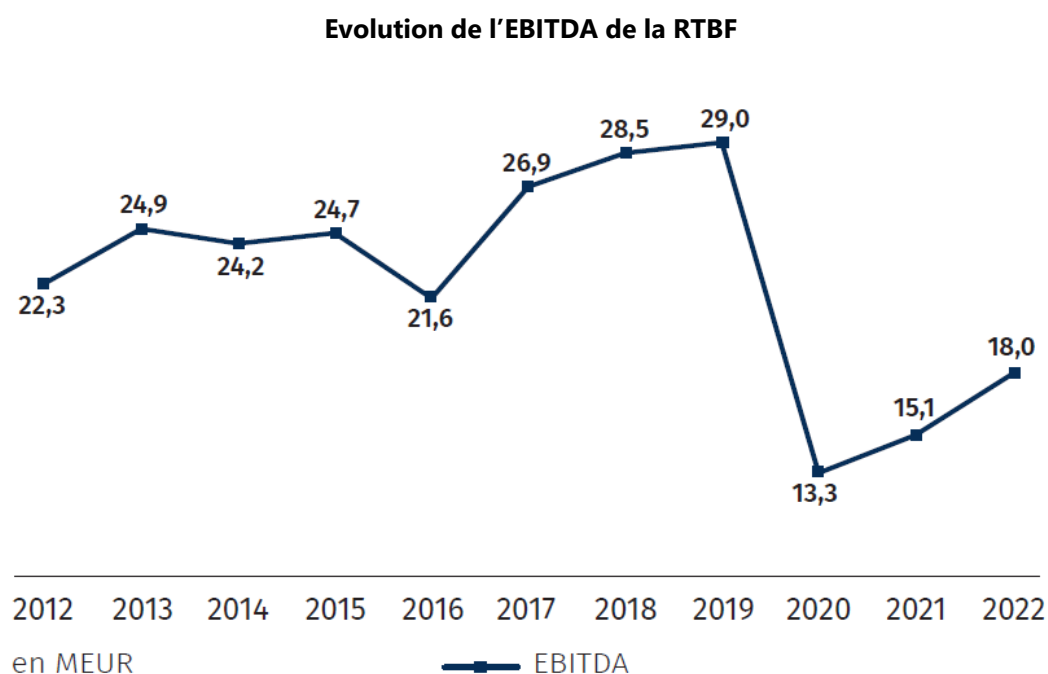
⁵⁰ Voy. article 80, al. 2, du contrat de gestion.

Données générales

Revenus d'exploitation

Une des données importantes à surveiller pour avoir une idée de la santé financière de la RTBF est l'évolution de son EBITDA (Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement). En 2022, les recettes d'exploitation de la RTBF, hors recettes d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à 442,7 millions d'euros, soit une hausse de 7,8% par rapport à 2021. Tandis que les charges d'exploitation, hors charges d'exploitation non-récurrentes, s'établissent à 433,2 millions d'euros, soit une augmentation de 6,7%.

Par conséquent, le résultat d'exploitation 2022 s'établit à 8,1 millions d'euros. L'EBITDA de la RTBF s'établit à 18 millions d'euros. Cet EBITDA est en augmentation depuis le dernier exercice. Cette amélioration est entre autres due à une augmentation de la dotation consentie à la RTBF. Ce résultat doit néanmoins être mis en perspective avec d'autres composantes financières, telles que son taux d'endettement, ses coûts, ...



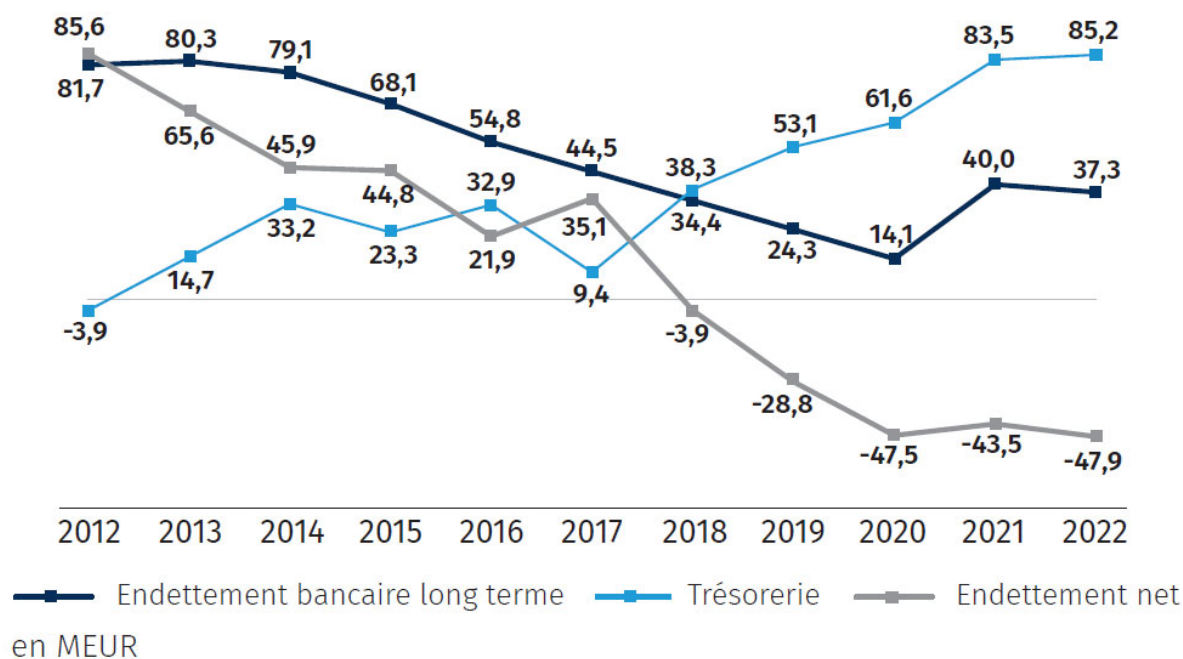
Source : Rapport RTBF 2022

Taux d'endettement

D'après le graphique ci-après, on peut aisément constater que l'endettement global de la RTBF a fortement augmenté lors de cet exercice alors que la RTBF était dans une tendance de désendettement ces dernières années. Cependant, la position de trésorerie a elle aussi augmenté ce qui a pour effet de maintenir son endettement net à un niveau soutenable. En 2022, l'endettement bancaire à long terme s'élève à 37,3 millions d'euros, après un premier remboursement de 2,7 millions d'euros de l'emprunt contracté auprès de la Banque européenne d'investissement en 2021, ce qui représente une baisse de 6,75%. Sa trésorerie s'élève à 85,2 millions d'euros, ce qui conforte la RTBF dans la gestion de son endettement et qui a pour effet d'avoir un endettement net négatif de 47,9 millions d'euros. Il faut noter que le niveau d'investissements 2022 atteint 39,6 millions d'euros, dont 33,4 millions d'euros pour MédiaSquare, 3,5 millions d'euros pour les investissements récurrents technologiques, 1,7 millions

d'euros pour les projets technologiques et 0.9 millions d'euros pour les investissements liés aux facilités. De plus, la RTBF a encaissé 10,8 millions d'euros suite à la vente progressive des terrains Reyers, ce qui contribue à une augmentation de sa trésorerie.

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

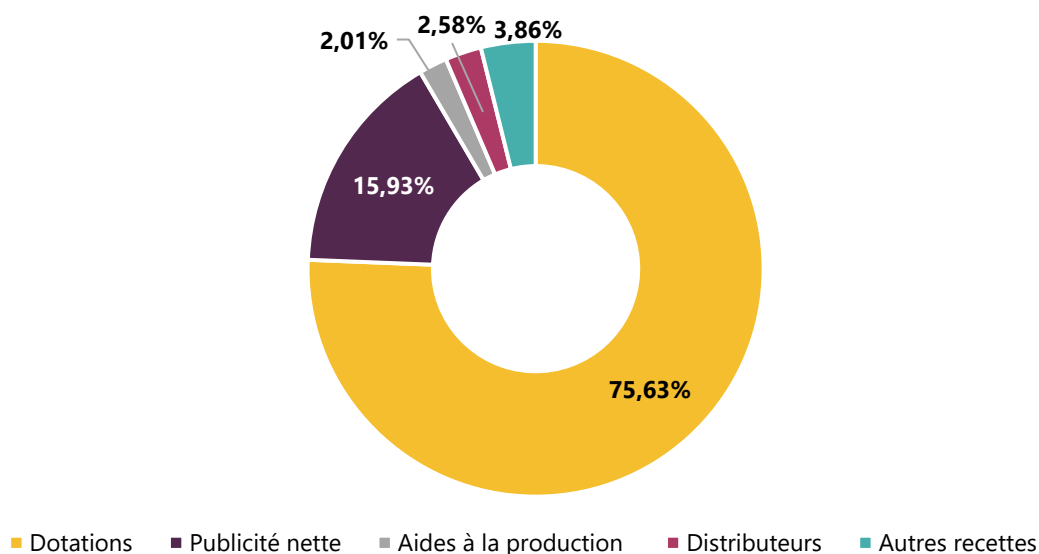


Source : Rapport RTBF 2022

Données relatives aux revenus

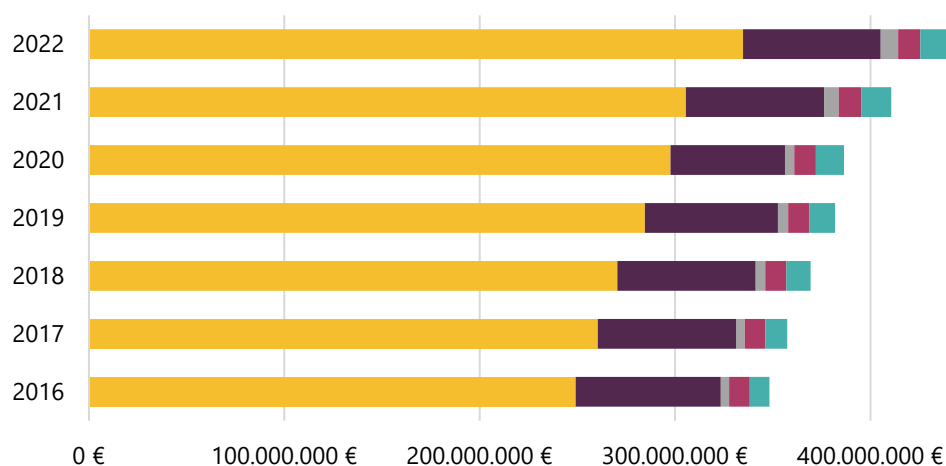
Le graphique ci-dessous détaille les sources de revenus de la RTBF pour l'exercice 2022.

Répartition des revenus 2022



Les recettes d'exploitations de la RTBF ont augmenté depuis 2021 passant de 410,7M€ à 442,7M€ (+7,8%), soit une augmentation de 32M€. Cette augmentation est essentiellement imputable à l'augmentation de sa dotation à hauteur de 29,2M€, elle a surtout augmenté pour compenser l'inflation. La dotation reste donc de loin le premier poste de revenus de l'institution, elle constitue près de 76% des revenus, passant de 305,6M€ en 2021 à 334,8M€ en 2022, soit une augmentation de 12,2M€. Celle-ci évoluant selon les termes du contrat de gestion 2019-2022. Le second poste de revenus vient de la publicité. Il convient de ventiler ces revenus entre les différents postes de publicités pour avoir une meilleure compréhension de la tendance haussière de ceux-ci.

Evolution des recettes RTBF 2016-2022



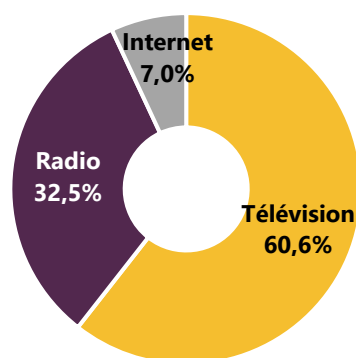
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
■ Dotations	249.200.000 €	260.500.000 €	270.500.000 €	284.600.000 €	297.700.000 €	305.600.000 €	334.800.000 €
■ Publicité nette	74.200.000 €	71.000.000 €	70.800.000 €	68.100.000 €	58.600.000 €	70.700.000 €	70.500.000 €
■ Aides à la production	4.300.000 €	4.200.000 €	4.900.000 €	5.200.000 €	4.700.000 €	7.500.000 €	8.900.000 €
■ Distributeurs	10.600.000 €	10.500.000 €	10.800.000 €	10.900.000 €	11.100.000 €	11.500.000 €	11.400.000 €
■ Autres recettes	10.000.000 €	11.200.000 €	12.400.000 €	13.100.000 €	14.400.000 €	15.400.000 €	17.100.000 €

Revenus publicitaires

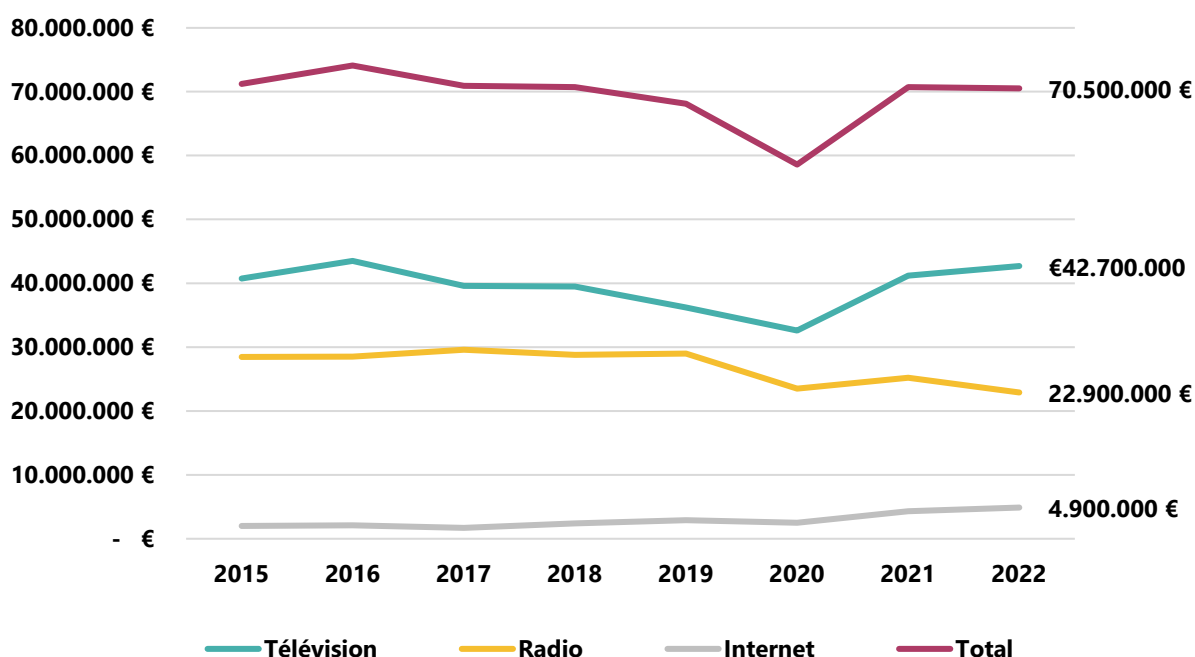
En 2022, on constate que les recettes publicitaires sont restées identiques par rapport à 2021. Cette stagnation peut être comprise comme une diminution relative du revenu publicitaire dans la mesure où l'inflation a fortement augmenté dans le courant de l'année 2022, avec des revenus publicitaires passant de 70,7M€ en 2021 à 70,5M€ en 2022. Au sein des revenus publicitaires, les différents postes ont évolué différemment, en voici les principales variations. Les revenus publicitaires générés par la branche radio ont diminué entre les deux périodes, passant de 25,2M€ en 2021 à 22,9M€ en 2022 (-9%). Les revenus générés par le segment internet ont quant à eux légèrement augmenté passant de 4,3M€ en 2021 à 4,9M€ en 2022 (+14%). Les revenus générés par le segment télévision ont aussi augmenté, passant de 41,2M€ en 2021 à 42,7M€ en 2022 (+3%). Les niveaux de revenus publicitaires sont similaires à ceux de 2018, mais les composantes de ce revenu ont évolué différemment.

Il faut noter que, en vertu de son contrat de gestion, la RTBF ne peut excéder 600.000€ de revenus sous forme de display, auquel cas, elle doit reverser l'excédent au Fonds de soutien aux médias d'information. Les revenus générés par cet intermédiaire sont de 235.800€ en 2022, la RTBF respecte donc cette clause. Enfin, les revenus générés par la publicité ne peuvent dépasser 25% du total de ses recettes, ses revenus publicitaires représentent 15,9% des recettes globales en 2022, cette obligation est donc respectée.

Repartition revenus publicitaires 2022



Evolution des revenus publicitaires 2015-2022



Données relatives aux dépenses

EN MILLIONS D'EUROS	COMPTES 2022	COMPTES 2021	ÉCART 22-21	ÉCART %
ACHATS ET SERVICES	191,4	188,9	2,6	1%
RÉMUNÉRATIONS	204,6	201,7	2,9	1%
AMORTISSEMENTS ET RÉDUCTIONS DE VALEUR	11,4	13,5	-2,2	-16%
PROVISIONS	12,8	-4,4	17,1	
AUTRES	0,2	0,6	-0,5	-72%
CHARGES D'EXPLOITATION NON RÉCURRENTES	12,8	5,6	7,2	129%
TOTAL	433,2	406,0	27,2	7%

Source : Rapport RTBF 2022

Les dépenses de la RTBF ont augmenté de 27,2M€ entre les deux périodes pour s'établir à 433,2M€ en 2022. Cette augmentation est imputable aux frais afférents aux rémunérations et plus particulièrement aux charges de pensions et d'indexation. Elles augmentent de 15,8 millions d'euros par les effets de l'indexation, de la progression barémique et du taux de cotisation de pension des statutaires. Les charges 2021 comportaient une régularisation ONSS non récurrente relative aux pensions de 12,9 millions d'euros. Ensuite, le poste « achats et services » a aussi augmenté entre les deux exercices (+2,6M€). D'après le rapport de la RTBF, cette augmentation provient de nouveaux projets éditoriaux (partiellement compensés par l'arrêt de certains programmes et des projets technologiques liés au développement numérique et à la simplification opérationnelle et administrative.

AVIS

D'après les données relevées ci-dessus, il semble que la RTBF se trouve dans une situation financière confortable avec une position de trésorerie élevée et un résultat d'exploitation positif. L'augmentation de ses revenus provient de la hausse de sa dotation tel que prévu dans le contrat de gestion.

Le Collège constate que les revenus publicitaires de la RTBF n'excèdent pas le palier de 25% des recettes totales fixé par l'article 71.4 du contrat de gestion.

L'obligation est rencontrée.

Le Collège constate que les recettes sous forme de displays sur RTBF.be/info n'excèdent pas le palier de 600.000 euros⁵¹ annuels fixé par l'article 75 du contrat de gestion. En conséquence, aucun versement au Fonds de soutien aux médias d'information n'est dû pour l'exercice.

⁵¹ Dans son rapport au CSA, la RTBF déclare un montant de 143.717€ de recettes sous forme de displays provenant du site RTBF.be/info.

COUT NET DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC

CONTEXTE

En vertu de l'article 64 du contrat de gestion, les subventions publiques affectées par la Fédération Wallonie-Bruxelles à la RTBF ne peuvent excéder les coûts nets induits par la mission de service public de l'entreprise, compte tenu de ses autres revenus, y compris de nature commerciale, directs ou indirects. A défaut, en cas de surcompensation, c'est-à-dire dans l'hypothèse d'un dépassement du coût net de la fourniture du service public, celle-ci ne peut excéder 10 % des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public⁵², sauf exception dûment motivée en cas d'affectation, limitée dans le temps, de cette surcompensation à des dépenses importantes et non récurrentes, nécessaires à l'accomplissement de la mission de service public et imposées préalablement par le Gouvernement.

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

- L'ensemble des produits des activités non commerciales ;
- L'ensemble des produits des activités tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public ;
- Le coût des autres activités commerciales (celles qui ne rentrent pas dans la mission de service publique).

Si existante, la surcompensation est affectée à un poste de réserve. Ce solde alimente la trésorerie de la RTBF.

En outre, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF rend un rapport complémentaire dans lequel il analyse et évalue de manière spécifique la façon dont la RTBF s'est acquittée des obligations comptables visées aux articles 78.1, 78.2 et 78.3 du contrat de gestion.

BILAN

Dans son « Rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public » du 21 avril 2023, le Collège des commissaires atteste que la RTBF consacre ses subventions à ses missions de service public et que la méthodologie appliquée par l'éditeur pour démontrer cette affectation est pertinente. Ce calcul est basé sur la ventilation analytique des dépenses

⁵² Une compensation structurelle excessive poserait de graves problèmes concurrentiels. En effet, le bénéficiaire de cette aide d'Etat risquerait d'être en mesure de baisser les prix sur les marchés commerciaux à des niveaux que les concurrents ne bénéficiant pas de telles aides ne pourraient suivre comme l'a jugé la Commission européenne notamment dans sa décision du 19 mai 2004 concernant TV2 Danemark (C1-2006/217/EC). C'est pourquoi l'article 64 du contrat de gestion confie au Collège d'Autorisation et de Contrôle la mission de vérifier que le remboursement des aides excessives, s'il échet, soit effectif. Lors de l'examen des comptes annuels de l'entreprise, la RTBF et la Fédération Wallonie-Bruxelles donnent au Collège des commissaires aux comptes les moyens de vérifier concrètement que les subventions ne dépassent pas les coûts nets induits par le service public.

entre (i) les activités non commerciales, (ii) les activités commerciales tirant un avantage direct de la mission de service public et (iii) les autres activités commerciales.

En 2022, les activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public se soldent par un résultat positif de 82 millions d'euros, soit le même montant qu'en 2021. Au sein de ce montant, il faut noter que les produits ont augmentés à la même vitesse que les charges c'est-à-dire 6,3M€ pour les deux postes.

Le résultat positif de ces activités contribue au financement de la mission de service public.

Le coût net de la mission de service public est obtenu en retranchant à l'ensemble des charges (455M€) de l'entreprise :

1. L'ensemble des produits des activités non commerciales (18,5M€)
2. L'ensemble des produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect de la mission de service public (103,4M€)
3. Le coût des autres activités commerciales (0,4M€)

Le coût net, s'obtient donc en additionnant toutes les charges (4255M€) de la RTBF auxquelles on retranche, les différentes rentrées d'argents (122,3M€ (1+2+3)). Ensuite, ce coût net ($455\text{M€} - 122,3\text{M€} = \mathbf{332,6\text{M€}}$) est comparé à la dotation reçue par la RTBF et augmenté du produit à reporter (**334,8M€**).

Pour l'exercice 2022, le total de ce calcul s'élève à 2,2M€.

En conclusion, en 2022, les subventions ordinaires sont de 334,8M€ tandis que le coût net de la mission est de 332,6M€. La dotation de la RTBF parvient à couvrir le coût net, et ce pour un montant positif de 2,2 millions d'euros. La règle en vigueur par rapport au coût net de la mission de service publique stipule que le montant de la dotation auquel on retranche le coût net de fonctionnement de la RTBF pour mener à bien ses missions, ne peut excéder 10% du montant de la dotation reçue. Ce qui signifie que la dotation reçue par la RTBF de 334,8M€ parvient à couvrir les coûts engendrés par la mission de la RTBF qui sont de 332,6M€, et crée un différentiel positif de 2,2M€. Ce solde étant inférieur à 10% de la dotation (soit 33,48M€), la RTBF respecte l'obligation.

AVIS

Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public⁵³ et une synthèse des charges de production de contenus, des charges de diffusion et des charges de technologies et supports conformément à l'article 78.3 du contrat de gestion.

Le Collège des commissaires conclut que le niveau de dotation révèle une surcompensation pour un montant de 2,2 millions d'€, montant restant inférieur à 10% du coût net de la mission de service public.

⁵³ Voir Tableau « Coût net de la mission de service public » page 106 du Rapport annuel RTBF 2022.

EVALUATION DES NOUVEAUX SERVICES IMPORTANTS OU DES MODIFICATIONS SUBSTANTIELLES DES SERVICES EXISTANTS

CONTEXTE

En vertu de l'article 45 du contrat de gestion, la RTBF doit suivre une procédure d'évaluation préalable avant le lancement de tout nouveau service audiovisuel ou de toute modification d'un service audiovisuel existant.

Suivant cette procédure, l'administrateur général de l'éditeur informe le conseil d'administration avant le lancement de tout nouveau service audiovisuel ou de la modification de tout service existant. Si ce nouveau service est important ou si la modification du service existant est substantielle, le Conseil d'administration entame une procédure d'évaluation préalable en instaurant un groupe d'experts indépendants chargé de cette évaluation.

Il revient donc dans un premier temps au Conseil d'administration de la RTBF de qualifier le nouveau service audiovisuel ou la modification du service existant présentés par l'administrateur général, de « nouveau service important » ou de « modification substantielle d'un service existant. »

Pour être ainsi qualifié, le contrat de gestion retient à son article 45.2 qu'un service ou une modification d'un service doit remplir les deux conditions cumulatives suivantes :

- *Un nouveau domaine d'activité de l'entreprise, à savoir, tout service ou modification aboutissant à un service, autres que ceux visés aux articles 42 bis, 42 quater et 42 sexies ne tombant pas dans les conditions d'exemption prévues ci-dessous ;*
- *Un service ou une modification d'un service dont le coût marginal prévisionnel total pour les trois premières années du service est supérieur à 3 pourcents de la subvention allouée à la RTBF en contrepartie de ses missions de service public pour ces trois premières années ; un service dont le coût marginal prévisionnel pour les trois premières années ne remplit pas le seuil des 3% de la subvention allouée à la RTBF, mais qui au cours des trois premières années de sa mise en service est amené à le dépasser, fera l'objet d'une évaluation préalable en vertu du nouvel article 9 bis du décret statutaire et du présent article.*

L'article 45.2 comporte également les conditions d'exemption suivantes, ne constituant pas au sens de cet article un nouveau service important ou une modification substantielle d'un service existant :

- *La diffusion ou la distribution simultanée des programmes, séquences de programmes et œuvres audiovisuelles extraits des services audiovisuels linéaires sur une nouvelle plateforme de diffusion ou de distribution, en application du principe de neutralité technologique ;*
- *Un service temporaire de moins de dix-huit mois effectué sous forme de test d'innovation destiné à collecter des informations sur la faisabilité et la valeur ajoutée de ce service temporaire ; s'il est décidé de lancer ce service temporaire de manière permanente et que celui répond à la définition de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant, une procédure d'évaluation préalable sera initiée (...).*

L'article 45.3 du contrat de gestion prévoit ensuite une démarche de notification par le Conseil d'administration de l'entreprise au bureau du CSA, confiant à ce dernier une mission de contrôle des décisions du Conseil d'administration, dans les termes suivants :

45.3. Le conseil d'administration de l'entreprise transmet au bureau du CSA, dans le cadre de son rapport annuel, une synthèse des décisions qu'il prend concernant des nouveaux services ou des modifications de services existants qui, au terme de son analyse, ne sont ni nouveaux, ni importants au sens de l'article 9bis du décret et au sens du présent article du contrat de gestion.

Le conseil d'administration notifie sur le champ toute décision, qu'elle soit positive ou négative, qu'il prend concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, au bureau du CSA, accompagnée de ses motifs de fait et de droit.

S'il estime que cette décision ne respecte pas les critères définis à l'article 45.2 du présent contrat de gestion, le bureau du CSA peut l'annuler, dans un délai de quatre jours ouvrables à partir de la date de sa réception, à la majorité des deux tiers des voix.

Si le bureau du CSA annule la décision du conseil d'administration de l'entreprise, celle-ci ne peut pas poursuivre le lancement du nouveau service sans avoir procédé aux modifications appropriées du nouveau service en projet permettant de répondre aux griefs du bureau du CSA et sans réévaluer le caractère nouveau et important de celui-ci conformément à l'article 45.1 du présent contrat de gestion.

Si le bureau du CSA n'annule pas la décision du conseil d'administration de l'entreprise, celle-ci est réputée définitive. Ce délai de quatre jours ouvrables peut être prolongé de quatre jours ouvrables additionnels, si le bureau du CSA l'estime nécessaire. En cas de prolongation, le bureau du CSA en informe immédiatement l'entreprise.

La saisine du bureau du CSA d'une notification de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant, au sens du présent article, fait l'objet d'un résumé publié sur le site internet du CSA. La décision du bureau de celui-ci est publiée également ainsi que celle par laquelle celui-ci remet en cause la qualification par le conseil d'administration de l'entreprise d'un service comme ne relevant pas de la catégorie de nouveau service important ou de modification substantielle d'un service existant.

BILAN

Dans la documentation adressée au CSA dans le cadre de la procédure de contrôle annuel, la RTBF indique que la procédure d'évaluation préalable a été activée pour deux nouveaux services au cours de l'exercice 2022 :

- Radio Ukraine, lors du Conseil d'Administration du 18 mars 2022 ;
- Projets de flux vidéos temporaires sur Auvio : Christmas TV et AuvioKids TV du 22/12/2022 au 8/1/2023, lors du Conseil d'Administration du 22 décembre 2022.

La RTBF indique que son Conseil d'Administration a approuvé le lancement de ces nouveaux services. Le CSA en déduit qu'il a été considéré que ceux-ci ne constituaient ni un nouveau service important, ni une modification substantielle d'un service existant, aux termes de l'article 45 du contrat de gestion.

AVIS

La RTBF a rencontré ses obligations en termes d'évaluation des nouveaux services importants ou de modification substantielle des services existants.

CONCLUSION GENERALE

Pour l'exercice 2022, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : l'éducation aux médias, les programmes jeunesse, la production propre, l'information ou le soutien à la production.

Au sujet du Fonds pour les séries belges, la RTBF a atteint l'objectif d'y consacrer 25% de l'engagement minimum imposé et ce pour la première fois depuis de nombreux exercices, le Collège salue le dynamisme de la RTBF dans la production de ces séries locales.

En ce qui concerne la préservation et la valorisation des archives audiovisuelles, le Collège remercie la RTBF et la SONUMA pour la précision et l'exhaustivité des informations transmises dans le cadre du contrôle de l'exercice 2022. Ces informations mettent en lumière les importants efforts entrepris par la RTBF et la SONUMA dans la réalisation des missions de sauvegarde du patrimoine audiovisuel et d'ouverture des fonds vers les publics.

Concernant l'accessibilité des programmes, le Collège salue les résultats atteints sur l'ensemble de ses services en linéaire, que ce soit en termes de sous-titres adaptés, d'interprétation en langue des signes, ou d'audiodescription des fictions et documentaires. Il souligne également les démarches réalisées par l'éditeur qui ont permis de dépasser l'obligation en matière de sous-titres adaptés sur son service non linéaire Auvio. Si l'obligation de moyen d'atteindre 12,5% de fictions et de documentaires audiodécrits sur Auvio n'est pas atteinte, le Collège estime que les efforts consentis pour favoriser l'accessibilité des programmes aux personnes en situation de déficience visuelle et les justifications apportées par l'éditeur témoignent de sa prise en charge de cet enjeu d'intérêt général. A ce titre, le Collège encourage toute initiative en faveur de l'identification des programmes audiodécrits sur la plateforme non linéaire.

Au sujet de l'Egalité et la Diversité, le Collège d'autorisation et de contrôle constate que les obligations de l'éditeur en matière d'égalité et de diversité sont rencontrées et il invite la RTBF à poursuivre la tenue annuelle de statistiques visant à dresser un état des lieux de la répartition hommes/femmes dans les ressources humaines et à en évaluer les évolutions. De nombreux indicateurs du nouveau contrat gestion requièrent en effet de telles statistiques et de nombreux efforts en matière d'égalité de genre et de diversité à l'antenne et dans les ressources humaines.

Le Collège salue les efforts fournis par la RTBF afin de se conformer aux obligations légales en matière de recueil du consentement des utilisateur.rices de ses sites, en matière de respect de la vie privée, en matière de pédagogie quant à la finalité de la récolte des données des utilisateur.rices, et en matière de démystification des algorithmes de recommandation. En revanche, en tirant le bilan du cinquième contrat de gestion, le Collège déplore le manque de transparence de l'éditeur quant à la dynamique de fonctionnement propre à ses algorithmes de recommandation et invite celui-ci à poursuivre la mise en place de métriques de monitoring du fonctionnement de son algorithme de recommandation selon les termes renforcés de l'article 37 du sixième contrat de gestion et à faire œuvre de transparence en publiant le résultat de ces mesures dans son rapport annuel public lors des prochains exercices.

Dans le cadre de la médiation et des relations avec les publics, le Collège salue que les mesures supplémentaires mises en place par l'éditeur soient devenues pérennes et que la modération s'adapte, en incluant les développements des contenus de l'éditeur sur de nouvelles plateformes. Il invite l'éditeur à maintenir ses efforts dans ce sens.

Concernant les quotas musicaux, le Collège rappelle sa préoccupation quant aux résultats des services sonores de la RTBF en matière de diffusions de titres musicaux issus de la Fédération Wallonie-Bruxelles en journée (6-22h). En effet, dès le prochain exercice, le CSA appliquera la même méthode de calcul pour tous les services de médias audiovisuels, tant publics que privés.

Enfin, pour l'exercice 2022, le Collège constate deux manquements potentiels :

Le premier manquement a trait à l'article 19 du contrat de gestion qui implique que 10% du temps de diffusion de l'éditeur soit consacré à des œuvres européennes émanant de producteurs indépendants et dont la production n'est pas antérieure à cinq ans et ce, tant dans son ensemble que par service. En l'espèce, la RTBF ne remplit pas ce seuil pour le service Tipik. Partant, l'obligation n'est que partiellement remplie.

Le deuxième manquement concerne l'article 25.4.b du contrat de gestion sur la base duquel la RTBF est tenue de diffuser au moins 12 spectacles de scène par an (théâtre, humour, théâtre jeune public, ...) produits en Fédération Wallonie-Bruxelles, dont au moins 10 sont des œuvres théâtrales, avec au moins 4 nouvelles captations théâtrales par an. Pour l'exercice 2022, certes, l'éditeur a diffusé, au total, 35 spectacles de scène mais seulement 9 œuvres théâtrales. Par conséquent, l'obligation n'est que partiellement remplie.

Cependant, s'agissant d'obligations sur lesquelles le Collège a établi des griefs lors du contrôle précédent, et compte-tenu du fait qu'il a pris sa décision en avril 2023, le Collège décide de ne pas notifier à l'éditeur de griefs sur le présent contrôle mais il sera particulièrement attentif au respect de ces obligations lors du prochain contrôle.

Le Collège rappelle, au surplus, que les différents objectifs fixés dans le Contrat de gestion constituent des minimums à atteindre et regrette que certains ne soient pas atteints ou atteints de justesse, parfois sur plusieurs exercices consécutifs.