

Collège d'autorisation et de contrôle

Avis n° 70-2014

Contrôle de la réalisation des obligations prévues par le contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2013

Table des matières

1.	Offre de services de médias audiovisuels (art. 6 et 42) et moyens de diffusion (art. 46)	5
1.1.	Télévision (SMA télévisuels)	5
1.2.	Radio (SMA sonores).....	6
1.3.	SMA non linéaires.....	7
	Catalogue de télévision de rattrapage.....	7
	Catalogue de vidéos à la demande.....	7
	Catalogue de contenus sonores à la demande	7
1.4.	Offre en ligne de référence et réseaux sociaux	7
	Sites internet.....	7
	Réseaux sociaux	8
1.5.	Service universel (art. 43.1)	8
1.6.	Evolution technologique et pluralité des modes de diffusion	9
2.	Production.....	10
2.1.	Production propre (art. 11).....	10
	En télévision.....	10
	En radio.....	10
2.2.	Productions « transmédia » (art. 10).....	10
2.3.	Mise à disposition des infrastructures (art. 16.2)	10
2.4.	Production indépendante (art.12).....	12
	Investissements	12
	Fonds spécial	13
	Fonds séries	14
2.5.	Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (art. 25.5 d) & art. 56.2)	16
	Soumission de projets	17
2.6.	Archives et plateforme pédagogique avec la Sonuma (art. 17).....	17
	Exploitation des archives	17
	Mise à disposition des archives	18
	Plateforme numérique.....	18

3.	Information	18
3.1.	Déontologie de l'information	18
3.2.	En télévision.....	19
3.3.	En radio.....	20
3.4.	Nouvelles plateformes.....	20
3.5.	Modération sur les plateformes numériques.....	21
4.	Éducation permanente (art. 28)	21
4.1	En télévision.....	22
4.2.	En radio.....	22
4.3.	Nouvelles plateformes.....	22
4.4.	Éducation aux médias (art. 29, 36 alinéa 3, 1 ^{er} § et 37, alinéa 2).....	22
	En télévision.....	23
	En radio.....	23
	Nouvelles plateformes.....	23
	Education aux médias pour les enfants et la jeunesse	24
5.	Culture.....	25
5.1	Missions transversales (art.24).....	25
5.2.	Incubateur de talents et mise en valeur du patrimoine (art.25.2).....	25
	En TV.....	26
	En radio.....	26
5.3.	Promotion culturelle (art.25.3).....	26
5.4.	Captations.....	27
	En télévision.....	27
	Spectacles de scène en télévision	27
	En radio.....	28
5.5.	Quotas.....	28
	En télévision.....	28
	Œuvres européennes.....	28
	Œuvres francophones.....	29
	Œuvres indépendantes	29
	En radio.....	29
5.6.	Mise en valeur sur les nouvelles plateformes	30
5.7.	Soutien au cinéma.....	31
	Fictions.....	31

Courts métrages	31
Longs métrages de fiction cinématographique.....	31
Œuvres de fiction européennes	31
Promotion.....	32
6. Sport	32
6.1 En télévision.....	32
6.2. En radio.....	32
6.3. Nouvelles plateformes.....	33
7. Programmes pour la jeunesse (art.36 & art. 28bis).....	33
7.1. Programmes pour enfants en fonction des supports utilisés par eux (art.37).....	34
7.2. Programmes destinés aux adolescents et à la production desquels ils sont associés (art.38).....	35
8. Concertation et partenariats (art. 14 & 51)	36
8.1. Tissu associatif	36
8.2. Presse écrite.....	37
8.3. Partenariats internationaux (art. 14 a)).....	37
8.4. Arte.....	38
8.5. Télévisions locales	38
8.6. VRT	40
8.7. Enseignement.....	40
9. Services au public.....	40
9.1. Protection des mineurs	40
9.2. Programmes concédés.....	42
Cultes et manifestations laïques.....	42
Associations représentatives.....	43
9.3. Informations de service.....	43
9.4. Plan d'urgence (art. 39.2).....	43
9.5. Médiation.....	44
Programmes de médiation avec les publics (art. 30)	44
Rapport du service de médiation (art. 48).....	45
Traitement des demandes et information des usagers (art. 49-50).....	46
9.6. Respect des horaires	46
10. Accessibilité pour les personnes sourdes et malentendantes (art. 40.1).....	47
Label « anysurfer » (art.40.2).....	47
11. Gestion du personnel	47

11.1.	Dialogue.....	47
11.2.	Égalité et diversité.....	47
11.3.	Finances.....	48
	Coût net de la mission de service public.....	48
	Transparence et informations financières.....	49
12.	Evaluation des nouveaux services.....	50
13.	Publicité.....	52
	13.1. Règles publicitaires : décisions concernant la RTBF en 2013.....	52
	13.2. Recettes nettes de publicité (art. 71.4).....	53
	13.3. Publicité dans les services en ligne.....	54
	Avis du Collège d'autorisation et de contrôle.....	55

En exécution de l'article 136 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 annuellement 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 6, 9, 20, 33, 36, 37, 40, 42, 44, et 46, que le contrat de gestion prend d'ailleurs en considération dans différentes dispositions, générales ou particulières.

La RTBF a transmis son rapport annuel 2013 dans les délais prévus. Cependant, la version initiale ne contenait pas l'entièreté des éléments figurant dans le questionnaire préalablement élaboré en concertation entre le CSA et la RTBF. Dès lors le CSA a requis des compléments d'informations et a posé des questions spécifiques. La RTBF a répondu de manière réactive à ces sollicitations.

1. Offre de services de médias audiovisuels (art. 6 et 42 CG) et moyens de diffusion (art. 46 CG)

1.1. Télévision (SMA télévisuels)

En télévision, la RTBF doit éditer trois chaînes généralistes complémentaires et clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs, constituant l'offre principale de la RTBF en télévision.

Service	Public visé	Descriptif
La Une	Tout public	Généraliste, rencontre plusieurs des missions de service public : information, divertissement, sports, éducation permanente, information culturelle et citoyenne.
La Deux	Tout public	Généraliste, rencontre plusieurs des missions de service public : information, divertissement, sports, éducation permanente, information culturelle et citoyenne. Programmation alternative à celle de La Une.
La Trois	Jeunesse et tout public	Chaîne dévolue l'après-midi aux programmes destinés à la jeunesse. En matinées et en soirées : programmes d'archives, rediffusions ou diffusions différées de La Une et La Deux, programmes culturels.

Chaîne	Hertzien analogique	Hertzien numérique (TNT - DVB-T)	Câble coaxial	Câble bifilaire	Satellite
La Une	sans objet	oui	oui	oui	oui*
La Deux	sans objet	oui	oui	oui	oui*
La Trois	sans objet	oui	oui	oui	non

* TéléSAT / Mobistar

L'obligation est rencontrée.

1.2. Radio (SMA sonores)

La RTBF doit éditer cinq services de médias sonores complémentaires : deux généralistes et trois musicaux (classiques et non classiques) ainsi qu'un programme international. En 2013, elle a proposé cinq services radiophoniques linéaires destinés aux auditeurs de la Fédération Wallonie-Bruxelles, à savoir :

Chaîne	Public visé	Caractéristiques
La Première	Tout public	Radio généraliste de référence pour les amateurs d'information et de culture
VivaCité	Familles	Radio généraliste proche de son public grâce à son ton et son ancrage régional, chaîne de l'information sportive, chaîne de proximité et de complicité
Musiq3	Tout public	La radio de tous les classiques, mais aussi du jazz, de l'opéra, de la musique de films, de la chanson française, captations pour diffusion de concerts en direct ou en différé
Classic 21	Tout public	Chaîne musicale avec une programmation axée sur les classiques du rock et de la pop, radioguidage (flashes Mobilinfo)
Pure FM	Jeunes adultes	Radio des jeunes qui mise sur la découverte de nouveaux talents belges et internationaux, présente sur presque tous les festivals

La RTBF a également poursuivi également en 2013 l'édition de RTBF International (RTBFi), la chaîne radio internationale de la RTBF. RTBFi diffuse une grande partie des émissions de La Première et de Vivacité et permet aux francophones résidant à l'étranger d'être à l'écoute de la Belgique, de son actualité politique, sociale, économique, culturelle, sportive et musicale. La disponibilité en 2013 des différents services selon les plateformes de diffusion peut être synthétisée comme suit :

Diffusion Radio										
Chaîne	FM	Ondes moyennes	Ondes courtes	DAB	DAB+	DVB-T	Câble (coaxial et IPTV)	GSM	Satellite	Streaming Internet
La Première	oui	oui	non	oui	non	oui	oui	oui	oui***	oui
VivaCité	oui	oui	non	oui	non	oui**	oui	non	oui***	oui
Classic 21	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Musiq3	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
Pure FM	oui	non	non	oui	test	oui	oui	non	oui***	oui
RTBFi	oui*	oui	non	non	non	non	non	non	oui****	oui
7 Webradios	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui

* Kinshasa

** Viva Bruxelles

*** TélésAT

**** AB3 en Afrique (Bande C)

L'obligation est rencontrée.

1.3. SMA non linéaires

L'offre de services de médias audiovisuels non linéaires de la RTBF doit comporter au moins, selon l'article 42.3. du CG, un catalogue de télévision de rattrapage, un catalogue de vidéos à la demande et un catalogue de contenus sonores à la demande tels que détaillés par le contrat de gestion.

La RTBF transmet au CSA la liste des programmes offerts gratuitement et de manière payante (vidéo transactionnelle) de manière non linéaire et en fonction des différentes plateformes durant l'exercice 2013.

Catalogue de télévision de rattrapage

Le CSA constate que la RTBF propose gratuitement ses programmes en rattrapage pendant les 7 jours suivant la diffusion sur une des trois chaînes ou de manière illimitée d'une part via le site de chacune des trois chaînes de télévision ou sur les sites propres dédiés à l' « Info », le « Sport » ou la « Culture » et d'autre part via la télévision numérique interactive des plateformes des distributeurs de services Belgacom, KPN (Snow), VOO et Mobistar TV ainsi que sur les plateformes mobiles (tablettes, smartphones), la smart TV (Samsung) et enfin via la playstation (Sony PS3 et la Sony PS4). Certains contenus sont néanmoins payants ou payants une fois passé le délai de 7 jours après la diffusion linéaire.

Catalogue de vidéos à la demande

Le CSA constate que la RTBF a étendu son catalogue de VOD en 2013 avec, en sus des œuvres du catalogue de la télévision de rattrapage, d'une part des épisodes de séries en avant-première 7 jours avant leur passage en télévision et d'autre part des films diffusés préalablement « en prime time » en télévision comme « Intouchables », « Drive » ou « The Artist ». Enfin, conformément au contrat de gestion, certains contenus différents des programmes offerts dans les services linéaires ont également fait partie du contenu du catalogue.

L'offre du catalogue de VOD de la RTBF est classée en six catégories : « Avant-premières », « Séries », « Magazines », « Info & Sport », « Documentaires » et « Humour » et est disponible sur l'offre des distributeurs via le bouton rouge de la télécommande.

Catalogue de contenus sonores à la demande

La plupart des programmes des 5 chaînes radio de la RTBF sont disponibles en podcast sur leur site respectif. Des concours sont proposés de manière complémentaire à ces programmes ou séquences de programmes.

L'obligation est rencontrée.

1.4. Offre en ligne de référence et réseaux sociaux

Sites internet

Dans le cadre de ses missions de service public, la RTBF développe et exploite 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 (...)* » (article 42.4).

Le site internet de la RTBF s'est décliné en 2013 en 7 « sous portails » : « Info », « Sport », « Culture », « OUftivi », « Vidéo », « TV » et enfin « Radio ». La RTBF déclare qu'en 2013 c'est l'ensemble de sa

production propre qui est offerte sur Internet : « toutes les productions vidéo fabriquées par les équipes de la RTBF, à destination des différents médias (télévision, web, radio) sont à disposition sur le site web pour une durée déterminée ». Un accès à du contenu « en live » est offert au public sur le portail « Info » et le portail « Sport ». Le portail « Radio » s'est étendu à des « vidéos en relation avec les émissions des différentes radios ». Les sites internet de la RTBF contiennent également certains contenus qui ne sont diffusés que sur le web à l'instar de ce qui est prévu par l'article 42.4 du CG (points a à k). Il s'agit notamment de chroniques, commentaires, résultats sportifs, agendas et rendez-vous culturels, concours, jeux, articles et enfin des informations sur les émissions et les séries.

Enfin, la RTBF a continué en 2013 la diffusion de plusieurs webradios thématiques lancées en 2008 :

Webradio	Caractéristiques
Classic 21 60'S	Webradio des Golden Sixties ou des « Vynile Victimes » - Christine Goor.
Classic 21 80'S	Le son des années 80 – Bernard Dobbeleer.
Classic 21 Les Classiques	Pour les fans de classic rock et des « Classiques de Marc Ysaye ».
Franco sphère Première	100% chanson française – Pierre Collard-Bovy.
Ouftivi	Webradio des jeunes de 8 à 13 ans, le complément à l'offre jeunesse de La Trois – Cathy Constant et Muriel Dujardin.
Pure FM 2	Le complément à l'offre de Pure FM.
Webradio « évènement »	Au fil de l'année, et des événements ou manifestations en partenariat avec la RTBF, cette webradio change de ton.

Réseaux sociaux

La RTBF est active principalement sur Facebook et sur Twitter. Sur Facebook, la RTBF développe des pages individuelles pour les émissions. La RTBF a également développé une page Facebook « RTBF info », une page « RTBF Sport » et une page « RTBF TV », faisant le lien avec les comptes Twitter du même nom. La RTBF compte 1 460 668 « fans » au 1^{er} décembre 2014 (pour 952 128 en décembre 2013).

L'éditeur a également développé sa présence sur Twitter (@RTBF), qui avait été utilisé pour la première fois de manière importante avec l'émission « The Voice » et qui compte 46 374 abonnés au 1^{er} décembre 2014 et 4247 tweets à son actif. Le compte « @RTBF TV » recense 35 494 abonnés et a développé 6753 tweets. Cette présence permet une interaction avec les programmes en direct et en différé. Le nombre total de « followers » au 1^{er} décembre 2014 s'élève à 367 129 (pour 209 101 en décembre 2013).

1.5. Service universel (art. 43.1 CG)

La RTBF est tenue d'assurer le service universel permettant un accès, dans le respect du principe d'égalité entre les usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, à toutes les chaînes généralistes en clair de la RTBF au moins par voie hertzienne en radio (FM) et en télévision (TNT). Ces modes de diffusion principaux peuvent être complétés par le biais de tout moyen de communication électronique approprié compte tenu des modes de consommation les plus usuels, en ce compris l'internet et les appareils de réception mobile.

Qualité de couverture des différents réseaux de diffusion :

Couverture FM analogique : durant l'année 2013, le réseau d'émetteurs a été élargi via l'ajout d'un émetteur local à La Roche, un émetteur Pure FM à Malmedy et un émetteur Vivacité à Recht en

communauté germanophone. La RTBF indique que la couverture FM n'évoluera plus, vu qu'elle ne dispose pas de fréquences supplémentaires. La RTBF estime que 95% des routes sont couvertes, mais indique ce chiffre n'est pas précis, car il n'existe pas d'étude rationnelle le justifiant.

Couverture DAB

DAB	Automobile	Indoor
Région bruxelloise	99,9%	97,4%
Brabant wallon	97,8%	90,9%
Hainaut	93,3%	81,3%
Liège	85,7%	78,4%
Luxembourg	58,2%	44,3%
Namur	72,5%	55,9%
Fédération Wallonie-Bruxelles	89,2%	80,4%

Couverture DVB-T

TNT	Réception « Outdoor »	Réception « Indoor »
Région bruxelloise	100,00%	95,2%
Brabant-wallon	100,00%	84,8%
Hainaut	99,7%	76,6%
Liège	93,6%	74,2%
Luxembourg	81,5%	38,3%
Namur	95,1%	63,7%
Fédération Wallonie-Bruxelles	96,8%	77,5%

1.6. Evolution technologique et pluralité des modes de diffusion

Selon les articles 8 g et 44, La RTBF s'engage à être un vecteur de veille et de développement technologique, et à ce titre, à suivre de près les développements relatifs à la société de l'information et aux nouveaux médias et de proposer aux usagers de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les applications médiatiques et techniques les plus adaptées de la société de l'information.

En 2013, la RTBF a lancé la radio filmée de Pure FM avec Pure Vision, diffusée sur Internet. Il est ainsi possible de visionner les émissions et le studio de Pure FM en direct, ainsi que les clips musicaux diffusés parallèlement au lancement de la chanson sur la radio.

Le département « RTBF Interactive » a lancé en 2013 une application de télévision de rattrapage pour la Sony PS3 et la PS4 de Playstation. Cette application permet aux utilisateurs de retrouver les programmes de la RTBF gratuitement pendant les 7 jours qui suivent leur diffusion en télévision sans décodeur et gratuitement.

La RTBF déclare par ailleurs qu'il n'y a pas eu de développement supplémentaire pour la tv hybride en 2013. Pour rappel, lors de l'exercice 2012, la RTBF avait lancé, en plus de ses premières pages HbbTV, son application sur la tv connectée de marque Samsung permettant d'accéder au contenu de rattrapage de la RTBF sans décodeur et gratuitement.

La RTBF avait également mis en place l'application RTBF disponible sur les appareils IOS (iPhone et iPad), Android (smartphones et tablettes) et windows 8 (tablettes et PC, mais pas encore les smartphones windows), donnant accès à l'actualité « Info », « Sport », « Culture » et « Tendances », au programme TV

de la soirée, aux 5 radios en live, au service « Livecenter », au site « Vidéo » et à la météo. Enfin, la RTBF a créé une chaîne sur la plateforme de Youtube permettant d'accéder gratuitement à du contenu de rattrapage.

2. Production

2.1. Production propre (art. 11)

En télévision

La RTBF a pour obligation de diffuser au moins 9 heures quotidiennes de programmes télévisés produits en propre. Pour l'exercice 2013, la RTBF déclare avoir proposé, sur ses trois services cumulés, une moyenne quotidienne, en ce compris les éventuelles rediffusions effectuées d'une année à l'autre, de 28 heures 20 minutes, parts en coproductions comprises.

Après vérification, sur base des informations transmises par la RTBF, le Collège établit la durée de la production propre à 14 heures 8 minutes (hors rediffusions datant de 2013, hors multidiffusion dans les participations RTBF en coproduction). Cette production propre, suivant les règles qui étaient en vigueur dans le cadre du précédent contrat de gestion, se serait élevée à 9 heures 53 minutes (sans les programmes de radio filmée et les rediffusions d'une année sur l'autre). L'obligation est rencontrée.

Le Collège salue la qualité des données fournies par la RTBF pour l'exercice 2013.

En radio

La RTBF a l'obligation de produire minimum 18h par jour et par service. Avec un minimum de 21h pour chaque service, l'obligation est largement remplie.

2.2. Productions « transmédia » (art. 10)

La RTBF démontre qu'elle a porté un intérêt particulier à la production de programmes « transmedia » « en s'appuyant sur les spécificités de chaque média partie prenante à la production ou à la diffusion dudit programme » (article 10 §3). La RTBF déclare que « les projets sont désormais pensés transmédiés ». Elle cite en exemple le cas du documentaire « *Le Prince charmant* » ou la web série « *Typique* ». L'éditeur ajoute que son objectif est de « chercher des formats TV qui ont aussi une vie sur d'autres médias » et souligne sa volonté d'« utiliser la spécificité de chacun des médias ».

Le CSA constate que la RTBF a développé lors de l'exercice suivant, en 2014, un site présentant ses créations transmédia : <http://www.rtbef.be/webcreation/transmedia>. « *Le Prince charmant* » par exemple se décline notamment sur la télévision, internet et la radio.

2.3. Mise à disposition des infrastructures (art. 16.2)

Selon des modalités qu'elle fixe, la RTBF doit mettre des éléments de son infrastructure de production à disposition des artistes-interprètes de la Communauté française et de ses producteurs audiovisuels indépendants.

Lors des trois derniers contrôles annuels, le CSA et la RTBF ont échangé plusieurs courriers relatifs aux implications concrètes de cette mise à disposition.

Dans son avis relatif au contrôle de la RTBF pour l'exercice 2011, le Collège clarifiait les contours de la mise à disposition : « *elle doit être comprise comme une participation de la RTBF à la concrétisation de projets créatifs en Communauté française (production de pilotes, de maquettes, de programmes...). Elle n'a de sens que dans la mesure où elle sert en premier lieu les intérêts des créateurs. En effet, si la contrepartie de cette mise à disposition peut prendre la forme d'une acquisition par la RTBF des droits de diffusion du contenu produit (article 16.2 du contrat de gestion), cette dernière ne saurait être réduite à un accès aux studios dans le cadre de l'enregistrement d'un programme de la RTBF. Auquel cas, elle se confondrait avec les objectifs de l'éditeur en matière de culture (valorisation des talents de la Communauté française) et perdrait son objet puisque toute prestation d'un artiste dans un programme produit par la RTBF pourrait être valorisée comme rencontrant l'objectif. (...) La mise à disposition implique donc la possibilité pour un créateur d'accéder contre rémunération à l'infrastructure technique de la RTBF afin de mener son processus créatif en toute indépendance par rapport aux objectifs programmatiques de l'éditeur. La rémunération pourra prendre la forme d'une acquisition des droits de diffusion dans le cas où le contenu produit est susceptible d'intéresser la RTBF mais ce mode de rémunération ne saurait être automatique du fait d'une interdépendance totale entre la mise à disposition et la diffusion ».*

Le rapport initial de la RTBF détaille à nouveau les démarches entreprises par ses soins en vue de définir les conditions de location de ses installations de « Médiarives » (studios 40 et 41). L'éditeur semble développer une réelle stratégie commerciale de rentabilisation de ces infrastructures (intendance, tarification, promotion). Pour rappel, lors de récents contrôles, le Collège soulignait l'utilité de ces réflexions tout en émettant « *une réserve quant à la voie qui semble celle choisie par l'éditeur pour concrétiser l'article 16.2 de son contrat de gestion. En effet, la configuration de certaines installations de « Médiarives » semble a priori disproportionnée au regard des besoins d'une majorité des artistes-interprètes et des producteurs audiovisuels indépendants de la Communauté française* ».

D'ailleurs, lors du contrôle annuel de l'exercice 2010, le Collège prenait bonne note de l'argumentaire de la RTBF, qui justifiait la faiblesse de la concrétisation de l'article 16.2 du contrat de gestion par les travaux entrepris dans ses studios de Reyers. Le Collège constate toutefois que la RTBF n'a pas clarifié depuis lors les « modalités » de mise à disposition de ces infrastructures.

En réponse à une demande d'information complémentaire, la RTBF déclare n'avoir refusé aucune sollicitation. Le Collège considère néanmoins qu'il est prématuré de conclure à une absence de demande étant donné que la possibilité de mise à disposition et ses modalités ne semble pas suffisamment connue du secteur.

La RTBF rappelle régulièrement que l'article 16.2 de son contrat de gestion n'est qu'une obligation de moyens et non de résultats. Force est de constater que les moyens consistent en la clarification des modalités de la mise à disposition.

En conséquence, conformément à l'article 16.2 du contrat de gestion, le Collège invite la RTBF à « fixer les modalités » de mise à disposition de ses infrastructures (studios disponibles, créneaux horaires, tarifs...) et à donner à ces informations une visibilité suffisante sur son site internet, en identifiant notamment un point contact.

2.4. Production indépendante (art.12)

Investissements

Dans le cadre de sa mission de service public consistant à soutenir et promouvoir la création artistique en Fédération Wallonie-Bruxelles, la RTBF a pour mission d'entretenir des partenariats étroits avec les producteurs audiovisuels indépendants.

À cet égard, le quatrième contrat de gestion prévoit, pour l'année 2013, l'affectation par l'éditeur d'un montant minimum de 7.200.000 € dans des contrats passés avec des producteurs audiovisuels indépendants, dont la résidence, le siège d'exploitation ou le siège social est situé en Région de langue française ou en Région bilingue de Bruxelles-Capitale.

Après vérification, le Collège établit que la RTBF a affecté un montant total de 7.322.490 € à cette obligation¹ pour 2013, ce qui représente une augmentation de 2% par rapport à l'exercice précédent. L'obligation est rencontrée.

Détail des montants affectés à la production indépendante

COPRODUCTIONS 2012	Numéraire (€)	Services (€)	Total (€)
Téléfilms	1.645.000		1.645.000
Films (long métrages)	447.203	265.862	713.065
Documentaires	1.230.285	279.660	1.509.945
Animations	290.000		290.000
Courts métrages	22.600		22.600
Fonds spécial pour les séries belges – Provisions ²	1.440.000		1.440.000
Esprits de famille (projet 360°) – Provisions ³	40.000		40.000
Total coproduction	5.115.088	545.522	5.660.610
Emissions de flux produites en tout ou en partie en sous-traitance	1.661.880 €		1.661.880 €
Total affecté à la production indépendante	6.776.968	545.522	7.332.490
Proportions (%)	92,6%	7,4%	100%
Proportion par rapport à l'engagement minimum	94,1%		

Le contrat de gestion impose que 50% des investissements soient consacrés à des œuvres dites « majoritaires »³. L'objectif est atteint puisque ces dernières représentent 61% des montants investis. Une réserve doit toutefois être exprimée s'agissant des montants affectés au fonds séries. En effet, ceux-ci étant en grande partie provisionnés, la confirmation de leur utilisation conforme au décret ne pourra intervenir que suite à leur affectation concrète.

Plus de la moitié des budgets consacrés à la coproduction (92,6% du montant total) ont été affectés en numéraire conformément à l'article 12.4.1, b) du contrat de gestion.

¹ Ce montant s'entend hors fonds et moyens levés par la société de *tax-shelter* filiale de la RTBF (Casa Kafka Pictures) ou par toute autre société similaire, conformément à l'article 10.3 *in fine* du contrat de gestion.

² Voir ci-dessous quant à l'affectation de ces provisions.

³ 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.

Pourcentage d'œuvres majoritaires (par genre)

Œuvres majoritaires			
Genre	Majoritaires (€)	Total genre (€)	% Majoritaires
Courts métrages	22.600	22.600	100%
Téléfilms		1.645.000	0%
Documentaires	1.227.527	1.509.945	81%
Fonds séries belges	1.480.000	1.480.000	100%
Films (longs métrages)	488.968	713.065	69%
Animation	260.000	290.000	90%
Total	3.479.095	5.660.610	61%

- La RTBF a investi 5.660.610€ dans des programmes de stock. Ce montant représente 78,6% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 70% prévu à l'article 12.4.2.a du contrat de gestion est respecté.
- La RTBF a investi 1.509.945€ dans des documentaires. Ce montant représente 21% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 20% prévu à l'article 12.4.2.b du contrat de gestion est respecté.
- La RTBF a investi 1.440.000€ dans le « fonds spécial pour les séries belges ». Ce montant représente 20% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le seuil de 20% prévu à l'article 12.4.2.c du contrat de gestion est respecté.
- La RTBF a investi 1.661.880€. dans des programmes de flux. Ce montant représente 23,1% de l'engagement minimum. Le Collège constate que le plafond de 30% prévu à l'article 13 du contrat de gestion est respecté.

Fonds spécial (art. 12.5)

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. En application de l'accord-cadre du 2 mars 1994 conclu entre le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF, cette dernière dispose d'un droit de tirage sur ce fonds d'un montant de 1.368.681,00 € pour 2013, pour la coproduction de longs métrages, documentaires et courts métrages (cf. tableau ci-dessous).

Ce droit de tirage est en baisse par rapport à l'exercice 2012 (1.914.679 EUR). En effet, suite à l'adoption du nouveau contrat de gestion de la RTBF, et compte tenu de la priorité qui y est accordée au développement de séries télévisuelles belges de fiction, les montants du Fonds spécial antérieurement consacrés aux téléfilms et séries, soit 545.998 EUR, ont été réaffectés à partir de 2013 au nouveau Fonds FWB/RTBF pour les séries télévisuelles belges (voir ci-dessous).

Dans son bilan 2013, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel admet les montants engagés par la RTBF dans le cadre du fonds spécial sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir. Le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel a donc constaté l'exercice correct du droit de tirage par la RTBF sur le Fonds Spécial pour l'exercice 2013.

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	31,3%
Courts métrages	40.000	2,9%
TOTAL	1.368.681	100%

En contrepartie de ce droit de tirage, l'éditeur a l'obligation d'investir, sur ses fonds propres, un montant minimum de 1.079.317,59 € pour 2013⁴.

Dans son bilan 2013 et sous réserve, dans certains cas, de la vérification d'informations complémentaires encore à fournir, le CCA constate que les investissements consentis par l'éditeur en contrepartie de ce droit ont atteint 2.180.609€ pour 2013⁵. Ces montants sont compris dans l'engagement global de la RTBF dans la production indépendante détaillé ci-dessus. Ils révèlent un excédent d'engagement de 1.101.291,41 € par rapport à l'obligation prévue par l'accord-cadre du 2 mars 1994.

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 qu'il perçoit, déduction faite de la T.V.A. et des commissions de régie publicitaire. Ces recettes nettes de publicité représentant 21,32%⁶ des recettes totales de l'entreprise pour l'exercice 2013, aucune affectation complémentaire au Fonds spécial ne s'imposait pour 2013.

Fonds séries (art. 12.4.3)

Pour 2013, ce fonds a été alimenté par la RTBF à hauteur 1.440.000€, soit exactement le montant prévu par le contrat de gestion (cf. supra).

La RTBF s'est engagée à « mener des stratégies de financement coordonnées en vue de créer un effet de levier destiné à développer une industrie de production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires, impliquant toutes institutions publiques et sociétés privées intéressées ». Conformément à l'article 12.4.2.c du contrat de gestion, ces « séries locales et populaires peuvent valoriser l'identité de la Fédération Wallonie-Bruxelles et des régions qui la composent, par leur ancrage en Fédération Wallonie-Bruxelles ou par la mise en valeur de son, patrimoine ». L'objectif que se fixe la RTBF est d'atteindre progressivement la mise à l'antenne, au terme du quatrième contrat de gestion, d'un épisode de série télévisuelle belge francophone par semaine.

Outre la contribution de la RTBF, ce fonds séries est alimenté chaque année de :

- 545.998 € constants, provenant du fonds spécial visé ci-dessus ;
- 800.000 € complémentaires engagés par la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Le « fonds spécial pour les séries belges » peut en outre être soutenu par toute institution ou société privée désireuse de s'associer au projet.

⁴ Ce montant est également inférieur à celui de l'obligation 2012 (1.511.015,17 €) dès lors qu'il est calculé en proportion de l'enveloppe globale du Fonds Spécial, elle-même revue à la baisse en 2013 (voy. supra).

⁵ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, « Production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles – le bilan 2013 », http://www.audiovisuel.cfwb.be/index.php?id=avm_bilancca, pp. 79-82 (avec détails des montants par contrat).

⁶ Cf. ci-dessous, point concernant les recettes publicitaires de l'éditeur.

Les modalités de fonctionnement du fonds séries sont fixées dans une convention conclue le 22 janvier 2014 entre le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et la RTBF. Celle-ci prévoit notamment que les différentes contributions annuelles au fonds peuvent faire l'objet d'un report sur les années ultérieures s'ils n'ont pas pu être totalement affectés au cours de l'année concernée (art. 2). Elle prévoit également sous quelles formes et à quelle hauteur le fonds peut intervenir annuellement dans le développement de la production de séries (art. 3). Il peut s'agir d'apports (i) pour le développement de la bible et des synopsis, (ii) pour le développement des versions dialoguées de projets de plus de dix épisodes, (iii) pour la réalisation d'un pilote court et (iv) pour la production de projets de 10 épisodes.

Le choix des projets bénéficiant du fonds séries revient à un Comité de sélection (art. 4 de la convention).

Pour rappel, la RTBF avait décidé d'alimenter anticipativement le fonds séries. Dès 2012, un montant de 630.000 €, initialement prévus pour des coproductions de séries en 2012, a fait l'objet d'un report 2013 pour versement au Fonds séries. En conséquence, le total affecté à la production indépendante en 2012 était inférieur de 105.697€ par rapport aux prescrits du contrat de gestion. Cette faculté de report d'investissement n'était formellement pas prévue mais le Collège avait pris en considération l'engagement formulé par la RTBF de « *participer activement à l'objectif d'accroître la production de séries télévisuelles belges francophones, locales et populaires* ». Toutefois, le Collège précisait qu'il veillerait à la bonne affectation en 2013 de l'engagement de 105.697€ reporté⁷.

Pour l'exercice 2013, la RTBF déclare avoir investi 303.260€ à la production de la première saison de la série « *Esprits de Famille* ». Ce montant est imputé sur la provision de 630.000 € comptabilisée en 2012. Cette dernière n'est donc pas utilisée pour une coproduction suivant les modalités du fonds séries visés ci-dessus mais dans le cadre d'une coproduction distincte initiée par la RTBF. L'éditeur déclare en outre qu'un montant de 40.000€ est réservé sur les budgets 2013 en vue d'un projet « 360° » consistant à intégrer le téléspectateur dans la série (via le générique et l'incrustation d'éléments dans les épisodes).

Affectation des provisions 2012 pour la production de séries

Provisions affectées en 2012	630.000 €
Utilisation en 2013 (<i>Esprits de Famille</i>)	- 303.260 €
Solde	326.740 €
+ provisions affectées en 2013 (projet 360° pour <i>Esprits de Famille</i>)	+ 40.000 €

Pour l'exercice 2013, la RTBF déclare avoir affecté un montant de 1.440.000 €. À ce montant s'ajoutent 545.998 € provenant du fonds spécial et 800.000 € provenant de la Fédération Wallonie-Bruxelles (voir supra).

Le rapport annuel 2013 du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel fait état de l'utilisation du fonds séries pour le développement (bible et synopsis) de dix projets pour un montant de 48.000 € chacun⁸.

Alimentation et interventions du fonds séries en 2013

	RTBF	Fonds spécial	FWB
Apports 2013	1.440.000 €	545.998 €	800.000 €
		1.345.998 €	
Affectations 2013	240.000 €	240.000 €	

⁷ Avis du Collège n°118/2013, Contrôle de la réalisation des obligations découlant du contrat de gestion de la RTBF pour l'exercice 2012, p. 14.

⁸ Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, *op. cit.*, pp. 84 et s. reprenant la liste des projets sélectionnés.

		(doit de tirage)
Solde	1.200.000 €	1.105.998 €

Dans la perspective du contrôle prochain, le Collège invite la RTBF à fournir le détail de l'affectation des provisions 2012 et des apports annuels successifs au fonds séries, de manière à démontrer la conformité au contrat de gestion des investissements en coproduction consentis, notamment sur les critères d'œuvre majoritaire et d'indépendance des producteurs.

2.5. Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (art. 25.5 d) & art. 56.2 CG)

La RTBF a pour obligation de verser au Fonds d'Aide à la Création Radiophonique (FACR) 2% du produit de ses recettes nettes de publicité commerciale en radio. L'éditeur déclare avoir versé un montant de 431.351 € en 2013 et le FACR confirme ce versement dans son bilan. Ce montant correspond à l'aide calculée sur base des recettes publicitaires commerciales nettes en radio de 21.567.549,91 € pour l'année 2012.

Quant aux recettes publicitaires commerciales en radio pour l'exercice 2013, elles s'élèvent, d'après les chiffres déclarés à la Fédération Wallonie-Bruxelles, à un montant de 23.115.782,50 €. Sur cette base, la contribution au FACR due par l'éditeur en 2014 est fixée à 462.315,65 € ce qui représente une hausse de 30.964,65 € (+7,18%).

Contribution de la RTBF au FACR

	Contribution FACR	Evolution en €	Evolution en %
2008	265.995,45 €		
2009	261.008,32 €	-4.987,13 €	-1,87%
2010	304.174,79 €	+43.166,47 €	+16,54%
2011	354.310,78 €	+50.138,99 €	+16,48%
2012	387.246,36 €	+32.935,58 €	+9,30%
2013	431.351,00 €	+44.104,37 €	+11,39%
2014	462.315,65 €	+30.964,65 €	+7,18%

S'agissant de l'obligation de diffuser annuellement des programmes financés par le FACR à concurrence de 20 heures, l'éditeur déclare, pour 2013, avoir diffusé des œuvres soutenues par le FACR au sein des programmes « Par Ouï Dire » (du lundi au vendredi, de 22h05 à 23h) et « Eldorado » (le dimanche de 22h05 à 23h) sur La Première. La RTBF y a également diffusé des œuvres financées par « Du côté des ondes », le programme d'aide aux projets de création radiophonique soutenu par la RTBF, la Promotion des Lettres, la SACD-SCAM Belgique, et la SACD France.

La RTBF indique avoir diffusé :

- 24 productions soutenues par le FACR pour une durée de 22 heures ;
- 11 coproductions FACR / « Du côté des ondes » pour une durée de 10 heures ;
- 7 productions uniquement financées par « Du côté des ondes » pour une durée de 6 heures 25 minutes ;
- 23 rediffusions pour une durée de 21 heures.

Avec un total déclaré de 53 heures d'œuvres de création radiophonique diffusées en 2013 (les œuvres uniquement soutenues par « Du Côté des Ondes » ne sont pas comptabilisées), l'obligation est largement rencontrée.

Soumission de projets

Le contrat de gestion de la RTBF l'invite à mener une politique de contrats harmonisée avec des producteurs audiovisuels indépendants (art. 12.1 et 12.2). À ce propos, l'éditeur déclare : « *il existe des modèles de conventions de coproduction établies en collaboration avec le département juridique et la direction des antennes en accord avec les associations professionnelles et la Fédération Wallonie-Bruxelles. Celles-ci ont d'ailleurs fait l'objet d'un protocole d'accord en date du 19 décembre 2011* ».

En outre, l'article 12.7 de son contrat de gestion impose à la RTBF d'informer les producteurs audiovisuels indépendants qui lui remettent des projets de coproductions de ses choix à leur égard, en soulignant les qualités et défauts qui les ont guidés.

La RTBF transmet dans son rapport annuel un tableau qui synthétise les procédures suivies dans ce cadre en fonction des genres desquels relèvent les projets reçus. La RTBF précise sur ce point que les producteurs ayant participé à l'appel à projet pour les séries belges ont été informés des suites données aux projets déposés sur cette base et que les lettres de refus ont été transmises en version électronique.

La RTBF doit appliquer un suivi du même ordre à l'égard des suggestions de programmes qui émanent des membres de son personnel (article 62 du contrat de gestion). Sur ce point, l'éditeur décrit sa procédure d'élaboration des grilles de programmes et déclare stimuler la créativité via des appels à projets.

2.6. Archives et plateforme pédagogique avec la Sonuma (art. 17)

Exploitation des archives

L'article 17 § 1^{er} du contrat de gestion demande que la RTBF poursuive « *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* ».

La RTBF déclare que « *la SONUMA poursuit le travail de numérisation des archives RTBF et a finalisé la numérisation des supports magnétiques vidéo. Ces médias sont progressivement mis à disposition des équipes RTBF via l'outil Tramontane SONUMA* ». La RTBF constate une recrudescence de l'utilisation d'archives dans les productions et dans l'Info et que « *le point culminant en 2013 fut le triptyque « Vos Années Télé » fêtant les 60 ans de télévision en Belgique, qui fut accompagné d'un livre, d'un DVD ainsi que d'un jeu édité en collaboration avec ASMODE* ». Pour l'année 2013, l'éditeur déclare que 7.235 clips pour 563 heures d'archives ont été rapatriés de la SONUMA vers la RTBF.

La RTBF annonce qu' « *un marché d'indexation a été attribué fin 2013* » et qu'en ce qui concerne la valorisation, « *l'équipe commerciale continue l'exploitation du fonds d'archives et a initié fin 2013 un accord avec la plateforme INAMEDIAPRO pour mettre à disposition de cet outil de recherche (utilisé par plus de 16.000 professionnels à travers le monde) une sélection d'archives* ». L'éditeur cite les différents programmes qui ont exploité les archives sur l'ensemble des trois chaînes de télévision, ainsi que sur le web et les radios. La RTBF déclare enfin « *40 000 heures d'émissions numérisées ces deux dernières années par la SONUMA* ».

Mise à disposition des archives

L'article 17§2 demande que la RTBF soit attentive à ce que « la SONUMA mette ces archives à disposition des différents secteurs intéressés (...) » et à ce que la SA « accélère la mise à disposition et l'accessibilité de ces archives à tous les publics ».

La RTBF constate que « les demandes des professionnels sont gérées directement par l'équipe commerciale de la SONUMA. Le site public www.sonuma.be constitue une vitrine promotionnelle des archives et de nombreuses demandes de recherches sont déclenchées suite à des consultations de ce site ».

Par ailleurs, la RTBF déclare que la SONUMA travaille à une mise à disposition des archives au grand public dont la mise en œuvre est prévue pour 2015.

L'éditeur fait remarquer que « de plus en plus d'expositions et événements publics ont requis l'usage d'archives provenant de la SONUMA : Golden Sixties, Territoires de la mémoire, Sax200, Expo Radio 100 ans, Institut d'histoire sociale, musée Wellington, Centre culturel Botanique, Centre national AV en Santé, Europalia, Musée des Transports en commun de Liège, Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique, Office, de Tourisme de Lessines, MSF, OXFAM, Station Astronomique de Reux, Fédération du Tourisme de la Province de Liège, etc ».

Plateforme numérique

Enfin, la RTBF doit développer « avec la SA SONUMA et la FWB une plateforme numérique de coopération entre les trois parties précitées, permettant la mise à disposition de contenus audiovisuels, spécialement informatifs ou documentaires, à destination des professeurs et des élèves (...) » (article 17 § 3).

La RTBF déclare que « la plateforme de concertation entre la RTBF, le ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles et les différents secteurs de l'Audiovisuel, de la Culture, de la Jeunesse, de l'Éducation aux médias, de l'Éducation permanente et de l'Enseignement de la Fédération Wallonie-Bruxelles s'est réunie une première fois le 24 avril 2013 » afin de faire le point sur l'évolution du dossier de création d'un site web destiné aux enseignants pour la diffusion des archives de la RTBF.

La RTBF décrit diverses réunions à l'issue desquelles « des représentants de l'Administration générale de l'enseignement et de la recherche scientifique ont ensuite rencontré des membres de la Sonuma » et que « plusieurs ressources télévisuelles, classées par thème ou par dossier, sont déjà disponibles sur son site ».

La RTBF annonce enfin qu'un « chef de projet a été nommé par la Fédération Wallonie- Bruxelles », qu'elle « travaille sur une proposition de structure de site » et qu'enfin un dossier a été soumis au Ministre dans l'objectif de dégager une enveloppe budgétaire.

3. Information

3.1. Déontologie de l'information

Le renforcement de la cohésion sociale, la qualité et le respect des pratiques en matière d'information et de déontologie journalistique sont garantis, selon l'éditeur, par la structure de la direction de l'information prévoyant notamment un encadrement permanent des équipes de rédaction, mais aussi par 3 textes fondamentaux :

- La déclaration de l'Union européenne de radiodiffusion (UER) relative aux valeurs fondamentales des médias de service public ;
- La Charte des valeurs de l'entreprise, inspirée directement de la déclaration de l'UER ;
- Le règlement d'ordre intérieur relatif au traitement de l'information et à la déontologie du personnel.

Ce code, qui doit être adapté, intègrera le guide d'usage des réseaux sociaux, adopté au Conseil d'administration en décembre 2013.

L'éditeur déclare également que sa société des journalistes (SDJ), association de fait créée le 25 janvier 2005, tient tous les membres du personnel informés de ses activités via un site disponible en interne. Outre ses statuts, composition du bureau et modalités d'accès, elle y diffuse ses communiqués ainsi que les comptes rendus des rencontres ou questions posées aux membres de la hiérarchie de l'information ou de l'entreprise.

L'éditeur rappelle que les statuts de la SDJ prévoient que *« tout journaliste de la RTBF jusque et y compris le grade de secrétaire de rédaction est, s'il le souhaite, membre de la Société des journalistes de la RTBF, à l'exception de ceux ou celles ayant travaillé au sein d'un cabinet politique dans les deux années précédentes. Tout membre peut participer aux délibérations de l'association. La participation aux décisions implique d'être en ordre de cotisation »*.

3.2. En télévision

En télévision, l'éditeur concrétise l'obligation de diffuser au moins trois journaux d'information générale par jour, à savoir « Le 13h00 », le « 15 minutes », « Le 19h30 » et « Le 12 minutes », diffusés sept jours sur sept, excepté le « 15 minutes » programmé seulement du lundi au vendredi. Un nombre de 45 éditions spéciales sont également recensées en 2013.

La RTBF remplit également son obligation de diffuser un journal d'information générale destiné à la jeunesse du lundi au vendredi, hors vacances scolaires, selon un horaire approprié : en 2013, 247 éditions des « Niouzz » ont ainsi été diffusées à 17h30 puis à 20h05 avec traduction gestuelle sur la Trois, et rediffusées le lendemain à 7h30 pour l'édition avec traduction gestuelle et à 9h00 pour l'édition « classique ».

La RTBF produit deux programmes bimensuels d'investigation, d'enquête et de reportage en dehors des périodes d'été et de congé : « Questions à la Une » (26 éditions en 2013) et « Devoir d'enquête » (25 éditions en 2013). Elle diffuse un programme de débat hebdomadaire, « Mise au point », excepté durant les périodes d'été et de congés (41 éditions).

Elle produit également, en télévision, outre les différents JT, des entretiens d'actualité hebdomadaires : « le Bar de l'Europe » (sur la Trois), et « L'Indiscret » (sur la Une).

Sur l'actualité et les enjeux internationaux, l'éditeur mentionne les programmes « Coup de pouce pour la planète » (hebdomadaire, jusque fin juin 2013), « 7 jours pour la planète » (5 éditions en septembre, octobre et novembre), « C'est ça l'Europe » (8 éditions à un rythme mensuel excepté les mois d'été) et « le Bar de l'Europe » (hebdomadaire, 40 éditions).

Sur l'ensemble de ces programmes en télévision, la RTBF remplit donc ses obligations contractuelles.

3.3. En radio

En radio, l'éditeur remplit amplement sa mission de diffuser plusieurs journaux et séquences d'information générale par jour sur une chaîne généraliste puisqu'il diffuse, sur La Première, 31 journaux quotidiens, rappels des titres et flashes d'information générale du lundi au vendredi, 25 le week-end et les jours fériés.

En radio, l'information régionale est présentée dans « Le Tour des Régions » du lundi au vendredi sur la Première. En outre, Vivacité diffuse des émissions en décrochage entre 6h30 et 9 heures, vers dans les régions de Bruxelles, Liège, Charleroi, Namur et Mons. (24 décrochages par semaine).

La RTBF remplit largement son obligation de diffuser différents programmes de débats, forums ou entretiens d'actualité avec « Face à l'Info » et « La semaine de l'info » (du lundi au vendredi), « L'invité de matin Première » (du lundi au vendredi), « L'invité de Soir Première » (du lundi au vendredi), « Forum : Connexions » (du lundi au vendredi), « L'expresso » (du lundi au vendredi), « Le témoin du vendredi » et « CQFD » (du lundi au jeudi, depuis septembre 2013).

Elle diffuse plusieurs programmes consacrés à l'actualité internationale : notamment les séquences « Carnet du monde » et « Histoire du monde » et « Aujourd'hui en Europe » dans Matin Première (du lundi au vendredi), « la Semaine de l'Europe » (hebdomadaire), « Afrik'hebdo » (hebdomadaire). Les programmes « Entre Première », « Transversales » et « Face à l'info » traitent également régulièrement de l'actualité internationale.

Sur l'ensemble de ces programmes en télévision, la RTBF remplit donc ses obligations contractuelles.

3.4. Nouvelles plateformes

Le JT est diffusé en live sur le site RTBF.be/info. Conformément au prescrit du contrat de gestion, les contenus d'information (type journal télévisé et météo) sont ensuite disponibles gratuitement. Les journaux peuvent également être consultés en séquences individuelles.

En sus de ces obligations, des dossiers d'information spécifiques ont également été mis en ligne relatifs notamment à la guerre au Mali, à l'avenir de la SNCB, à ArcelorMittal et à la sidérurgie liégeoise, à l'alimentation, à la présence des Belges à Cannes, aux suites de la faillite des banques, à la réélection d'Angela Merkel, à l'e-cigarette, aux élections de 2014,...

Le site web de l'info donne aux expatriés l'accès à toute l'information de la RTBF. L'éditeur fournit les chiffres de fréquentation de son site rtbf.be/info à partir de différents pays européens et notamment du Canada et des Etats-Unis.

La RTBF déclare développer des solutions innovantes pour diversifier son offre d'information en fonction de ses publics notamment : différents formats de JT, programmes informatifs en prime-time (« On n'est pas des pigeons »), séquences en phase avec les évolutions sociétales (« Quel temps ! », « Made in Belgium »), interactivité (« Connexions »), apport d'informations de proximité via les smartphones et « *investissement dans des véhicules permettant à tous les médias de recueillir de l'information, de tourner et monter des images, mais aussi de diffuser du contenu sur toutes les plateformes* », de manière à assurer la disponibilité des contenus d'information sur internet et les réseaux sociaux.

3.5. Modération sur les plateformes numériques

Pour assurer la modération dans ses relations interactives avec le public, la RTBF « *n'ouvre les commentaires sur son site info* » que si un modérateur est présent pour filtrer les messages. Des formations sur l'usage des réseaux sociaux sont également organisées en interne par la RTBF Academy.

Néanmoins, l'éditeur signale que tout contrôle a priori sur les réseaux sociaux « *est techniquement impossible* » et la réaction n'aura lieu qu'à posteriori, soit sur la base de réactions de tiers, soit sur la base de ses propres constatations.

En tant qu'administrateur, la RTBF peut en effet supprimer des commentaires sur base de critères propres (issus des obligations légales ou une « ligne de conduite définie »), voire bannir des internautes ayant des comportements illicites.

La RTBF dispose également d'une équipe de coordinateurs des réseaux sociaux, en sus des « administrateurs de pages ».

Dans sa modération, l'éditeur privilégie le principe de la liberté d'expression dont les limitations s'interprètent « *de manière stricte et proportionnée* ».

La RTBF a établi des contacts avec divers acteurs disposant de solutions d'authentification pouvant être implémentées sur ses sites et notamment avec Media ID, plateforme de paiement commune, permettant aux internautes d'utiliser un même profil sur tous les sites d'information belges. Il s'agit d'un outil personnel de connexion et de paiement offrant un accès à des sites de médias, des applications et des services.

L'éditeur a adopté un « *guide des bons usages des réseaux sociaux* » destiné à ses employés et collaborateurs. Celui-ci insiste entre autres sur l'identification des auteurs de « posts », l'usage des paramètres de confidentialité, la rédaction de contenus respectueux, responsables et pertinents ou encore l'esprit d'entreprise.

4. Éducation permanente (art. 28)

La RTBF doit traiter dans ses programmes, de manière transversale, des questions relatives à l'éducation permanente et à la pédagogie des enjeux démocratiques et notamment des questions liées au renforcement du lien social, à la responsabilisation individuelle et collective, au rôle des relations familiales et intergénérationnelles, à l'intérêt de l'engagement citoyen et des jeunes en particulier.

En outre, l'éditeur doit, dans sa programmation, contribuer à la formation, l'éducation et l'information des consommateurs, la sensibilisation à l'environnement, au cadre de vie et au développement durable, l'éducation à la santé et la vulgarisation scientifique, la compréhension de la vie sociale, politique et économique, la critique des stéréotypes et des préjugés et la prévention des discriminations, l'information et l'engagement des jeunes, la parentalité, les questions éducatives, l'éducation aux médias et à la citoyenneté.

L'éditeur déclare diffuser, en tv comme en radio, de programmes qui traitent de manière transversale des questions d'éducation permanente.

4.1 En télévision

L'éditeur qualifie plusieurs de ses programmes comme relevant de l'éducation permanente. Il cite notamment :

- « Les Belges du bout du monde » (mensuel sur La Une) : expériences et histoires de Belges expatriés ;
- « Le jardin extraordinaire » (hebdo sur La Une) : nature et environnement ;
- « Matière grise (hebdo sur La Une et La Deux) : magazine scientifique ;
- « Reflets sud » (hebdo sur La Deux et La Trois) : regard sur les pays du sud ;
- « Tout ça (ne nous rendra pas le Congo) » (mensuel sur La Une et La trois) : « *la vie au jour le jour, sans concession, de personnes ordinaires ou non* » ;
- « MediaLog » (mensuel sur La Deux et La Trois) : médiation et éducation aux médias ;
- « *Alors on change !* » (mensuel sur La Deux/La trois) : programme coproduit avec 7 télévisions locales qui met en évidence les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis actuels.

4.2. En radio

L'éditeur identifie plusieurs programmes (art. 28.2), dont une majorité sur La Première et sur Vivacité, qui abordent des thématiques telles que :

- Le décryptage de l'actualité : « Le forum de midi » (La Première) ou « La semaine de l'Europe » (La Première)
- Le débat de société : « Face à l'info » (La Première) ou « c'est vous qui le dites » (Vivacité)
- La découverte de l'autre : « Transversales » (La Première) ou « Eldorado » (La Première)
- La famille et l'affect : « Parlez-moi d'amour » (La Première) ou « La vie du bon côté » (Vivacité)
- L'environnement comme « Planète Première » (La Première) ou « Grandeur Nature » (Vivacité).
- La santé : « O positif » (La Première)

Concernant la présentation de diverses manifestations de la vie associative (art. 28.3), l'éditeur indique notamment les programmes « O Positif » et « Utopia » sur La Première, « Faut pas chercher » et « La vie du bon côté » sur Vivacité ou encore « Bang Bang » sur Pure FM.

4.3. Nouvelles plateformes

Parmi les programmes qui traitent de manière transversale des questions d'éducation permanente diffusés en tv comme en radio, ceux dont elle détient les droits sont aussi disponibles sur son site internet et sur l'ensemble des plateformes numériques en télévision de rattrapage, podcast ou vidéo à la demande.

A travers ces programmes, l'éditeur remplit ses objectifs en matière d'éducation permanente.

4.4. Éducation aux médias (art. 29, 36 alinéa 3, 1^{er} § et 37, alinéa 2)

En vertu de son contrat de gestion (art.29), la RTBF doit porter une attention particulière aux questions relatives aux médias électroniques et à la consommation publicitaire en diffusant sur les services audiovisuels qu'elle juge pertinents des programmes ou séquences répondant à ces objectifs. En outre,

la RTBF est tenue de renforcer sa collaboration avec le Conseil supérieur d'éducation aux médias et de nourrir avec celui-ci un dialogue régulier.

En télévision

L'éditeur déclare le programme « Medialog » (10 éditions en 2013), qui s'adresse « à tous les publics en usant d'une pédagogie claire et attractive ». L'émission déchiffre et explique les pratiques journalistiques, l'évolution du monde des médias et, plus globalement, tout ce qui se passe de l'autre côté de l'écran. Des professionnels du terrain témoignent de leur expérience, le processus de « fabrication » d'une émission est décodé. La rubrique « MediaFactory » explore le quotidien d'un métier de l'audiovisuel et la filière de formation ou le cursus pour y accéder.

Outre certaines séquences des JT et JP en relation avec l'actualité (Focus sur le phénomène « spotted » ou drague anonyme sur fb, la Une du Morgen censurée sur fb, Propos virulents anti-tagueurs, Focus sur la question « que fait-on avec vos photos sur fb ? », « Tecteo rachète l'Avenir,...»), des séquences de programmes spécifiquement consacrées à l'éducation aux médias sont également proposées dans « On n'est pas des pigeons » (14 séquences « Media Scanning » : sur le plagiat, le politiquement correct en télévision, la publicité comparative, les faux experts dans les publicités, le fonctionnement de wikipedia,...)

En radio

L'éditeur mentionne le programme « MediaTic » dans matin Première.

Des thématiques relatives à l'éducation aux médias sont traitées dans les programmes « Le Forum de midi » et « Connexions » (par exemple, Les cours universitaires en ligne, Faut-il du wifi partout ?, Internet la fin de la vie privée ?, Le sms a-t-il abîmé la langue française ? Journalistes français tués au Mali, l'information à tout prix ? Le réseau 4G, Le gaming est partout, L'E-commerce,...).

Sur Classic 21 sont diffusées hebdomadairement les rubriques « Surfons tranquille » (sensibilisation aux dangers d'internet) et « Media 21 » (actualité des médias et du web et son impact sur la culture et la scène rock) et sur VivaCité, certaines séquences du programme « A vos posts » consacré à l'actualité des réseaux sociaux.

Nouvelles plateformes

Les programmes de télévision et de radio dont la RTBF détient les droits sont disponibles en télévision de rattrapage, vidéos à la demande et podcast.

Sur l'ensemble de ces programmes, la RTBF remplit donc ses obligations contractuelles.

Hors antennes, la RTBF répond également à ses nouvelles obligations : elle entretient des contacts réguliers avec le CSEM (6 séances plénières, participation au groupe de travail « L'éducation aux médias tout au long de la vie », Salon de l'Education, participation au plan « Média Citoyenneté Diversité » du Carrefour des cultures...).

Elle participe également à des projets d'éducation aux médias en partenariat avec Media Animation, a développé en 2013 le projet d'éducation aux médias « What the fake ? » et organise des visites guidées en son sein.

Elle a également constitué un groupe de travail interne afin de rédiger son « Plan stratégique d'Education aux Médias », sur lequel le CSEM a été consulté. Ce plan, qui doit être mis en œuvre en 2014

conformément au contrat de gestion, a été adopté par le Conseil d'administration du 14 février 2014. Il comporte 6 axes prioritaires pour 2014 : la mise en avant des choix éditoriaux, la participation des publics, la production d'un programme sur les nouvelles technologies, des programmes pour les jeunes et les enfants, des visites guidées, une formation du personnel. Un groupe de pilotage a été mis en place avec le CSEM et le plan sera évalué annuellement.

Education aux médias pour les enfants et la jeunesse

En vertu de l'article 36, alinéa 2 de son contrat de gestion, la RTBF diffuse et offre à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, des programmes ou séquences de programmes d'éducation aux médias consacrés spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment du placement de produits), à l'internet et aux nouvelles technologies de l'information, destinés jeunes et plus particulièrement aux enfants ou aux adolescents.

La RTBF diffuse « Le petit journal des médias » (42 séquences dans le programme « On n'est pas des anges ») sur Pure FM dont les contenus « *ont été développés spécialement à destination des adolescents* », dans un programme qui leur est adressé.

Elle renseigne, pour 2013, 22 séquences de programmes spécifiquement consacrées à l'éducation aux médias dans les Niouzz (sur le hameçonnage, la tablette interactive, le salon des nouvelles technologies, le salon du jeu vidéo, le fairphone,...)

De plus, les élèves de classes du niveau fondamental participent activement à la réalisation des Niouzz, démarche qui procède bien de l'éducation aux médias.

Dans le cadre du projet OUFtivi Reporters également, des enfants de 8 à 12 réalisent des séquences sur des sujets d'actualité, grands événements culturels, sujets qui les préoccupent,...

L'article 37 du contrat de gestion précise que l'éditeur doit diffuser dans son journal d'information générale destiné aux enfants « *des séquences d'éducation aux médias consacrées spécifiquement au décryptage de la publicité (et notamment du placement de produits)* ». Le Collège constate qu'en 2013, une seule séquence d'éducation aux médias diffusée dans les Niouzz a trait à la communication publicitaire. Interrogé sur une éventuelle infraction à l'article 37, alinéa 2, l'éditeur signale qu'il a produit en 2014, 9 capsules relatives au décryptage de la publicité dans des capsules intitulées « A quoi ça sert ? » qui ont été « *initiées, scénarisées et produites en 2013* ». La RTBF fait valoir qu'il « *n'est pas toujours facile de produire et diffuser la même année* ». Le CSA, sous réserve d'un examen plus approfondi dans le cadre du contrôle de l'exercice 2014, constate en effet la présence de capsules de décryptage publicitaire dans les Niouzz diffusées en 2014 (exemples : « *Comment trafique-t-on les photos dans les publicités ?* » (27 février), « *La publicité est prête à tout pour nous séduire* » (24 septembre), « *Vous êtes nombreux à aimer les sites de jeux gratuits mais comment éviter les publicités présentes sur ces sites ?* » (12 mars), etc.). Les capsules « A quoi ça sert » ne semblent pas correspondre, par contre, à du décryptage publicitaire (« *A quoi ça sert une assurance* » (1^{er} mai), « *A quoi ça sert un pape* » (13 mars), etc.)

Considérant qu'il a pris en compte son obligation dès 2013 et que d'une part les capsules de décryptage susmentionnées sont diffusées dans son journal d'information générale destiné aux enfants, d'autre part que l'obligation pourrait être concrètement réalisée en 2014 sous réserve de l'examen du rapport annuel relatif à l'exercice 2014 de l'éditeur, le Collège n'estime pas opportun, à ce stade, d'adresser un grief à l'éditeur.

5. Culture

5.1 Missions transversales (art.24)

La RTBF doit veiller à ne pas réserver son offre culturelle à une ou des chaînes de radio ou de télévision, ni à des horaires restreints et doit faire en sorte que son offre culturelle soit diversifiée, cohérente et optimale en fonction de l'identité qu'elle donne à ses chaînes de radio et de télévision et en fonction des publics visés par ces mêmes chaînes.

- Bien qu'indiquant proposer des contenus culturels sur chacune de ses chaînes et notamment sur ses deux chaînes généralistes (La Une en TV et La Première en radio), la RTBF identifie plusieurs de ses services comme plus spécifiquement orientés vers la culture. En radio, son offre comprend entre autres trois chaînes principalement musicales (Musiq3, Classic21 et Pure FM). En télévision, La Trois et Arte Belgique proposent des programmes d'information et de promotion culturels à des heures de grande écoute tandis que La Deux diffuse, aux mêmes heures, des spectacles de scène ou musicaux.
- L'éditeur insiste sur le fait que de plus en plus de ses programmes sont développés de façon transversale. Il cite en exemple les programmes musicaux « The Voice » et « D6bels on stage » déployés en TV, en radio et sur le web.

5.2. Incubateur de talents et mise en valeur du patrimoine (art.25.2)

La RTBF doit veiller à proposer la culture sous toutes ses formes en s'appuyant sur tous les genres de programmes : d'une culture patrimoniale à une culture vivante et contemporaine. Elle doit ancrer son offre culturelle dans la mise en valeur des ressources culturelles, artistiques, patrimoniales et touristiques de la FWB. Elle doit renforcer son rôle d'incubateur de talents et d'espace de diffusion en accordant une attention particulière aux créateurs, auteurs, artistes, interprètes, éditeurs, producteurs, réalisateurs et distributeurs de la FWB. Elle doit accorder une attention particulière aux talents émergents de notre Fédération.

La RTBF déclare avoir répondu à l'obligation via certains de ses programmes.

Pour la mise en valeur du patrimoine, elle cite « Télétourisme » (185 sujets sur le patrimoine wallon et bruxellois) et « Ma terre » (3 programmes sur le patrimoine wallon diffusés en prime time sur La Une). D'autres programmes comme « C'est du belge », « Le beau vélo de Ravel » ou encore le concours de jeunes cuisiniers « Comme un chef » et ses visites de hauts lieux de notre gastronomie contribuent eux-aussi à la mise en avant de nos ressources patrimoniales.

Pour le soutien aux talents émergents ou confirmés de notre Fédération, l'éditeur indique accorder une attention particulière à leur présence dans ses programmes constitués ou incluant des prestations d'artistes (saynètes, concerts, sessions acoustiques, DJ set, ...). Il cite notamment :

En TV

- Des programmes de divertissement : « Le Meilleur de l'Humour », « Le Gala Cap 48 » ou « Signé Taloché » (La Une) ;
- Des programmes culturels et/ou musicaux : le télé-crochet « The Voice » sur La Une ; l'agenda culturel « 50 degrés Nord » sur Arte Belgique; « le meilleur du classique » et « d6bels on stage » avec la présence de 14 artistes ou groupes de la FWB sur un total de 33 prestations en 2013 sur La Deux.

En radio

- Des programmes culturels et/ou musicaux : « Drugstore », « Nu disco », (Pure FM) ; « Zik-Zag », « Le Grand Jazz », « Le monde est un village » (La Première) ; « The Voice » (Vivacité) ; « Concert du vendredi », « Opéra », « Jazz » (Musiq'3).
- Un programme d'écriture radiophonique : « Par Ouï-dire » (La Première).

A travers ces programmes, l'éditeur remplit ses objectifs en matière de promotion du patrimoine et de soutien aux artistes de la FWB.

5.3. Promotion culturelle (art.25.3)

La RTBF doit veiller à la diffusion de programmes d'information, de sensibilisation et de promotion culturelles, consacrés, séparément ou cumulativement, au patrimoine, aux différents modes d'expression et de création, ainsi qu'à toutes les disciplines artistiques, tels que la littérature, le cinéma, la musique, les arts de la scène, les beaux-arts, les arts plastiques, l'architecture, la bande-dessinée, la mode et le design.

L'éditeur déclare avoir répondu à l'obligation en proposant en TV, en radio et sur internet des programmes centrés sur une ou plusieurs disciplines artistiques. Il cite entre autres :

- Des agendas culturels dans lesquels sont reçus (ou qui concernent) des artistes de toutes disciplines et qui font l'actualité :
 - En TV : « 50° Nord » (Arte Belgique/La Une)
 - En radio : « les agendas culturels (Musiq'3) ; « Tout le monde y passe » et « Le grand Mag » (La Première) ; « Drugstore » (Pure FM)
 - Sur internet : « l'agenda culturel » sur RTBF.be/culture.
- Des programmes littéraires :
 - En TV : « Livré(s) à domicile (La Deux/La Trois)
 - En radio : « La librairie francophone » (La Première).
- Des programmes sur le cinéma :
 - En TV : « Screen » (La Deux)
 - En radio : « 5 heures cinéma » (Pure FM)
 - Sur internet : « les chroniques d'Hugues Dayez » sur RTBF.be/info.
- Des programmes musicaux :
 - En TV : « The Voice » (La Une), « D6bels on stage » (La Deux), « Le meilleur du classique » (La Deux/La Trois)
 - En radio : la majorité des programmes des trois chaînes musicales (Musiq'3, Classic21, Pure FM), « Zik-zag », « Le Monde est un Village » et « Le grand jazz » (La Première).
- Des programmes tv consacrés à d'autres disciplines :

- « Quais des Belges » (Arte Belgique) : sculpture, Bande-dessinée, ... (5 émissions en 2013)
- « Archi Urbain » (La Trois) : architecture, urbanisme,...
- « D'art D'art » (La Trois) : microprogramme sur l'histoire de l'art
- « Moda Moda » (La Trois) : microprogramme sur le stylisme belge.

L'éditeur signale aussi que les arts de la scène, les beaux-arts et les arts plastiques font l'objet de séquences régulières dans ses journaux télévisés et parlés.

Outre la promotion des artistes invités, le programme d'agenda culturel itinérant « 50 degrés nord » (Arte Belgique) a assuré aussi la couverture médiatique de nombreux événements culturels en FWB comme le Festival International du Film Francophone (FIFF), l'ouverture du nouveau Théâtre de Liège, les 50 ans du Théâtre 140 ou les 75 ans de la Cinémathek.

A travers ces programmes, l'éditeur remplit ses objectifs en matière de programmation culturelle.

5.4. Captations

En télévision (art.25.4, a)

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.

L'éditeur déclare avoir diffusé 124 spectacles musicaux (contre 55 en 2012) parmi lesquels, 71 productions de notre Fédération et 65 nouvelles captations. Une grande majorité de ces diffusions ont été faites sur La Deux dans le cadre, soit du programme de musiques actuelles « D6bels on Stage » (68 diffusions concernant 16 prestations), soit du programme de musique classique « Le Meilleur du Classique » (36 diffusions) qui a proposé entre autres plusieurs productions de l'Opéra Royal de Wallonie. Les demi-finales et les finales du Concours Reine Elisabeth 2013 (6 programmes) ont, quant à elles, été diffusées sur La Trois.

L'obligation de diffuser 50 spectacles musicaux dont 12 produits en FWB et 4 nouvelles captations est rencontrée.

Spectacles de scène en télévision (art.25.4,b)

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

L'éditeur déclare avoir diffusé 35 spectacles de scène dont 12 œuvres théâtrales (majoritairement des comédies) et 4 nouvelles captations qui concernent trois pièces de théâtre en Wallon et la revue satirique « Sois belge et tais-toi ». Vu le caractère spécifique de ces 4 nouvelles captations, le Collège encourage la RTBF à diversifier ses nouveaux enregistrements de sorte que d'autres genres de notre riche production théâtrale puissent aussi être proposés aux téléspectateurs.

L'obligation de diffuser 12 spectacles de scène dont dix œuvres théâtrales et 4 nouvelles captations théâtrales est rencontrée.

En radio (art.25.5, a)

En radio, la RTBF doit diffuser au moins 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en FWB.

L'éditeur déclare avoir diffusé sur l'ensemble de ses chaînes 1055 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques (887 en 2012) dont 374 produits en FWB. Parmi ces diffusions, 321 concerts sont des captations propres de l'éditeur dont 63 réalisées par La Première et 170 par Musiq'3. Ces captations concernent principalement :

- Sur La Première, des enregistrements effectués pour le programme « Le monde est un village » au festival d'Art de Huy, à Couleur Café, à Esperanzah ! ou encore aux Nuits nomades.
- Sur Musiq'3, la couverture du concours Reine Elisabeth, le festival Ars Musica, le festival Musiq'3 ainsi que des enregistrements réalisés à Flagey, à la Salle Henry LeBoeuf, à l'Opéra Royal de Wallonie ou à la Salle Philharmonique de Liège.
- Sur Classic21, 7 enregistrements de concerts en extérieur notamment à Mons, Namur et Verviers (dont 2 concernent des artistes estampillés FWB) et 20 enregistrements en studio (dont 14 concernent des artistes estampillés FWB)
- Sur Pure FM, 6 sets acoustiques en studio, 22 concerts Pure FM, ainsi que des enregistrements effectués dans le cadre des Nuits Botaniques, du Festival Couleur Café ou encore des fêtes de la Musique à Bruxelles.
- Sur Vivacité, 7 enregistrements dans le cadre du programme « Printemps Grandeur Nature », 13 durant le « Beau Vélo de Ravel » et 8 sets acoustiques pendant l'opération « Viva for Live ».

L'obligation de diffusion d'au moins 300 concerts ou spectacles musicaux ou lyriques par an, dont au moins 150 sont produits en FWB est largement rencontrée.

L'article 39.1.h de son contrat de gestion invite la RTBF à diffuser ou offrir à la demande un programme spécifique, coproduit avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, et destiné à couvrir les Fêtes de la Fédération. Sur ce point, l'éditeur précise que la captation réalisée ne consistait pas en une coproduction, mais bien en une production propre et que la RTBF est intervenue dans le cachet des artistes.

5.5. Quotas

En télévision (art. 19)

Œuvres européennes

Sur base des échantillons relatifs à l'exercice 2013, la RTBF déclare que les œuvres européennes représentaient 79,31% des œuvres diffusées sur l'ensemble des trois services linéaires.

Après vérification, le Collège établit les proportions d'œuvres européennes suivantes :

- 79,23% sur La Une (pour 83,13% en 2012) ;
- 82,37% sur La Deux (pour 83,58% en 2012) ;
- 82,51% sur La Trois (pour 86,60% en 2012) ;
- Soit un total de 81,54% pour l'ensemble des chaînes.

En conséquence, le Collège constate que l'obligation de 55% est largement rencontrée.

Œuvres francophones

Sur base des échantillons relatifs à l'exercice 2013, la RTBF déclare que les œuvres francophones représentaient 73,13% des œuvres diffusées sur l'ensemble des trois services linéaires.

Ces œuvres francophones sont celles dont le tournage, la réalisation ou la production déléguée sont assurés par des professionnels d'expression française.

Après vérification, le Collège établit les proportions d'œuvres francophones suivantes :

- 70,70% sur La Une (pour 75,84% en 2012) ;
- 79,04% sur La Deux (pour 77,89% en 2012) ;
- 78,75% sur La Trois (pour 86,62 en 2012) ;
- Soit 76,57% sur l'ensemble des trois chaînes.

En conséquence, le Collège constate que l'obligation de 35% est largement rencontrée.

Œuvres indépendantes

Sur base des échantillons relatifs à l'exercice 2013, la RTBF déclare que les œuvres indépendantes récentes (c'est-à-dire produite dans les 5 années précédant la diffusion) représentaient 23,27% des œuvres diffusées sur l'ensemble des trois services linéaires.

Après vérification, le Collège établit les proportions d'œuvres européennes indépendantes récentes suivantes :

- 22,71% sur La Une (pour 20,34% en 2012) ;
- 23,24% sur La Deux (pour 20,55% en 2012) ;
- 35,78% sur La Trois (pour 30,32% en 2012) ;

Soit un total de 27,98% pour les trois chaînes.

En conséquence, le Collège constate que l'obligation de 10% est largement rencontrée.

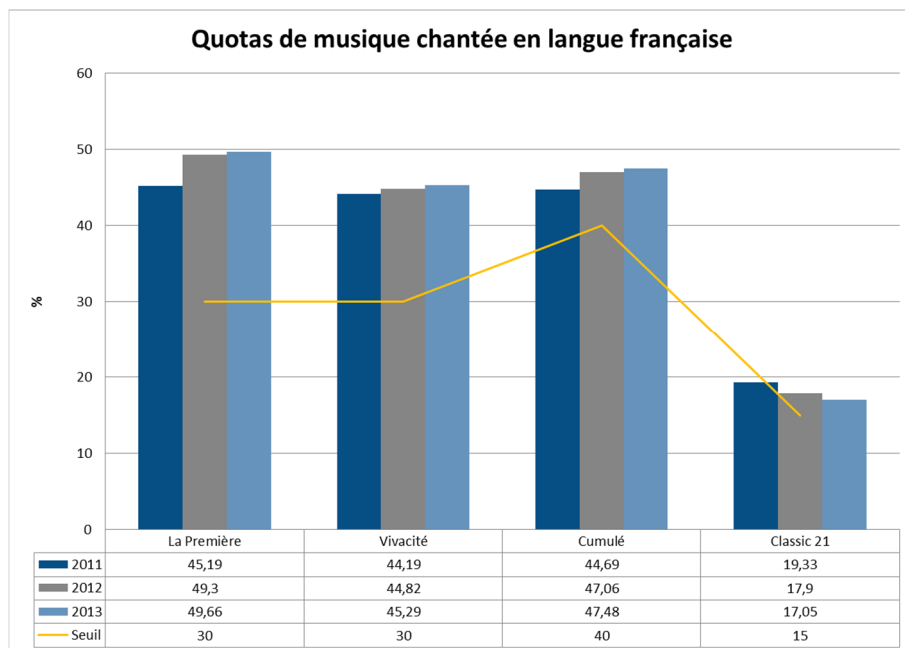
En radio (art. 25.5)

L'éditeur déclare qu'en moyenne annuelle, les services généralistes de la RTBF (La Première et VivaCité) ont diffusé ensemble 45,45% de titres chantés sur des textes en langue française. Après vérification, le Collège constate que les deux chaînes généralistes ont diffusé 47,47% de chansons francophones (pour 46,19% en 2012).

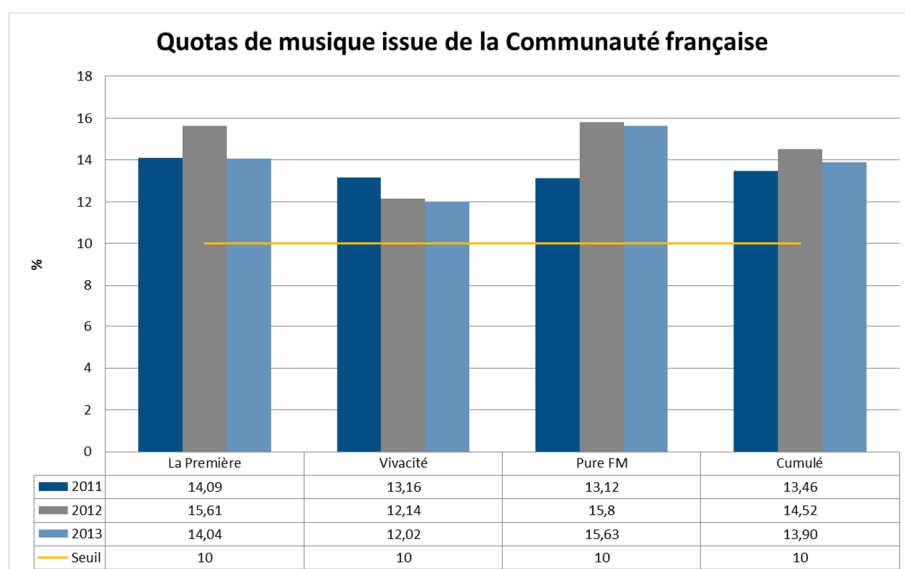
L'obligation de diffuser, sur ses deux services généralistes, au moins 40% d'œuvres de musique non classiques sur des textes en langue française, est atteinte.

Il en va de même pour l'obligation de diffuser 30% de ces mêmes œuvres sur chacune des chaînes généralistes : l'éditeur déclare en avoir diffusé 46,60% sur La Première, et 43,81% sur VivaCité. Après vérification, le CSA constate que La Première a diffusé 49,66% (49,30% en 2012) de chansons francophones et Vivacité 45,29% (44,82% en 2012).

Sur la chaîne musicale qu'il désigne, à savoir Classic 21, l'éditeur déclare avoir diffusé sur cette même période des œuvres de musique non classique sur des textes en langue française à hauteur de 16,73%. Après vérification, le Collège constate que Classic 21 a diffusé 17,05% (17,90% en 2012) d'œuvres de musique non classique sur des textes en langue française. L'obligation d'atteindre au moins 15% d'œuvres de musiques non classiques sur des textes en langue française est donc rencontrée.



En 2013, l'éditeur déclare avoir diffusé, sur l'ensemble des services généralistes et Pure FM, 14,94% d'œuvres émanant de compositeurs, artistes-interprètes ou producteurs de la Communauté française. Après vérification, le Collège constate que cette diffusion s'élève globalement à 13,90% (14,52% en 2012). Pure FM a diffusé 15,63% (15,80% en 2012) d'œuvres de la Communauté française, La Première 14,04% (15,61% en 2012) et Vivacité 12,02% (12,14% en 2012). L'obligation de diffuser, sur l'ensemble de la programmation musicale de ses chaînes généralistes et d'une de ses chaînes musicales qu'elle désigne, au moins 10% d'œuvres de musiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Communauté française, est atteinte.



5.6. Mise en valeur sur les nouvelles plateformes

Dans son offre non linéaire de programmes, la RTBF doit privilégier les œuvres européennes, les œuvres en langue française et les œuvres de producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles. En outre, la RTBF doit assurer une mise en valeur particulière de ces œuvres par une présentation attrayantes dans ses catalogues de programmes à la demande.

L'éditeur détaille les mécanismes mis en place :

- Les œuvres européennes sont identifiées dans les différentes catégories de programmes, il existe notamment un onglet « Belgium doc » qui regroupe les documentaires belges francophones ;
- Toutes les productions propres et coproductions de la RTBF trouvent une place de choix dans le catalogue ;
- Le programme « *Lunettes noires & Lunettes blanches* » est proposé en non linéaire pour présenter une sélection des programmes du catalogue à la demande de la RTBF.

L'obligation est rencontrée.

5.7. Soutien au cinéma

Fictions

Courts métrages (25.4.c)

L'objectif fixé par le contrat de gestion consiste en la diffusion de 30 courts métrages belges francophones par an, dont au moins 10 inédits.

En 2013, la RTBF a diffusé 95 titres de courts métrages dont 87 belges francophones.

Parmi cette offre, 33 courts métrages étaient des inédits dont 27 belges francophones.

En conséquence, le Collège constate que l'obligation est largement rencontrée.

Longs métrages de fiction cinématographique (25.4.d)

L'objectif fixé par le contrat de gestion consiste en la diffusion de 120 longs métrages par an dont 33% doivent provenir de distributeurs belges francophones.

En 2013, la RTBF a diffusé 362 longs métrages (pour 235 en 2012), parmi lesquels:

- 175 émanent de distributeurs de la Communauté française (soit 48,34%) ;
- 97 peuvent être qualifiés de films d'auteurs (pour 59 en 2012), dont 33 émanent d'auteurs belges francophones (pour 10 en 2012) ;
- 233 sont européens (pour 169 en 2012).

Œuvres de fiction européennes

L'objectif fixé par le contrat de gestion consiste en la diffusion d'une proportion majoritaire d'œuvres européennes dans l'offre de fiction.

En 2013, la RTBF a diffusé 7229 heures de fictions, réparties en genres comme suit :

- 2913 heures de séries (dont 48% d'origine européenne) ;
- 2512 heures de dessins animés (dont 74% d'origine européenne) ;
- 894 heures de longs métrages et 706 heures de téléfilms (dont 62% d'origine européenne) ;
- 116 heures de micro fictions et 88 heures de courts métrages (dont 70% et 90% d'origine européenne).

La proportion d'œuvres européennes dans l'offre de fiction de la RTBF représentait 58% considérée en heures de diffusion, et 66% en nombre d'occurrences.

En conséquence, le Collège constate que l'obligation est largement rencontrée.

Promotion (art.54)

L'article 54 de son contrat de gestion invite la RTBF à conclure des accords d'échanges d'espaces médiatiques visant la promotion des films diffusés en salle (principalement celle des œuvres européennes et celles émanant de la FWB), ainsi que des manifestations cinématographiques telles que les festivals. En outre, la RTBF doit produire un programme consacré au cinéma dans lequel les critiques conservent toute leur liberté éditoriale et rédactionnelle.

Pour répondre à cette obligation, l'éditeur fournit une liste reprenant les différentes avant-premières de films auxquelles il a participé. Cette liste comporte 65 titres de films, dont 48 films européens et 10 belges francophones. Il transmet également une liste de 23 événements et festivals cinématographiques ayant bénéficié d'une promotion sur les antennes de la RTBF.

En outre, l'article 12.8 de son contrat de gestion invite la RTBF à mettre en place un plan de soutien à la promotion et à la diffusion des œuvres audiovisuelles francophones belges, en collaboration avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, les télévisions locales et le secteur de la production audiovisuelle indépendante.

En réponse à une question complémentaire sur ce point, la RTBF déclare qu'il n'existe pas de plan de soutien formel. Toutefois, l'éditeur précise que les films qu'il coproduit bénéficient systématiquement de campagnes de promotion en radio et en télévision. Dans la perspective du contrôle prochain, le Collège recommande à la RTBF de réfléchir aux modalités de concrétisation de l'article 12.8 de son contrat de gestion.

6. Sport (art.34)

6.1 En télévision

La RTBF déclare avoir diffusé 1563 programmes de thématique sportive durant l'exercice 2013 (principalement sur son service La Deux). Ceux-ci se répartissent comme suit par disciplines : football (44,6%), sports moteurs (15,1%), cyclisme (13,8%), tennis (5,3%), basket (3,5%), athlétisme (2,2%), hockey (0,6%) et sports pratiqués par des personnes handicapées (0,3%).

À ces proportions viennent s'ajouter 14,6% d'occurrences consacrées au magazine multisports « *Le Week end sportif* » dont les séquences abordent toutes les disciplines reprises ci-dessus et d'autres également (notamment le futsal, le jumping ou la natation).

6.2. En radio

La RTBF déclare avoir diffusé 475 programmes de thématique sportive durant l'exercice 2013 (principalement sur son service Vivacité). Ceux-ci se répartissent comme suit par disciplines : football (61,1%), sports moteurs (1,9%), cyclisme (15,5%), tennis (10%), basket (5,5%), athlétisme (4,6%), hockey (2,1%).

À ces proportions viennent s'ajouter 60 séquences « reportage grand format » diffusées lors du journal des sports chaque dimanche. La RTBF déclare que 11% de ces séquences étaient consacrées à des sports pratiqués par des personnes handicapées.

Conformément à l'article 34 de son contrat de gestion, l'éditeur doit porter un intérêt particulier :

- « Aux sports moins médiatisés »

La RTBF concrétise cette obligation via certaines séquences du programme « le Week-end sportif » et de son « Journal des sports ». Le Collège salue à ce titre le soutien accordé par la RTBF à la médiatisation du hockey et du volley. Il l'invite à poursuivre dans cette voie.

- « Aux sports pratiqués par des personnes handicapées »

Outre des séquences consacrées dans les programmes « Le week-end sportif » (télévision) et « Le journal des sports » (radio), la RTBF a consacré 0,3% (télévision) et 11% (radio) de sa programmation sportive à ces disciplines spécifiques.

Le Collège constate que la proportion reste marginale en télévision.

6.3. Nouvelles plateformes

Sur son site internet, la RTBF propose des compétitions sportives en live et en catch-up (en fonction de ce qu'autorise la négociation de droits) : « *de façon générale, les grands prix de F1 mis à part, tout ce qui est diffusé en télévision l'est aussi en streaming depuis le live center* ».

En outre, l'éditeur propose des épreuves en simulcast : parallèlement au flux télévisuel, des rencontres de Roland Garros ou des épreuves d'athlétisme sont proposées en exclusivité via le « live center ».

Enfin, certaines manifestations sportives sont proposées exclusivement en ligne. La RTBF cite des compétitions de judo, des courses de vtt et des matches amicaux de hockey.

7. Programmes pour la jeunesse (art.36 & art. 28bis)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, en fonction des supports utilisés par les jeunes, des programmes pour la jeunesse, aux heures d'écoute appropriées, originaux, de qualité et qui permettent d'élever les consciences et de susciter la réflexion à destination de la jeunesse, en faisant appel, dans la mesure du possible, aux talents artistiques de la FWB.

- La RTBF signale qu'en télévision, sa programmation jeunesse comprend de nombreuses productions provenant de la FWB (productions propres, coproductions ou acquisitions). Elle cite :
 - Des dessins animés (séries) : « Cédric », « Hopla », « Spirou et Fantasio », « Les Nouvelles Aventures de Lucky Luke », « Parker & Badger », « Mamemo », « Pitt & Kantrop »
 - Des dessins animés (unitaires) : « Max & Co », « Tintin et le lac aux requins », « Sur les traces de Tintin », « La flûte à six schtroumpfs », « Merlin contre le Père Noël », « Le parfum de la Carotte »
 - Des émissions jeunesse : « « Ouftivi Reporters » (capsules avec des enfants), « Les Niouzz » (journal pour enfants), « Les petites histoires en Cathimini » (histoires lues), « Arena » (jeu interscolaire).

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, des programmes valorisant la participation et l'expression directe, pluraliste, individuelle et collective des jeunes de la FWB, dans toute leur diversité et dans le respect de l'autonomie et l'indépendance éditoriale et rédactionnelle en favorisant les partenariats avec les opérateurs reconnus ou agréés du secteur de la jeunesse en FWB.

- L'éditeur indique que plusieurs programmes diffusés dans le cadre de « OUFtivi » favorisent la participation et l'expression directe des enfants. Par contre, il ne cite aucun programme concernant les jeunes de plus de douze ans.

En TV, il cite :

- Les capsules réalisées avec des enfants (les « OUFtivi reporters ») dans les coulisses d'événements de la RTBF tels que « 60 ans de la TV » ou « The Voice ».
- « Ma classe fait sa télé » (réalisé en partenariat avec l'Asbl Réalisateur Sans Frontières). Une classe s'y exprime sur un thème choisi et participe à la création du programme.
- « Code aventure » (réalisé en partenariat avec la coopération belge au développement ainsi qu'avec divers ONG comme WWF et MSF). Des jeunes de 12 ans vont à la découverte d'un pays en développement.
- « Arena » : jeu interscolaire qui confronte plusieurs classes d'une même ville dans une compétition ludique et sportive.

Sur la webradio OUFtivi :

- Des séquences sur l'actualité culturelle réalisées par et avec des enfants (littérature, spectacles, cinéma, ...)
- Les enfants sont incités à contribuer à la programmation musicale de la webradio.

7.1. Programmes pour enfants (art.37)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services qu'elle juge pertinents, des programmes qui leur sont spécifiquement destinés. Ces programmes sont diffusés en télévision sur une des trois chaînes généralistes, dans une programmation cohérente réservée aux enfants et sans publicité. Les éventuels prolongements de ces programmes sur d'autres services audiovisuels, et notamment sur internet, sont également proposés dans un environnement sans publicité.

En outre, la RTBF doit diffuser et offrir à la demande un journal d'information général spécifiquement destiné aux enfants.

- La RTBF diffuse sa programmation à destination des enfants de 3 à 12 ans sous le label « OUFtivi ». OUFtivi comprend une chaîne TV (sans publicité) diffusée sur La Trois durant des tranches horaires adaptées au jeune public (en semaine de 6h30 à 9h00 puis de 15h45 à 18h30 (le mercredi à partir de 13h) et le week-end de 6h30 à 18h30) ainsi qu'un site web (sans publicité ni liens sortants) OUFtivi.be dans lequel est intégré une webradio.
- En 2013 OUFtivi a diffusé en TV et, pour une partie, a proposé à la demande sur son site :
 - Plusieurs long-métrages d'animation ainsi que des séries animées
 - Un programme scientifique « C'est Pas Sorcier »
 - Plusieurs programmes avec la participation d'enfants comme : « Code Aventure », « Arena », « Ma classe fait sa télé » ou « Les petites histoires en Cathimini »

- Un journal quotidien à destination des enfants « Les Niouzz » (développé sous l'angle [éducation aux médias](#)) diffusé en fin d'après-midi, puis en début de soirée accompagné d'une interprétation en langage des signes.
- OUFtivi propose aussi sur son site web :
 - Une webradio musicale (les enfants peuvent contribuer à la programmation sur le site) avec des séquences culturelles faites par les enfants.
 - Un portail interactif avec une section pour les 3/6 ans et une section pour les 6/12 ans comprenant (en fonction des sections) des jeux, vidéos, des infos sur les nouveautés livres, musique, DVD...

Interrogée au sujet des données objectives permettant d'évaluer les services audiovisuels pertinents en fonction des supports utilisés par les adolescents et les enfants, la RTBF a fourni une série de données d'audimétrie. Concernant la radio et les enfants, elle argue que « *la radio est mesurée à partir de 12 ans, cela prouve simplement que ce média n'est pas adéquat aux moins de 12 ans. En effet, le CIM détermine que l'écoute radio démarre à 12 ans* ». Le Collège estime l'argument contestable et sera attentif à une meilleure justification à apporter par la RTBF à l'occasion de la présentation de son rapport d'activités 2014.

7.2. Programmes destinés aux adolescents et à la production desquels ils sont associés (art.38)

La RTBF doit diffuser et offrir à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, en fonction des supports utilisés par les adolescents, et au moins sur Internet et en radio ou en télévision, des programmes qui leur sont destinés dont, entre autres des contenus audiovisuels à la production desquels ils sont directement associés.

Il est précisé à l'art. 35 du contrat de gestion qu'on entend par « programme pour la jeunesse » : «...*des programmes destinés spécifiquement aux enfants entre trois et douze ans et aux adolescents entre douze et 18 ans ...*».

Pour répondre à l'obligation, la RTBF mentionne deux types de programmes :

1. Des programmes axés sur les adolescents :

- « Typique » web série sur la vie à l'université, lancée à l'initiative d'étudiants de l'IAD et de l'ULB (12 épisodes de 5 min aussi diffusés sur La Deux)
- « Libre échange » : programme dans lequel des étudiants rencontrent et interrogent une personnalité dans le cadre du Parlement Européen.
- « What the fake ! » : programme transmédia interactif destiné aux adolescents entre 13 et 18 ans dans lequel ils donnent leur opinion sur divers sujets.

2. Des programmes tous publics qui intéressent particulièrement les adolescents :

- « The Voice »
- « Comme un chef » avec des candidats qui parfois sont des adolescents
- Des séries cultes comme « Game of Thrones »
- Les retransmissions sportives
- La programmation de « Pure Vision » sur internet.

A l'examen des trois programmes présentés par l'éditeur comme « axés sur les adolescents », il apparaît que « Libre échange » et « Typique » ne sont pas destinés spécifiquement aux adolescents entre douze et dix-huit ans. Ces derniers ne sont d'ailleurs pas associés à la production (les protagonistes de ces deux programmes ont, au minimum, dix-huit ans). « What the fake » s'adresse, quant à lui, spécifiquement aux adolescents qui sont de plus associés à la production (il s'agit d'interventions directes d'adolescents sur des sujets qui les concernent). Bien que produit en 2013, ce programme n'a toutefois été diffusé sur le web et sur La Trois qu'à partir de 2014. La RTBF relève à ce sujet qu'il s'agit d'une nouvelle obligation du contrat de gestion effectif depuis le premier janvier 2013 et qu'il faut « *laisser le temps aux équipes de penser, scénariser, produire et diffuser le programme* ».

Quant aux programmes identifiés par l'éditeur comme tous publics mais qui intéressent particulièrement les adolescents, le Collège considère qu'ils ne peuvent pas répondre à l'obligation dans la mesure où il ne s'agit pas de programmes qui leur sont réservés.

L'éditeur n'a donc pas rempli pour 2013 son obligation de diffuser des programmes à destination des adolescents et à la production desquels ils sont directement associés.

Le Collège relève toutefois que le programme « What the fake ! » dont la diffusion a commencé début 2014 répond particulièrement à l'obligation qui n'est effective que depuis le 1^{er} janvier 2013. En conséquence, le Collège prend en considération la période de transition et le fait qu'un programme tout à fait pertinent est produit et diffusé régulièrement en 2014.

8. Concertation et partenariats (art. 14 & 51)

L'article 51 du contrat de gestion de la RTBF porte la mise en place d'une plateforme de concertation entre la RTBF, le Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles et les différents secteurs de l'audiovisuel, de la culture, de la jeunesse, de l'éducation permanente, de l'éducation aux médias et de l'enseignement.

Dans son rapport annuel, l'éditeur fournit la composition de la plateforme telle que mise en place en 2013. Le Collège relève que cette composition est conforme aux prescrits du contrat de gestion. Il liste ensuite les sujets abordés aux cours des deux réunions tenues en 2013 : « *état des lieux de la plateforme de diffusion web des archives de la RTBF à destination des enseignants, RTBF Academy, projet de couverture de commémoration de la guerre 14-18, projet livre/émissions sur « les meilleurs documentaires », semaine du cinéma européen, enrichissement du portail internet culture de la RTBF, les 100 ans de la Radio, les collaborations avec les Hautes Ecoles* ».

8.1. Tissu associatif (art. 28)

L'article 28.3 de son contrat de gestion impose à la RTBF de concrétiser deux types d'initiatives à l'égard du secteur associatif :

- Proposer, sur les services que l'éditeur juge pertinents, un programme présentant diverses manifestations de la vie associative en Fédération Wallonie-Bruxelles, y compris celles en matière d'enfance ;
- Proposer dix éditions par an d'un programme télévisuel d'éducation permanente, diffusé à une heure de grande écoute, relatif à l'action du tissu associatif, et en relation avec les secteurs de l'éducation.

Concernant la première partie de l'obligation, la RTBF renseigne quelques occurrences en radio : « *O Positif* », « *Utopia* », « *Bang Bang* »... En télévision, l'éditeur identifie le programme « *Libre échange* » comme répondant à l'obligation. Ce dernier permet à 200 jeunes de dialoguer avec une personnalité internationale depuis le Parlement européen à Bruxelles.

Concernant la seconde partie de l'obligation, la RTBF renseigne le programme « *Alors on change* », coproduit avec les télévisions locales et mettant en valeur « *les acteurs du changement* », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis contemporains.

S'il ne fait aucun doute que les programmes renseignés touchent de près à l'éducation permanente, le Collège note que l'implication du tissu associatif dans leurs lignes éditoriales n'est pas suffisamment établie à ce stade. Ce point fera dès lors l'objet d'un contrôle approfondi par le CSA dès le contrôle prochain.

8.2. Presse écrite

La RTBF doit entretenir des liens étroits avec les entreprises de presse écrite, quotidienne ou périodique de la Communauté française.

Pour répondre à cette obligation, la RTBF liste une cinquantaine de partenariats dans son rapport annuel dont 26 en télévision (16 avec La Une, 10 avec La Deux, aucun avec La Trois).

Le contrat de gestion précise que ces partenariats doivent être conçus dans le respect de l'indépendance éditoriale de la RTBF et de la législation en matière de publicité. Lors du contrôle de l'exercice 2010, le CSA interrogeait la RTBF quant aux éventuels dispositifs internes mis en place pour s'assurer de la conformité de ces partenariats aux règles en matière de communication commerciale. L'éditeur répondait : « *faisant suite à une réunion qui s'est tenue entre la RTBF et le CSA* » et à des échanges de courriers, « *une note interne a été envoyée à l'ensemble des services producteurs pour attirer leur attention sur la frontière entre partenariat et publicité clandestine* ».

8.3. Partenariats internationaux (art. 14 a)

La RTBF est membre des instances internationales suivantes :

UER (Union européenne des Radiodiffuseurs)

- Cultes catholiques et protestants (relais de France 2, relais UER (les productions RTBF sont également mises à disposition de l'UER), relais RAI/Vatican) ;
- Concours Eurovision de la Chanson (2 demi-finales et finale) ;
- Locations de liaisons ;
- Locations de canaux télétexte ;
- Concerts (offres UER TV et Radio) ;
- Sports (offres UER TV et Radio).

CIRTEF (Conseil international des Radios - Télévisions d'Expression française)

- L'émission « *Reflets Sud* » intègre des productions (reportages, séquences) produites par les télévisions francophones du Sud ;
- La RTBF participe aux programmes de formation radio organisés par le CIRTEF (détachements et mises à disposition de personnel, prêt de matériel et assistance technique) ;
- Le secrétariat général est hébergé dans les locaux de la RTBF.

RPF (Radios publiques francophones)

- « La Librairie francophone » (France Inter, RTBF, RSR, Radio Canada), sur La Première (hebdomadaire) ;
- « L'actualité francophone » (revue de presse des Radios Francophones Publiques) sur la Première (hebdomadaire) ;
- Les séries documentaires de l'été et de l'hiver (des feuilletons radiophoniques sur des personnalités culturelles).

CTF (Communauté des Télévisions francophones)

- Le secrétariat général de la CTF est assuré par la RTBF (Alain Gerlache)
- La RTBF participe activement aux réunions plénières, commissions et ateliers de la CTF

8.4. Arte (art.26)

En vertu de l'article 26 de son contrat de gestion, la RTBF est tenue d'assurer la diffusion, sur les fenêtres ad hoc de la chaîne ARTE, de programmes destinés à valoriser les spécificités culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ces programmes doivent être produits en partenariat avec ses producteurs audiovisuels indépendants et autant que possible avec la VRT.

Concrètement, son contrat de gestion impose à la RTBF de produire à destination d'ARTE :

- Un programme quotidien de 30 minutes, diffusé du lundi au vendredi, 40 semaines par an en première partie de soirée et consacré à la vie culturelle en Communauté française ;
- 10 éditions d'un programme mensuel de 90 minutes, diffusé en seconde partie de soirée et dont les thèmes portent sur la Belgique dans tous ses états, vue essentiellement par des documentalistes.

L'article 21.2 porte que ces programmes doivent être rediffusés, en tout ou en partie sur les chaînes de la RTBF. Ils peuvent dès lors s'articuler de manière complémentaire à sa programmation puisqu'ils en renforceront le versant culturel et pourront être valorisés comme tels dans le rapport annuel.

Pour l'exercice 2013, la RTBF déclare qu'ARTE Belgique a diffusé :

- 201 éditions du programme « *50° nord* », un agenda culturel de 30 minutes qui se veut une vitrine de la création en Communauté française de Belgique ;
- 11 éditions du programme « *Quai des Belges* », magazine de 90 minutes destiné à faire connaître les personnalités ou des événements marquants de la Communauté française.

Les programmes « *50° Nord* » et « *Quai des Belges* » sont rediffusés respectivement sur « La Une » et sur « La deux ». La RTBF fournit des exemples de thématiques abordées. Celles-ci cadrent avec la mission de service public subsidiée.

8.5. Télévisions locales (art. 56)

L'article 57 de son contrat de gestion impose à la RTBF de développer plusieurs types de synergies avec les éditeurs de télévision locale, notamment : échanges de contenus, coproductions, diffusions, prestations techniques, participation commune à des manifestations régionales. Cet article s'est récemment étoffé dans le sens d'une concrétisation de ce que recouvrent les différents types de synergies.

Pour l'exercice 2013, la RTBF et les télévisions locales relèvent : des échanges d'images dans le cadre de l'information générale, ainsi que la participation de certaines télévisions locales à la production du journal pour enfants « *Les Niouzz* » (fournitures de séquences).

La RTBF présente son engagement avec 7 autres télévisions locales dans la production du mensuel « *Alors on change* » (12 éditions en 2013). Il s'agit d'un magazine d'éducation permanente destiné à mettre en valeur les « *acteurs du changements* », c'est-à-dire les citoyens qui adaptent leurs modes de vie aux défis sociétaux.

La RTBF et TéléBruxelles sont liées par des conventions conclues en 2007. Celles-ci prévoient plusieurs synergies structurelles :

- Des partenariats rédactionnels : interconnexion permanente des deux rédactions et diffusion sur l'antenne de VivaBruxelles de billets radio réalisés par les journalistes de TéléBruxelles.
- Des partenariats de diffusion : la matinale de Vivacité est diffusée sur TéléBruxelles (radio filmée). La télévision locale produit les informations visuelles qui apparaissent à l'écran.

Des partenariats de promotion : TéléBruxelles prospecte le marché publicitaire via la même régie que la RTBF (RMB).

En se référant aux rapports annuels déposés par les télévisions locales au CSA en exécution de l'article 136 §1^{er} 6° du décret, les déclarations de la RTBF peuvent être complétées comme suit :

- partenariats entre la RTBF et certaines télévisions locales autour de la couverture d'événements tels que « *Les Francofolies de Spa* » et « *Le FIFF* » ;
- coproduction de « *De6bels on stage* » ;
- échanges de chroniqueurs ;
- coproductions de retransmissions sportives à l'occasion desquelles des moyens techniques sont mutualisés ;
- négociations en vue de rapprochements géographiques (Télébruxelles, TéléSambre).

En exécution de l'article 14 c) de son contrat de gestion, la RTBF s'est associée avec les télévisions locales afin de développer un portail internet commun d'information régionale. L'éditeur précise que les frais de développement ont été entièrement pris à sa charge. Courant 2014, les négociations, initialement menées avec 4 télévisions locales, se sont étendues à l'ensemble du secteur. Dans son rapport annuel, la RTBF évoque l'implication des « communes » dans le projet. Le Collège rappelle que cette implication ne peut se concrétiser au détriment de l'indépendance éditoriale du portail.

Le Collège constate que des collaborations existent mais qu'elles pourraient gagner en intensité et en régularité au regard de l'article 57 du contrat de gestion. D'autant que les relations entre la RTBF et certaines télévisions locales en particulier semblent peu développées.

Le Collège invite la RTBF à poursuivre ses efforts dans le développement de partenariats avec toutes les télévisions locales. Certes, des collaborations ont été initiées mais la situation reste insuffisante au regard de l'obligation de collaboration entre services de médias audiovisuels de service public imposée par l'article 57 du contrat de gestion. Le Collège est bien conscient que l'établissement de synergies demande une implication mutuelle et n'est pas de la seule responsabilité de la RTBF. Il invite cependant celle-ci à s'inscrire dans toute initiative visant à redéployer une dynamique dans ses rapports avec les télévisions locales.

8.6. VRT

Outre la collaboration mise en place entre les deux éditeurs de service public autour du programme « *Vlaamse kaai - Quai des Belges* », la RTBF précise qu'elle diffuse le programme « *Koppen* » sur La Trois. Il s'agit d'un magazine de société flamand sous-titré en français qui propose chaque semaine des sujets ancrés dans la vie quotidienne flamande.

8.7. Enseignement

L'éditeur déclare qu'il entretient un dialogue régulier avec le CSEM (participation à plusieurs séances plénières ainsi qu'à différents groupes de travail).

À l'instar des exercices précédents, la RTBF rappelle qu'elle met en évidence ses programmes susceptibles d'intéresser le monde enseignant sur le site internet du service de l'enseignement du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles. La RTBF fournit également des archives de programmes à vocation pédagogique et entretient des contacts réguliers avec l'Agers (administration de l'enseignement) en vue de développer de nouvelles collaborations en matière numérique.

Enfin, l'éditeur précise que son site de Reyers « *accueille depuis septembre 2012, les 2^{ème} et 3^{ème} années de la section Technique de l'image de la Haute Ecole Ilya Prigogine* ». « *Suite à cette collaboration fructueuse, la RTBF accueille également les élèves de la première année Section Cinéma* ». Dans le cadre de ce partenariat structurel, la RTBF met à disposition de la Haute Ecole des espaces ou studios inutilisés pour leur réalisation de travaux pratiques.

9. Services au public

9.1. Protection des mineurs

En matière de protection des mineurs, la RTBF détaille dans son rapport les mécanismes de contrôle de la signalétique qu'elle a mis en place et mentionne les services intervenant à diverses étapes dans ce contrôle.

L'éditeur transmet la composition de son comité de visionnage. Lorsque ce dernier est saisi d'une demande, deux de ses membres au moins procèdent au visionnage du contenu en question et établissent un compte rendu à destination de tout le comité. Le service « communication presse », la régie de continuité, la régie finale chargée de l'apposition de la signalétique, ainsi que le service promotion, sont également tenus informés de ces conclusions, ainsi que le service producteur ou acheteur et la direction des programmes de télévision. Le comité établit la signalétique à appliquer en fonction de l'expérience et du jugement subjectif de ses membres mais aussi sur base de choix antérieurement posés par d'autres chaînes belges (BeTv en priorité) ou françaises. Les bases de données du CSA français et de l'IMDB (Internet Movie database) sont aussi régulièrement consultées.

Conformément à l'arrêté du 21 février 2013 (article 6), la RTBF mentionne la signalétique apposée aux programmes sur ses propres supports de communication, ainsi que dans l'information sur ses programmes qu'elle communique à la presse

Conformément à l'arrêté du 21 février 2013 (article 3), sur l'ensemble des services et sur base des journées échantillonnées, les restrictions horaires s'appliquant aux contenus signalisés sont respectées par l'éditeur.

Sur la Une, la RTBF signale avoir appliqué, sur l'ensemble de l'exercice :

- Une signalétique « - 10 » à 408 reprises. Cette signalétique s'appliquait à 13 diffusions de documentaires et magazines dont « devoir d'enquêtes » et « questions à la une », à 82 films et téléfilms dont la série policière française « boulevard du palais » et à 313 séries dont « le protecteur », « los angeles police judiciaire », « unforgettable », « the mentalist », « crossing lines », « fringe », ...
- Une signalétique « -12 » à 38 reprises sur La Une (toutes diffusées après 20h et 22 heures les veilles de congé). Cette classification s'est appliquée à 4 documentaires dont « sex crimes », 8 films et 26 séries dont certains épisodes de « fringe », « alcatraz », « flics »,....
- Une signalétique « -16 » a été appliquée sur la une, à 5 reprises, concernant toutes des documentaires dont « sex in the world » (4 occurrences).

Sur la Deux, la RTBF signale avoir appliqué, sur l'ensemble de l'exercice :

- Une signalétique « -10 » à 497 reprises dont 141 s'appliquaient aux documentaires et magazines « La semaine du jeu vidéo » et « Medical Detectives » ; 52 aux films et téléfilms et 304 aux séries dont « Le protecteur », « Nurse Jackie », « Human target », « Los Angeles Police judiciaire », « Smallville », « Trauma », « MI-5 »,...
- Une signalétique « -12 » à 131 reprises sur la Deux dont 18 concernaient des films et 113 concernaient des séries dont « Hung », « Broadwalk empire », « Weeds », « Strike back », « Game of thrones »,...
- Aucune signalétique « -16 ».

Sur la Trois, la RTBF signale avoir appliqué, sur l'ensemble de l'exercice:

- Une signalétique « -10 » à 87 reprises. Celle-ci concernait des documentaires et documents d'archives (4 occurrences), 68 films et téléfilms et 15 séries dont « nurse jackie ». Seules sept de ces occurrences ont été diffusées avant 21 heures sur la chaîne dédiée au jeune public.

Le Collège se réjouit de constater que, bien qu'aucune restriction horaire ne s'applique légalement à la diffusion des contenus signalisés « -10 », la RTBF exerce sa responsabilité sociale en respectant globalement le principe de la zone de confiance établi dans la jurisprudence en matière de protection des mineurs⁹.

- Une signalétique « -12 » a été appliquée à 109 reprises. Parmi celles-ci, 19 occurrences concernaient des films et téléfilms et 90 des séries dont « nurse jackie », « broadwalk empire », « weeds », « game of thrones »,...
- Une signalétique « -16 » à trois reprises sont relevées dont une appliquée à un épisode de la série « game of thrones ».

L'éditeur rappelle quelles sont ses lignes directrices en matière de protection des mineurs dans les programmes d'information : le rejet de la violence gratuite et du sensationnalisme et la cohérence sur l'ensemble de ses médias (web, télé et radio). Les présentateurs de ses JT avertissent « *les personnes*

⁹ Recommandation du Collège d'autorisation et de contrôle du 20 février 2014 relative à la protection des mineurs, pp.14-15.

sensibles ou les adultes qui regardent le JT en compagnie d'enfants aussi souvent que la teneur des images le nécessite ». Il signale que des modes d'avertissement existent également sur ses autres médias : un texte de présentation sur le site, un panneau préalable à la diffusion sur les plateformes vidéo. Il ajoute que « pour le web, une réflexion concernant les images isolées et les vidéos qui se retrouvent sur Youtube est en cours ».

9.2. Programmes concédés

Cultes et manifestations laïques (art. 39.1 a))

En télévision, des émissions d'une durée de 28'30'' sont diffusées sur La Une et rediffusées sur La Deux et La Trois. Des capsules de 10' sont également diffusées sur La Une et rediffusées sur La Trois).

La majorité des cultes est représentée (voir détail ci-dessous) :

Nom de l'émission	Nombre de diffusion (sur base annuelle)
La Pensée et les Hommes (laïque)	26
Il était une fois (religion catholique)	26
Présence protestante	7
Shema Israël	2
Orthodoxie	2

En sus des émissions récurrentes, des célébrations catholiques, protestantes, israélites, laïques et orthodoxes sont diffusées in extenso en télévision et/ou en radio.

En radio, les émissions suivantes sont diffusées de manière hebdomadaire (sauf note contraire) :

Nom de l'émission	Durée (en minutes)
La Pensée et les Hommes (laïque)	30
Il était une fois (religion catholique)	30
La voix protestante	25
Shema Israël	25 (diffusion ponctuelle)
Orthodoxie	25 (diffusion ponctuelle)

L'obligation (non chiffrée) est remplie.

La Communauté musulmane a introduit de nombreuses demandes pour obtenir des émissions concédées. Cela n'a pu aboutir car à ce jour aucune association représentative n'est reconnue.

Pour qu'une association soit reconnue il faut qu'elle obtienne la reconnaissance de la Communauté française (en l'occurrence qu'elle soit représentative de la communauté dans son entièreté, à l'heure actuelle, ne se sont jamais présentées que des associations partielles ou problématiques (problèmes judiciaires)). Une fois la reconnaissance obtenue, l'association devra introduire une demande auprès de la RTBF.

Associations représentatives (art. 41)

En télévision, des émissions d'une durée de 28'30'' sont diffusées sur La Une et rediffusées sur La Deux et La Trois. Des capsules de 10' sont également diffusées sur La Une et rediffusées sur La Trois.

Détail :

Nom de l'émission	Nombre de diffusion (sur base annuelle)
Les coulisses (PS)	10 (dont 1 non utilisée)
MR Mag	8
CDh	5 (dont 2 non utilisées)
Ecolo	5 (dont 2 non utilisées)
UCM	7
FGTB	6
CSC	6
FWA (Fédération wallonne de l'Agriculture)	4
CGSLB	1

En radio, les tribunes politiques, économiques et sociales sont diffusées sur La Première du mardi au jeudi et ont une durée de 8 minutes, elles sont produites par les mêmes associations politiques, économiques et sociales qu'en télévision.

L'obligation (non chiffrée) est remplie.

9.3. Informations de service

Météo (art. 39.1 b)) – informations boursières (art. 39.1 c)) – info trafic (art. 39.1 d)) – avis de recherche ((art. 39.1 e))

De nombreuses séquences relatives à ces différents sujets sont diffusées tant en télévision qu'en radio.

Les obligations (non chiffrées) sont remplies.

9.4. Plan d'urgence (art. 39.2)

En vertu de l'article 39.2 de son contrat de gestion, la RTBF « dispose d'un plan d'urgence établi en concertation avec les autorités fédérales, régionales ou provinciales compétentes, qui contient des procédures d'alerte et d'avertissement à la population susceptibles d'être diffusées, tant pendant qu'après les programmes, en cas de catastrophe naturelle, d'accident industriels ou nucléaire, d'attentat comportant des risques graves pour la population ou d'évènement similaire ».

L'éditeur rappelle la conclusion d'un accord en 2008 liant le SPF intérieur et les médias belges. Cet accord porte précisément sur les modalités d'alerte de la population en cas de péril grave.

Le dispositif fait l'objet d'une mise à jour depuis juillet 2014 en collaboration avec la Cellule communication du SPF intérieur.

Pour le présent exercice, l'éditeur précise que les coordonnées de contact pour les différents médias de la RTBF sont en cours de mise à jour.

9.5. Médiation

Programmes de médiation avec les publics (art. 30)

La RTBF diffuse et offre à la demande, sur tous les services audiovisuels qu'elle juge pertinents, un programme ou des séquences de programmes de médiation, dont au moins 10 occurrences télévisuelles par an diffusées à une heure raisonnable sur un service et rediffusées sur un autre, dont l'objectif est de répondre en toute transparence et indépendance aux interrogations et réactions de ses publics, telles qu'elles sont formulées soit auprès du service de médiation de la RTBF, soit directement auprès des producteurs de ce programme et de ces séquences. La RTBF est libre de les produire dans le format qu'elle souhaite, avec un panel équilibré d'invités 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.

L'éditeur identifie « Medialog » en tant que programme de médiation en télévision (10 éditions produites à partir d'avril 2013). Le programme est diffusé sur la Deux aux alentours de 22h50 et rediffusé sur la Trois à 18h45. Il est également disponible à la demande.

La partie du programme dédiée à la médiation s'inspire des « *questions, réflexions et critiques émanant de téléspectateurs ou d'auditeurs* » et alterne courts reportages et débats avec des experts ou professionnels de terrain. Parmi les thématiques abordées en 2013, la RTBF relève notamment : la publicité déguisée, le split-screen, le choix des publicités, le cordon sanitaire, le traitement de la violence à la télévision, la suspension ou non de la série « Derrick ».

Nombre des programmes

Après vérifications, le Collège constate que sur 10 éditions du programme « Medialog », deux ne comprenaient aucune séquence de médiation. Il s'agit des éditions du 30 octobre dont la séquence « médiation » était remplacée par un reportage au Salon de l'Education à Charleroi et du 13 novembre qui était entièrement consacrée aux 60 ans de la télévision.

Interrogé au sujet d'une éventuelle infraction à l'article 30 de son contrat de gestion, l'éditeur relève 4 occurrences supplémentaires en radio. Ces programmes ont accueilli des membres de la direction de « Classic 21 », « Musiq 3 » et « La Première » pour qu'ils répondent aux remarques et questions formulées par les auditeurs. En préalable, une autopromotion annonçant le programme avait invité le public à se manifester.

Considérant que ces 4 programmes sont diffusés en radio et non en télévision, le Collège constate que l'obligation de diffuser 10 programmes de médiation n'est pas reconstruite pour 2013.

Qualification des programmes

Le Collège constate cependant qu'à plusieurs reprises, certaines thématiques traitées en médiation, dans le programme « Medialog » répondent effectivement à des questions adressées par le public au service de médiation mais constituent plus des demandes de renseignement que des interpellations adressées à l'éditeur dans une perspective d'évaluation des services. Par exemple : « *Comment capter la RTBF ?* » (26 juin), « *Qu'est-ce que la version multilingue en télévision ?* » (2 octobre), « *Comment puis-je revoir une émission de la RTBF ?* » (27 novembre). Ces séquences s'apparentent plus à de l'éducation aux médias voire à de l'autopromotion qu'à de la médiation. Le Collège ne s'oppose pas au traitement des deux thématiques, médiation et éducation aux médias, au sein d'un même programme mais il ne peut y avoir

« dissolution » des séquences de médiation qui sont comptabilisées en vertu de l'art 30 du contrat de gestion, ni confusion dans la manière de traiter les séquences.

Le Collège invite donc la RTBF à traiter comme sujets de médiation des interpellations, dans une perspective critique, de ses publics et à ne pas leur substituer des demandes de renseignements.

Panel équilibré d'invités

Pour rappel, le Collège s'est exprimé, à plusieurs reprises, sur le sens qu'il donnait à la notion de médiation. Dans sa décision du 17 février 2011, il affirmait qu'« *une notion centrale à la médiation est celle de dialogue* ». Plus récemment, et éclairé en cela par le contrat de gestion de l'éditeur, le Collège réaffirmait qu'un programme de médiation « *doit être un espace de dialogue où les responsables de la RTBF ne sont pas les seuls à intervenir* » et si « *les plaignants ne doivent pas nécessairement être présents à l'antenne, le programme doit refléter un échange entre différentes positions* ». L'article 30 du contrat de gestion, dans le respect de l'indépendance éditoriale de la RTBF, prévoit d'ailleurs expressément « *un panel équilibré d'invités* ».

Or, sur l'ensemble des 10 programmes diffusés sur l'exercice 2013, 4 seulement faisaient appel à des experts extérieurs à la RTBF dans le cadre de la rubrique « médiation ».

Le Collège encourage donc la RTBF à traiter des thèmes qu'elle sélectionne dans sa séquence « médiation » sous un angle contradictoire.

Horaire de diffusion

Le Collège constate que le programme « Medialog » est diffusé sur la Deux, le mercredi, aux alentours de 22 heures 50 minutes et à 23 heures 35 minutes pour deux éditions. L'article 30 du contrat de gestion prévoit que le programme ou les séquences de médiation soient diffusés, en télévision, « *à une heure raisonnable* ». Selon le Collège, cette précision est destinée à permettre à un public suffisamment large d'avoir accès, en diffusion linéaire, à un programme qui lui est expressément destiné en ce qu'il est censé refléter certaines de ses propres préoccupations.

Interrogé sur une éventuelle infraction à l'article 30 sous cet aspect, l'éditeur répond qu'à 22 heures 50 minutes, « *il reste une forte proportion de public devant la télévision et, dans la foulée d'un programme fort comme « le 12' », de l'ensemble de nos émissions culturelles ou de réflexions auxquelles est apparentée une émission de médiation* ». Il ajoute que « *cet horaire correspond au carrefour de sortie des gros programmes de la concurrence et favorise une vision à moindre concurrence* ». Enfin, il signale que « *Medialog* » est également diffusé sur la Trois le dimanche à 18 heures 45 minutes et « *dans la mesure du possible le vendredi matin vers 11h30* ».

Considérant les arguments relatifs à la programmation de « Medialog » développés par la RTBF : le fait que le programme bénéficie, même en rediffusion, d'une diffusion « à une heure raisonnable » et le fait que le programme soit disponible gratuitement sur le site de la RTBF, le Collège estime qu'il n'est pas opportun d'adresser un grief à l'éditeur sur cette question.

Rapport du service de médiation (art. 48)

L'éditeur transmet le rapport de son service de médiation et de relations avec les publics pour l'exercice 2013.

D'une manière générale, la multiplication des supports et des outils (360 degrés) a, selon l'éditeur, amplifié le dialogue entre la RTBF et ses publics. Différents sujets de préoccupation du public ont fait l'objet de séquences dans le programme « Medialog » : la publicité déguisée, la modération des réseaux

sociaux, le traitement de la violence,... Sur quelque 5.755 dossiers traités, les plaintes en constituent 9% pour 52% de demandes, 24% d'avis, 11% de suggestions et 2% de félicitations. Les contacts relatifs à l'iRTBF (télévision en ligne, réseaux et médias sociaux -22% des contacts/dossiers) continuent de se développer. Dans ce cadre, les contacts peuvent prendre la forme de plaintes (mises en ligne avec retard, difficultés à suivre le journal télévisé en streaming,...).

Traitement des demandes et information des usagers (art. 49-50)

Le service de médiation et de relations avec le public est constitué de 3 ETP. Il propose une page spécifique sur le site internet de la RTBF, laquelle présente un formulaire qui permet d'entrer en contact avec l'éditeur, ainsi que la procédure de traitement des plaintes et demandes, les coordonnées du Service du Médiateur de la Communauté française et du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et les circonstances dans lesquelles il est opportun de s'adresser à ces organes.

Diverses informations générales sont proposées sur la page d'accueil du service de médiation sous les rubriques « télévision », « radio » et « internet » (émissions disponibles, réception, podcasting,...)

Les informations de base relatives à la RTBF – services édités, coordonnées, n° TVA, liste des membres du CA, organigramme,... - sont accessibles sur son site internet depuis la rubrique « entreprise » disponible à partir de chaque page du site, conformément à l'article 6 §1^{er} du décret sur les services de médias audiovisuels et à l'arrêté du gouvernement de la Communauté française du 3 décembre 2004.

Le rapport annuel est également disponible sur le site internet de la RTBF (http://www.rtb.be/entreprise/rtbf-groupe/entreprise_rapport-annuel?id=3485).

9.6. Respect des horaires (art. 21)

En vertu de son contrat de gestion (article 21), la RTBF met en œuvre un dispositif qui tend à assurer le respect des horaires de programmation annoncés. En outre, elle précise par tout moyen adéquat si ses programmes sont en direct, en différé, ou s'il s'agit de rediffusions.

À l'instar de l'exercice précédent, l'éditeur rappelle que ses « *régies de diffusion disposent de programmes de complément (courts-métrages, clips) qui permettent d'ajuster les horaires de diffusion au plus près des horaires annoncés* ».

La RTBF déclare que « *les modifications de programmes de dernière minute sont rares et font l'objet d'annonces sur antenne* ». En outre, dans le cas où « *une modification de programme survient en cours de diffusion (par exemple : durée plus longue que prévue d'une retransmission en direct), la régie de diffusion annonce la modification* ».

Quant aux mentions « direct » et « rediffusion », la RTBF précise qu'elles sont, le cas échéant, ajoutées en superposition à l'image par la régie finale et sur instruction de la Direction des antennes.

En matière de radiodiffusion sonore, l'éditeur ajoute : « *en radio, sauf à de rares exceptions, les durées horaires sont toujours respectées* ».

10. Accessibilité pour les personnes sourdes et malentendantes (art. 40.1)

La RTBF déclare qu'elle a diffusé 14882 heures de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes ou malentendantes pour l'exercice 2013. Le Collège constate dès lors que l'objectif de 1000 heures est atteint. Ce volume horaire présente par ailleurs une progression par rapport à l'exercice 2012 et s'inscrit par conséquent dans la dynamique d'augmentation graduelle prévue par le contrat de gestion.

Par ailleurs, la RTBF déclare que les éditions de son JT de 19h30 sont diffusées en direct sur La Trois dans leur version en langue des signes. Chaque édition des *Niouzz* pendant les périodes scolaires a également fait l'objet d'une interprétation en langue des signes. Enfin, la soirée de clôture de *Cap 48* et la journée spéciale du 21 juillet ont été diffusées avec interprétation en langue des signes.

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

Label « anysurfer » (art.40.2)

Le contrat de gestion prévoit que la RTBF rende « *son site progressivement accessible et labellisé « anysurfer » et développe ses nouvelles applications en cherchant à tendre vers ce label* ». La RTBF déclare progresser pour atteindre les critères relatifs au label « *anysurfer* ». Lors de l'exercice 2013, la société Anysurfer a remis ses conclusions d'audit et a émis quelques recommandations. Par ailleurs, la RTBF communique au CSA la liste des éléments mis en place afin de faire tendre leurs sites vers le label (site utilisable à 50% au moyen du clavier, intitulés des liens significatifs dans leur contexte, code source conforme à la spécification du langage,...).

11. Gestion du personnel

11.1. Dialogue

Devant « *développer un niveau qualitativement élevé* » dans ses relations paritaires et dans le dialogue avec ses journalistes (art.60), la RTBF transmet son règlement portant l'organisation des relations paritaires en son sein. Les commissions sont composées d'un nombre égal de représentants d'organisations patronales et syndicales. La plus haute instance paritaire, convoquée sur demande, négocie notamment le statut du personnel et le règlement du travail dans diverses matières.

11.2. Égalité et diversité

Selon l'article 63 du contrat de gestion, la RTBF réalise au plus tard en 2014 un plan relatif à la diversité au sein du personnel et à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes en son sein (...), notamment afin d'assurer une présence accrue des femmes dans les fonctions managériales.

Pour rappel, en 2011, un plan d'action triennal 2012-2014 a été élaboré et approuvé par le Conseil d'administration en janvier 2012. La RTBF a par ailleurs adopté dans sa charte des valeurs les valeurs de la Charte de l'UER sur l'égalité des chances hommes-femmes.

Afin de favoriser la diversité dans ses services de médias audiovisuels, la RTBF a réalisé diverses mesures en 2013. Tout d'abord, un groupe de travail sur l'égalité et la diversité a procédé à une réflexion approfondie et a eu des contacts avec de nombreux interlocuteurs issus du Conseil de l'Europe, du monde universitaire, de l'Institut du Journalisme de Bordeaux, de la cellule diversité de la VRT et de France Télévisions et enfin de l'UER. Certains de ses membres ont également participé au programme « *Médiane* ». Par ailleurs, diverses autres actions ont été menées, comme la participation du chargé de l'égalité des chances à plusieurs séminaires sur la thématique, la rédaction des offres d'emploi visant à encourager les personnes issues de la diversité à postuler aux emplois proposés, l'activation des plans Actiris,...

11.3. Finances

Coût net de la mission de service public (art. 64)

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. À défaut, en cas de surcompensation, cette dernière ne peut excéder 10 % des dépenses annuelles budgétisées au titre de l'accomplissement de sa mission de service public (art. 64 du contrat de gestion)¹⁰.

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. Dans un rapport spécial complémentaire visé à l'article 78.4 du contrat de gestion, ce Collège, composé de membres de la Cour des comptes et de l'Institut des réviseurs d'Entreprise, a notamment pour mission de préciser de manière explicite le montant des subventions ordinaires et complémentaires que la RTBF a perçues et le coût net de ses missions de service public, afin de permettre immédiatement une identification de toute surcompensation éventuelle.

Dans son « *rapport d'attestation en matière d'absence de surcompensation du coût net de la mission de service public* » du 16 mai 2014, le Collège des commissaires atteste que les subventions ordinaires et spécifiques sont bien affectées aux missions de service public de la RTBF, que la méthodologie appliquée par la RTBF dans le cadre du calcul du résultat de la mission de service public est pertinente et que le résultat du calcul résumé ci-dessous est fiable. Ce calcul est basé sur la ventilation analytique des dépenses 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. Le Collège des commissaires en conclut que le niveau de dotation révèle une *sous-compensation* du coût net de la mission de service

¹⁰ 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. Voy. à ce sujet la [Communication de la Commission européenne](#) concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'État, J.O.U.E., 27 octobre 2009, C-257, points 70 à 76.

public pour un montant de 6.701.000€. Le rapport annuel de la RTBF contient un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public conformément à l'article 50, d), du contrat de gestion¹¹.

Coût net de la mission de service public (en milliers €)

	Comptes 2013
Total des charges de l'entreprise	346,6
Produits des activités non commerciales	-13,6
Produits des activités commerciales tirant un avantage direct ou indirect des missions de service public	-97,0
Coûts des autres activités commerciales	-0,5
Coût net de la mission de service public	235,6
Dotations	228,9
Soldes	6,7

Transparence et informations financières

Conformément à l'article 6, § 1^{er}, 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, la RTBF a publié sur son site internet (www.rtbf.be/entreprise/rtbf-groupe) les informations de transparence requise, en ce compris une synthèse de ses comptes annuels, l'inventaire, le bilan et le compte de résultats pour l'année 2013.

En date du 16 mai 2014, le Collège des Commissaires aux comptes de la RTBF a rendu son rapport sur les comptes annuels de l'entreprise pour l'exercice 2013. Ce dernier conclut que ces comptes donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et des résultats de la société, conformément au référentiel comptable applicable en Belgique. Le rapport précise en outre qu' « *en application de l'article 78.4 du contrat de gestion, le collège des commissaires aux comptes a analysé et évalué de manière spécifique la façon dont la RTBF s'est acquittée des obligations comptables visées aux articles 78.1, 78.2 et 78.3* ».

Comme prévu par l'article 85 du contrat de gestion, le rapport annuel transmis par l'éditeur au Collège est complété par :

- a) une synthèse des sources, des revenus et des coûts issus de l'exercice des activités de la RTBF, ventilant ceux liés à l'exercice de ses missions de service public et ceux relevant des activités commerciales ;
- b) un aperçu des coûts nets de l'exercice de la mission de service public ;
- c) une synthèse de l'évolution de la situation du personnel ;
- d) un tableau synoptique des dotations ordinaires, dotations spécifiques et subventions complémentaires, 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 et pour ARTE Belgique.

Ce rapport identifie également une liste des participations et droits détenus par la RTBF dans d'autres entreprises¹² et contient les comptes et bilan 2013 de ses filiales et sociétés dans lesquelles elle détient

¹¹ Pour un détail de ce calcul et des différentes catégories de dépenses, voy. le [rapport annuel 2013](#) de la RTBF, pp. 164 à 167.

¹² Voy. [rapport annuel 2013](#) de la RTBF, pp. 147 et 172.

une participation inférieure à 50 %, ainsi que le rapport de gestion correspondant (article 80, al. 2, du contrat de gestion).

12. Evaluation des nouveaux services

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'une service existant ».

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

- *Un service ou modification consistant en un service non répandu dans le secteur de l'audiovisuel public, étant entendu qu'un service répandu dans l'offre des autres radiodiffuseurs publics de l'Etat belge et du bassin géographique de langue française ne sera pas considéré comme nouveau ;*
- *Un nouveau domaine d'activité de l'entreprise, à savoir, tout service ou modification aboutissant à un service, autres que ceux prévus par le présent contrat de gestion de manière précise et détaillée permettant aux tiers de savoir quel service est visé, ne tombant pas dans les conditions d'exemption prévues ci-dessous, et entraînant la création ou la modification substantielle de services audiovisuels au-delà du cadre prévu par le présent contrat de gestion ;*
- *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 des recettes annuelles totales de l'entreprise pour ces trois premières années.*

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 dans les termes suivants :

45.3. Le conseil d'administration de l'entreprise notifie sur le champ toute décision qu'il prend concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, qu'elle soit positive ou négative, 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 au paragraphe 2 ci-avant, 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 au 1er alinéa.

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.

D'application depuis le 1^{er} janvier 2013, le Collège constate que la procédure précitée n'a donné lieu à aucune notification ni à aucune autre forme d'information du bureau du CSA par la RTBF.

Questionné à ce sujet lors de son audition préalable à l'adoption du présent avis, la RTBF indique que le conseil d'administration n'a pris aucune décision portant une telle qualification de « nouveaux services importants » ou de « modification substantielle d'un service existant », en sorte qu'aucune notification ne s'en est suivie auprès du bureau du CSA.

Plus précisément, la RTBF indique qu'une procédure interne conforme à l'article 45 est bien diligentée au sein des directions de la RTBF lors du projet de lancement de tout nouveau service audiovisuel. A cette occasion, chaque projet de nouveau service est documenté au moyen d'une fiche signalétique et ensuite validé par les services juridiques et financiers au regard des critères de qualification présidant à l'engagement éventuel d'une procédure (caractère nouveau du service, coût marginal prévisionnel total) et au regard des critères de l'évaluation (satisfaction des besoins démocratiques sociaux et culturels, incidence sur le marché). Les projets ainsi documentés font alors l'objet d'une décision du C.A. de la RTBF. Depuis l'entrée en vigueur du nouveau contrat de gestion, aucune décision du CA n'a conclu à la qualification d'un « nouveau service important » ou d'une « modification substantielle d'un service existant », justifiant de l'engagement de la procédure d'évaluation, en sorte qu'aucune d'elle n'a été communiquée au Bureau du CSA. Pour la RTBF, le contrat de gestion prévoit que la responsabilité du CSA consiste à conduire le test d'évaluation des nouveaux services importants et à en rapporter les résultats, et non à exercer une tutelle préalable sur toutes activités de nouveaux services lancés par la RTBF, qu'ils soient importants ou non.

Questionnée en outre sur la méthode de calcul du « cout marginal prévisionnel total », la RTBF précise qu'il s'agit, selon son interprétation, de totaliser l'ensemble des charges additionnelles dédiées au service, à savoir les charges de dépenses externes (fournisseurs), les charges liées aux amortissements d'investissements dédiés et les charges internes liées aux couts du personnel dédiées, dont sont déduites les recettes commerciales induites par le nouveau service en question. L'éditeur semble à cet égard, suivre la logique de calcul du coût net des missions de service public, prévu à l'article 64 du contrat de gestion, qui vise à délimiter le montant des dotations dont bénéficie la RTBF].

Pour le Collège, le contrat de gestion charge le Bureau du CSA de décider en dernier recours si cette décision du conseil d'administration respecte (ou non) les critères susvisés et, le cas échéant, d'annuler la décision (positive ou négative) du CA. Si le bureau du CSA annule cette décision, la RTBF 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. Si le bureau du CSA n'annule pas la décision du conseil d'administration de l'entreprise, celle-ci est réputée définitive.

Plus précisément, le Collège estime que la lecture croisée de l'alinéa 1^{er} de l'article 45.3 du contrat de gestion – qui prévoit la notification de toute décision « *qu'elle soit positive ou négative* » du CA -, et de son alinéa 5 – qui prévoit la possibilité par laquelle le bureau peut « *remettre en cause la qualification d'un service comme ne relevant pas de la catégorie de nouveau service important...* » - , induit la notification au bureau du CSA des différents projets de nouveaux services – qu'ils soient jugés importants ou non par l'éditeur – et de modifications de services existants – qu'elles soient jugées substantielles ou non par l'éditeur.

Pour le Collège, cette lecture est en outre confortée par la rationalité de cette procédure. En effet, en confiant au Bureau du CSA la tâche de valider, en dernier ressort, la nécessité ou non d'engager la procédure d'évaluation préalable visée aux articles 45.5 et suivants du contrat de gestion, le contrat de gestion érige une instance indépendante en garante du respect d'une procédure visant à assurer la transparence et le bon fonctionnement concurrentiel et pluraliste du marché.

Dès lors, le conseil d'administration de la RTBF, en s'abstenant de notifier sur-le-champ les décisions (négatives) qu'il a adoptées jusqu'à présent concernant les nouveaux services importants ou les modifications substantielles de services existants, n'a pas respecté l'article 45.3 du contrat de gestion qui impose une telle notification pour toute décision de ce type, qu'elle soit positive ou négative.

En conclusion, le Collège invite l'éditeur à communiquer sans délai au bureau du CSA les décisions prises par le conseil d'administration de l'entreprise à compter de la date d'adoption du présent avis, concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, qu'elle soit positive ou négative, accompagnée de ses motifs de fait et de droit. S'agissant des services lancés depuis le 1^{er} janvier 2013, le Collège invite l'éditeur à communiquer au Bureau du CSA un document récapitulatif de ces décisions.

Pour donner effet utile à la procédure visée à l'article 45.3, le Collège entend par cette notification, la notification de toutes les décisions relatives à tout service nouveau ou toute modification de service existant qui auraient été qualifié(s) de manière positive ou négative d'important ou de substantielle par le CA de l'entreprise.

S'agissant de la méthode de calcul du « cout marginal prévisionnel total », le Collège invite l'éditeur à en expliciter le fondement et particulièrement la prise en considération des recettes, y compris commerciales, attachées aux services concernés.

13. Publicité

13.1. Règles publicitaires : décisions concernant la RTBF en 2013

En matière publicitaire, depuis l'année 2010, le CSA effectue un monitoring des pratiques de communication commerciale des éditeurs de services de la Communauté française¹³ :

- Le monitoring quantitatif portant sur les durées publicitaires n'a fait état d'aucun dépassement, à l'instar du contrôle quantitatif précédent ;

¹³ Le monitoring s'étend aux services linéaires et non linéaires. Les nouvelles plateformes sont également prises en compte, que ce soit les sites Internet, applications mobiles ou services à la demande.

- Aucun grief n'a été notifié à la RTBF suite au monitoring qualitatif des pratiques de communication commerciale.

L'article 75 prévoit les règles à suivre par la RTBF pour la publicité dans les services en ligne sur internet et via des services de la société de l'information. En vertu de cet article, « *la RTBF ne peut insérer aucune publicité sur le site internet de La Trois, ni aucune publicité sous forme de « prerol » avant les programmes pour enfants accessibles dans l'offre de services de médias audiovisuels non linéaires de la RTBF* ».

Néanmoins, lors du monitoring de la communication commerciale par les services du CSA sur les nouvelles plateformes effectué lors de l'exercice suivant, en 2014, la présence de publicité sur le site Internet de « La Trois » a pu être constatée à plusieurs reprises et les conclusions du monitoring ont été transmises au Secrétariat d'instruction du CSA pour suite éventuelle.

13.2. Recettes nettes de publicité (art. 71.4)

Les recettes nettes de publicité de la RTBF sur ses chaînes de radio et de télévision, déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire, des moyens complémentaires affectés à la production audiovisuelle indépendante et des moyens affectés au Fonds d'aide à la création radiophonique en application de l'article 56.2 du présent contrat de gestion, n'excèdent pas, à la lumière des comptes annuels de l'entreprise, les 30 % des recettes totales de l'entreprise en 2013, (art. 71.4, al. 1^{er}, du contrat de gestion). Ces revenus publicitaires nets, d'un montant de près de 68,5 millions d'euros après déduction de la contribution de l'entreprise au FACR (462.316,65€), ne dépassent pas le seuil de 25 % fixé au second alinéa de cette dernière disposition, au-delà duquel ces recettes doivent être affectées à des missions de service public énoncées par le contrat de gestion.

Recettes publicitaires 2009-2013

Recettes nettes (€)	2009	2010	2011	2012	2013	Écart 12-13
publicité commerciale radio ¹⁴	15.208.739	17.715.539	19.362.318	21.567.549,9	23.115.782,5	+7,17 %
publicité non commerciale et parrainage radio	2.958.260	3.054.843	3.298.883	3.089.063,4	2.830.339,5	+8,37 %
publicité en radio	18.167.000	20.770.382	22.647.000	24.780.000	25.900.000	+4,52 %
publicité en TV	36.195.000	41.836.000	41.607.000	40.649.000	41.200.000	+1,40 %
publicité télétexte	95.000	89.000	21.000	-	-	
publicité Internet	654.000	935.000	1.311.000	1.566.000	1.900.000	+21,33 %
Total publicité	55.111.000	63.630.382	65.586.000	66.995.000	69.000.000	+2,99 %
Total recettes de l'entreprise	290.559.000	294.566.000	301.425.000	316.260.000	323.600.000	+2,32 %
% des recettes nettes de publicité dans le total des recettes de l'entreprise	18,97 %	21,60 %	21,76 %	21,18 %	21,32 %	

13.3. Publicité dans les services en ligne

Afin de préserver les recettes de publicité des éditeurs de presse écrite imprimée sur internet, dans un souci de maintien du pluralisme de la presse écrite imprimée, la Fédération Wallonie-Bruxelles impose à la RTBF (art.75,3) de verser à un fonds intitulé « fonds de soutien aux médias d'information » les recettes nettes de publicité sous forme de « *displays* » autour des contenus écrits de son site d'information www.rtb.be/info, qui dépasseraient un montant de 600.000 € pour l'année 2013.

Suivant les montants déclarés par l'éditeur, ce montant n'a pas été dépassé en 2013. Aucun versement au fonds de soutien aux médias d'information n'est donc requis.

¹⁴ Ces montants servent de base au calcul de la contribution de la RTBF au Fonds d'aide à la création radiophonique (cf. ci-dessus).

Avis du Collège d'autorisation et de contrôle

Pour l'exercice 2013, le Collège constate que la RTBF a concrétisé les obligations spécifiques qui lui sont confiées par contrat de gestion, notamment : la production propre, les investissements à consentir dans la production indépendante et dans le Fonds d'aide à la création radiophonique, les quotas de diffusion, la mise en valeur des œuvres européennes, ainsi que ses missions d'information, de culture, d'éducation permanente, de programmation jeunesse et de collaborations.

Le Collège constate que la RTBF n'a pas rencontré son obligation de diffuser et d'offrir à la demande un programme ou des séquences de programmes de médiation dont au moins 10 occurrences télévisuelles.

Le Collège estime toutefois ne pas devoir sanctionner ce seul manquement eu égard au fait que les obligations en matière de programmes de médiation sont soumises à de nouvelles modalités dans le présent contrat de gestion qui est mis en œuvre pour la première fois en 2013.

Le Collège sera particulièrement vigilant sur la bonne exécution de cette obligation lors de l'examen du rapport annuel 2014 de la RTBF.

Dans la perspective du contrôle prochain, le Collège sera aussi particulièrement attentif à l'évolution des points suivants :

- l'implication de l'éditeur dans la mise en place de synergies avec chaque télévision locale de service public (article 57) ;
- l'implication du tissu associatif dans certains éléments de la programmation (article 28.3) ;
- les modalités selon lesquelles la RTBF met ses infrastructures de production à disposition des créateurs de la communauté française. Le collège invite encore une fois l'éditeur à informer les créateurs de la communauté française de cette possibilité et à en définir les modalités (article 16.2) ;
- l'évolution de la programmation spécifique en matière de médiation et notamment la composition des panels de débats (article 30).
- la fourniture par l'éditeur du détail de l'affectation des provisions 2012 et des apports annuels successifs au fonds séries, de manière à démontrer la conformité au contrat de gestion des investissements en coproduction consentis, notamment au regard des critères d'œuvre majoritaire et d'indépendance des producteurs.

S'agissant de l'évaluation des nouveaux services, le Collège invite l'éditeur à communiquer sans délai au bureau du CSA les décisions prises par le conseil d'administration de l'entreprise à compter de la date d'adoption du présent avis, concernant tout nouveau service important ou toute modification substantielle d'un service existant, qu'elle soit positive ou négative, accompagnée de ses motifs de fait et de droit.

S'agissant des services lancés depuis le 1^{er} janvier 2013, le Collège invite l'éditeur à communiquer au Bureau du CSA un document récapitulatif de ces décisions.

Pour donner effet utile à la procédure visée à l'article 45.3, le Collège entend par cette notification, la notification de toutes les décisions relatives à tout service nouveau ou toute modification de service existant qui auraient été qualifié(e)s de manière positive ou négative d'important ou de substantielle par le CA de l'entreprise.

S'agissant de la méthode de calcul du « cout marginal prévisionnel total », le Collège invite l'éditeur à en expliciter le fondement et particulièrement la prise en considération des recettes, y compris commerciales, attachées aux services concernés.

En conséquence, et nonobstant ces observations, le Collège d'autorisation et de contrôle établit que la RTBF a respecté ses obligations légales et contractuelles pour l'exercice 2013.

Fait à Bruxelles, le 18 décembre 2014