



**R**

regard belge  
référent  
révéler des talents  
réconforter



# RAPPORT

## EXTRA-FINANCIER





# RAPPORT EXTRA-FINANCIER

<b>A. RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE</b>	<b>89</b>
EDITO	89
<b>1. METHODE DE PREPARATION</b>	<b>90</b>
a. Cadre de reporting, périmètre et limites des rapports	90
b. Analyse de matérialité	91
c. Rappel des 6 Objectifs de Développement Durables sélectionnés	92
<b>2. GOUVERNANCE</b>	<b>93</b>
a. RSE	93
b. RTBF	93
<b>3. ENVIRONNEMENT</b>	<b>95</b>
a. Réduction de notre empreinte environnementale	95
b. Numérique responsable	101
<b>4. SOCIAL</b>	<b>103</b>
a. Renforcement Egalité et Diversité	103
b. Renforcement des solidarités et de l'action citoyenne	106
<b>5. CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE</b>	<b>109</b>
<b>B. RÉALISATION DES INDICATEURS DU CONTRAT DE GESTION</b>	<b>113</b>
INDICATEURS ÉDITORIAUX	113
INDICATEURS TRANSVERSAUX	118
PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET PRODUCTION INDÉPENDANTE	122
COÛT DE L'OFFRE EDITORIALE	125
<b>C. GESTION DES RISQUES ET SYSTÈME DE CONTRÔLE INTERNE</b>	<b>126</b>
Gestion des risques	126
Système de contrôle interne	127



# A. RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE

## EDITO

La RTBF souhaite pleinement jouer son rôle de facilitateur dans les grandes transformations collectives qui traversent notre société, conformément aux missions qui lui sont confiées en matière de responsabilité sociétale.

Ce rôle s'inscrit au cœur de nos processus, notamment à travers la formation et l'accompagnement de nos équipes, ainsi que dans nos interactions quotidiennes avec nos publics.

En 2023, quatre piliers (réduction de l'empreinte environnementale, numérique responsable, renforcement Egalité et Diversité et renforcement des solidarités et de l'action citoyenne) et six objectifs de dévelop-

pement durable ont été identifiés comme prioritaires pour la RTBF pour agir en faveur d'une société plus unie et durable.

L'année 2024 a permis de faire progresser la synergie entre ces 4 piliers et la collaboration avec les équipes éditoriales comme l'illustrent les actions présentées dans ce rapport.

Ce parcours se construit dans le temps et contribue à nourrir la relation de confiance avec l'ensemble de nos publics. Afin d'être à la hauteur de cette confiance, nous souhaitons continuer à progresser sur ces enjeux sociétaux et environnementaux, mesurer les résultats et apporter des réponses durables et adaptées.



# 1. METHODE DE PREPARATION

## A. CADRE DE REPORTING, PÉRIMÈTRE ET LIMITES DES RAPPORTS

Dans le 6<sup>ème</sup> contrat de gestion, sont décrits les engagements en matière d'environnement, de durabilité et de diversité (indicateurs 2, 3, 4, 5 et 59). La stratégie 2023-2027, dans la priorité « Faire société », inscrit le groupe RTBF dans un trajet en faveur d'une société plus équitable dans la représentation de sa diversité et avec un mode de vie soutenable dans ses impacts (RSE).



Pour déployer sa stratégie RSE, la RTBF a défini **4 piliers d'intervention** : *réduction de l'empreinte environnementale, numérique responsable, renforcement Egalité et Diversité, et renforcement des solidarités et de l'action citoyenne* au travers, notamment, de Cap48.

## B. ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

### Notre contribution aux objectifs de développement durable de l'ONU

Les objectifs de développement durable (ODD) définissent les priorités mondiales en matière de développement durable pour 2030 et cherchent à mobiliser les gouvernements, les entreprises et la société dans son ensemble autour d'un ensemble commun d'objectifs et de résultats.

La RTBF a construit **sa matrice de matérialité** en 2023 pour identifier les enjeux **impactant l'organisation, les modes de fonctionnement ainsi que la production de contenus**, en interrogeant l'interne et nos parties prenantes externes.

Afin de construire la matrice de matérialité de la RTBF, un questionnaire a été envoyé en interne et aux parties prenantes en novembre 2023. Chacun.e a été invité.e à répondre sous l'angle de la relation qu'il/elle a avec la RTBF.

### Résultat de l'analyse :

La matrice de matérialité reprend les 26 enjeux et le degré d'importance qu'ils représentent.



## C. RAPPEL DES 6 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLES SÉLECTIONNÉS

Pour baliser l'approche globale de la RTBF, six Objectifs de Développement Durables (ODD) ont été identifiés comme impactant directement sa mission de service public et ses modes de fonctionnement et d'organisation.

rtbf  
**IMPACT**



Assurer une éducation équitable, inclusive, de qualité et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie



Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et toutes les filles



Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre



Établir des modes de consommation et de production durables



Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions



Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous

Chaque objectif est relié à un des 4 piliers définis ci-dessus.

Pour la période 2023-2027, le HUB RSE a répertorié 36 projets répartis entre les 4 piliers, ils sont tous reliés à un ODD et à l'indicateur du contrat de gestion auquel il correspond.

## 2. GOUVERNANCE

### A. RSE

#### Définition de la structure et du cadre pour construire un plan d'actions global

Le HUB RSE se compose de 12 collaborateurs et collaboratrices avec pour objectif de structurer et déployer la stratégie globale RSE du média public et son plan d'actions, mais également d'être une force d'impulsion et de ponts entre les différentes actions déjà existantes ou futures.

Ce HUB est constitué des responsables des quatre piliers et des personnes ressources venant des différentes directions et des expert.e.s. Il est coordonné par la conseillère en gestion des parties prenantes et de réputation qui assure également le lien avec le Comité Exécutif sur l'état d'avancement du plan d'actions.

#### Les membres du HUB s'accordent sur les rôles à accorder à cet espace :

- > Implication dans la définition de la stratégie RSE
- > Alignement entre valeurs, sens et actions
- > Interpellation si décalage entre valeurs, sens et actions
- > Partage d'expertises et de connaissances
- > Coordination entre les différents axes RSE
- > Appui à une nouvelle culture d'entreprise
- > Impulsion en matière de RSE
- > Recommandation de propositions
- > Évaluation interne des résultats obtenus par la stratégie

### B. RTBF

#### Le modèle de gouvernance de la RTBF

La RTBF est une entreprise publique autonome à caractère culturel de la Communauté française. Son statut a été défini via le décret du 14 juillet 1997. Elle peut donc agir d'initiative et dispose d'une certaine autonomie de gestion. Cette autonomie est régie par un contrat, conclu avec la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui lui assigne une série de missions.

Le sixième contrat de gestion de la RTBF, signé le 22 décembre 2022, place le média public au cœur de l'écosystème culturel avec pour ambition de nouer des liens avec tous les publics, en Wallonie et à Bruxelles.

#### Conseil d'administration

Le conseil d'administration de la RTBF se compose de 13 membres élus par le Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, auxquels s'ajoutent 2 commissaires du Gouvernement. Ces derniers sont chargés de veiller au respect de l'intérêt général, des lois, décrets, ordonnances et arrêtés, de la mission de service public, du contrat de gestion et de l'équilibre financier de l'entreprise. Le conseil d'administration a le pouvoir d'accomplir tous les actes politiques et budgétaires nécessaires ou utiles à l'entreprise. Il désigne, en son sein, un président et des vice-présidents qui constituent, avec l'administrateur général, son comité permanent. Le Comité permanent est notamment chargé d'instruire les dossiers à présenter au CA et d'assurer les missions déléguées par ce dernier.

### Comité d'audit

Le Comité d'audit de la RTBF se compose de 3 administrateurs et d'un membre externe indépendant. Les commissaires du gouvernement sont invités aux réunions du Comité d'audit de la RTBF. Le Comité d'audit se réunit généralement six fois par an.

### Comité des rémunérations

Le Comité des rémunérations de la RTBF se compose de 3 administrateur.trice.s. Les 2 commissaires du Gouvernement, l'Administrateur général et la Directrice générale Développement et Ressources humaines sont invités aux réunions.

Le Comité des Rémunérations a pour mission de rendre un avis sur les politiques et les pratiques de rémunération au sein de l'organisme et d'émettre des recommandations sur la rémunération individuelle et les avantages quelconques accordés à l'Administrateur général, aux directeurs .trices- généraux.ales et directeurs.trices ainsi qu'à la présidente, à la vice-présidente et aux membres du conseil d'administration.

### Comité exécutif et Comité opérationnel

Le Comité Exécutif, nommé aussi COMEX, est responsable de la stratégie de l'entreprise et des grandes orientations éditoriales. Il réunit, au côté de l'Administrateur général, 6 directions : Pôle Contenus, Pôle Medias, Info et Sports, Ressources Humaines, Finances, Technologies.

Incarnant le principe de délégation au sein de notre gouvernance, le Comité des Opérations, dit le COMOP, assure le fonctionnement opérationnel de l'entreprise. C'est à lui que revient d'assurer la gestion pratique et quotidienne de l'entreprise et d'en optimiser les activités.

# 3. ENVIRONNEMENT

## A. RÉDUCTION DE NOTRE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE

En tant qu'entreprise publique, la RTBF se doit de participer à l'effort global pour diminuer la pression anthropique sur la planète, son climat, ses écosystèmes et ses ressources. Depuis 2022, un groupe de travail, renommé Impact'ON, s'y attelle. La stratégie mise en place par Impact'ON, repose sur une assemblée de collaborateurs et collaboratrices qui, à la suite de six mois de travail, a proposé vingt actions concrètes à la direction qui en a sélectionné quinze à mettre en œuvre. L'avancement des actions est présenté ci-après.

### Guides des bonnes pratiques et éco-production

Après avoir lancé le guide d'éco-production en 2023, la RTBF a continué de travailler sur cette action à travers de nombreux leviers détaillés ci-dessous :

- > **Réalisation et lancement d'une liste des vérifications** à effectuer en éco-production qui permet aux productions de plus facilement se rendre compte des possibilités d'amélioration environnementale sur leur projet.
- > **Réalisation d'audit d'émissions et accompagnement en éco-production** avec mise à disposition d'une chargée d'éco-production (sur les productions telles que : « le Beau vélo de Ravel », « C'est archivé près de chez nous », « les Magritte du Cinéma », le prime de fin d'année "2023 en Mieux", « Culture Club », « les Ambassadeurs » et « Viva for Life »). L'intervention de la chargée en éco-production s'étend sur l'ensemble du processus de création d'un projet. Ainsi, ses recommandations peuvent

être prises en compte dès les choix initiaux et tout au long du tournage ou de la captation. Les recommandations touchent tant aux déplacements, qu'à l'utilisation des groupes électrogènes, au catering, aux décors et costumes, mais également aux interactions avec le public et aux messages véhiculés.

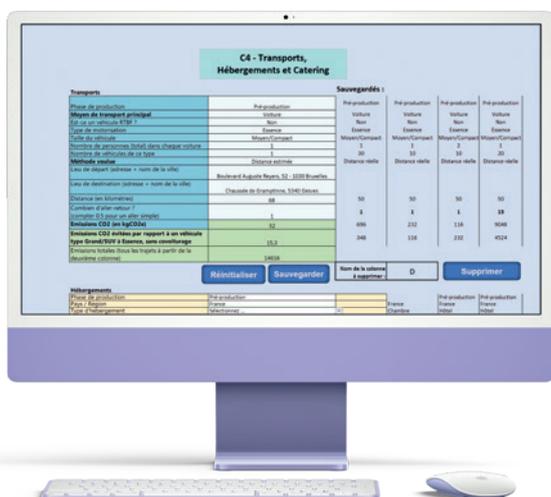
- > Cette année, la **régie verte** a été déployée sur la cérémonie des Magritte, sur la Foire du Livre, sur la couverture du sommet Climat Chance Europe 2024, sur « HOME » un événement citoyen inclusif, positif et inspirant en réponses aux défis environnementaux, ainsi que durant des événements internes dont les visites guidées de la RTBF. Cette régie verte est un outil de captation qui tient sur une remorque à vélo. Elle est autonome en électricité grâce à ses deux batteries et son panneau photovoltaïque.



> Au cours de l'année 2024, la RTBF a organisé des **formations en éco-production**. Au cours de ces formations, les équipes apprennent à rendre leur tournage et captation plus durable en travaillant sur les thématiques reprises dans le guide d'éco-production: éco-conception, énergie, transport, catering et table régie, déchets, décors, costumes et accessoires, maquillage et coiffure.



> **Lancement du projet de calculette carbone** et obtention d'un financement de la part de la Fondation Roi Baudoin pour engager une personne pendant 5 mois. Le but étant de créer un outil qui permet de calculer simplement l'impact carbone des productions audiovisuelles de la RTBF grâce à des données spécifiques à nos outils de productions que ce soit en termes de matériels technologiques, déplacements effectués, catering, décors, etc. La calculette carbone nous permettra



donc de mesurer notre impact par projet, de mettre en évidence les éléments les plus impactant lors du processus de création et ainsi de proposer des améliorations pour les épisodes suivants, les saisons suivantes et l'ensemble des futurs projets.

### Systématisation des critères environnementaux dans les marchés publics et partenariats

> **Critères environnementaux dans les marchés publics** : lors de l'élaboration d'un cahier des charges (marché public de plus de 30.000 EUR hors TVA), la cellule marchés publics mène, en collaboration avec le métier, une réflexion autour de l'insertion d'un **critère et/ou d'une exigence environnementale** en lien avec l'objet du marché.

La démarche environnementale est envisagée à différents stades de la procédure du marché :

- Au stade de la sélection des candidats/soumissionnaires : il est demandé au soumissionnaire de démontrer qu'il prend des mesures en lien avec la gestion environnementale. Concrètement, il lui est demandé de joindre une note relative à sa politique en matière de RSE, dans laquelle il précise également le nombre d'objectifs de l'ONU auxquels il répond.
- Au stade de l'analyse intrinsèque de l'offre: il est demandé au soumissionnaire de démontrer que sa solution répond à des attentes précises du pouvoir adjudicateur en matière environnemental, qu'il décrit dans sa demande.
- Au stade de l'exécution : la RTBF insère des exigences environnementales qui doivent impérativement être respectées par l'adjudicataire durant toute la durée du marché, avec si nécessaire des sanctions en cas de non-respect.

En 2024, parmi nos 104 marchés susceptibles d'intégrer une clause environnementale (à l'exclusion des missions de consultance ou des achats de logiciels informatiques), 37 incluait désormais une clause RSE. Par ailleurs, le secteur du numérique était impliqué dans 45 % de ces marchés.

> Par ailleurs, en s'inscrivant dans la continuité des actions déjà en place, le service achats mène une réflexion pour améliorer l'impact environnemental, social et économique dans tout le processus achats de la RTBF. Cela se traduit par la création d'une « **Stratégie d'achats durables** » en cours de rédaction.

> Dans les **contrats de coproduction, de commande et d'acquisition de flux**, la RTBF élabore également des **clauses environnementales**. Ces clauses demandent notamment la fourniture du bilan carbone du projet, ainsi que l'ensemble des mesures mises en œuvre afin de diminuer l'empreinte environnementale du projet. La RTBF y partage également ses actions, sa philosophie et son ambition. Nous espérons les mettre d'application dans les contrats en 2025.

## Outil de covoiturage



> Lancement de Carpool en février 2024. Carpool est une plateforme de covoiturage pour laquelle la RTBF dispose d'un environnement dédié dans lequel les

collaborateurs et collaboratrices peuvent se retrouver facilement pour organiser leur covoiturage de ou vers un site de production, mais également pour les tournages, les événements d'entreprise, les captations, etc. À noter que Carpool est un outil développé par l'ASBL Belge M'pact, soutenu par la Wallonie.

## Plan de mobilité bas Carbone

> Mise en place de l'indemnité kilométrique vélo dès le 1er janvier 2024. Cette indemnité de 0,27 EUR/km pousse l'ensemble du personnel à favoriser la mobilité active pour ses déplacements domicile-travail.

> Au cours de l'année 2024 des ateliers de réparations vélo ont eu lieu à destination du personnel de la RTBF. Durant ces ateliers, le prestataire répare les petits problèmes mécaniques sur les vélos personnels des collaborateurs et collaboratrices de la RTBF et propose de changer les pièces d'usure. La RTBF prend en charge la main d'œuvre et les employé-es paient les pièces détachées. À noter que notre prestataire de réparation vélo est une entreprise de l'économie sociale qui travaille sur la réinsertion de personnes éloignées de l'emploi.

## Continuer à valoriser et proposer des contenus liés aux enjeux environnementaux

La cellule IMPACT poursuit ses missions de valorisation des enjeux environnementaux pour qu'ils soient abordés de manière transversale au sein de l'ensemble des contenus.

La RTBF a catégorisé ses contenus en 3 classifications :

### 1/ les émissions dédiées à la durabilité

La cellule IMPACT est la cellule référence

pour l'éditorial concernant les questions de durabilité. Elle assure un lien transversal avec les différentes émissions et propose ses propres contenus dédiés à ces questions parmi lesquels nous pouvons citer :

- « Y a pas de planète B » sont des Vidéos Tipik TV, la Une, Médias de proximité, TV5, ContenusRS (pageinstagram), Chroniques hebdo Tipik radio et La Première
- « Ensemble pour la planète » est une page dédiée sur RTBF ACTU qui fournit des articles, portraits et des chroniques radio hebdomadaires sur Vivacité
- La chronique JT hebdomadaire « Un œil sur demain »
- « Les aventureuses » sont 10 programmes de 15 minutes sur la Une TV + Podcast audio et Articles RS
- « Clima'ccessible » est un podcast qui traite de l'impact du changement climatique sur les personnes en situation de handicap. 5X7' Clim'accessible, un podcast sur le climat et le handicap à écouter gratuitement - Auvio
- Le podcast « L'écologie c'est moi aussi »
- L'émission radio et podcast "le Tournant – les clés"
- Les émissions « Quel temps pour la planète »
- « Le Jardin Extraordinaire »
- « Jardin et loisir »
- « La yourte »
- « Grandeur nature »

## 2/ les émissions ayant abordé la durabilité dans leur contenu en 2024 :

- « # Investigation »
- « QR »
- « Rocky et Lily »
- « Dis le therm' NIOUZZ »
- La chronique JT « Le Scan »
- « On n'est pas des Pigeons » avec contenus environnementaux

## 3/ les achats ou coproductions fiction et documentaires abordant le sujet de durabilité

La RTBF continue de proposer des contenus tel que le documentaire "Même pas peur" avec Vinz Kante et des soirées documentaires dédiées.

La RTBF était présente durant le **Festival HOME**, un festival dont le but était de proposer des solutions pratiques pour un avenir plus durable. Grâce à la régie verte et un green key, nous avons permis aux participant-es de présenter la météo de 2050 en se projetant dans un avenir marqué par les dérèglements climatiques et les hausses de températures. Cet atelier aura permis de sensibiliser tout en créant du lien entre la RTBF et ses publics toujours soucieux de nous rencontrer et d'échanger sur nos pratiques et l'évolution de nos moyens techniques plus durables.



## Renforcer le traitement environnemental au sein de l'ensemble des rédactions

- > Cette action consiste notamment en la création d'un groupe d'experts « climat » au sein des journalistes de la RTBF. Pour ce faire, de nombreuses formations thématiques ont été organisées au cours de l'année parmi lesquels un parcours climat, une fresque du film pour la Fiction et les documentaires lors du Brussels International Film Festival en partenariat avec CUT et la SABAM, une formation sur les discours de l'inaction climat avec l'écriture d'un guide interne mis à disposition de l'ensemble du personnel, le développement d'un module sur les récits et un quiz mensuel pour l'ensemble du personnel sur les enjeux environnementaux.
- > Au cours de cette année, nous avons également continué à sensibiliser l'ensemble du personnel à travers l'outil Fresque du climat, l'atelier 2 tonnes, la fresque du numérique, la fresque des nouveaux récits, l'élaboration d'un guide sur les discours de l'inaction environnementale...

## Mise en place du zéro déchet



**Semaine du ZÉRO DÉCHET : utilise ton tupp' et reçois un dessert gratuit**

- > Au cours de la semaine européenne du zéro déchet, nous avons lancé une action pour pousser à l'utilisation des contenants réutilisables dans les restaurants et cafétarias des différents sites RTBF. Les utilisateurs de contenants réutilisables se voyaient remettre une carte de fidélité qui

leur offrait un dessert après 10 utilisations de contenants réutilisables. D'autre part, un kit de contenants réutilisables est distribué à chaque nouveau membre du personnel afin de diminuer la production de déchets lié à l'usage des contenants à usage unique.

## Rénovation durable et intégrée des sites d'émissions

- > Sur le site d'émission de Wavre nous avons développé un **champ photovoltaïque** sur une superficie de 2,2 hectares. Ils pourront produire **jusqu'à 1 GWh par an**. Cette production correspond à nos besoins annuels de consommation énergétique pour diffuser nos émissions depuis le site de Wavre. Cette demande énergétique est stationnaire (24/7). Les panneaux photovoltaïques ne produisant pas la nuit, il sera nécessaire de prélever l'énergie sur le réseau durant les périodes de non-production des panneaux photovoltaïques. De même, lors des périodes estivales, la production des panneaux photovoltaïques sera, en journée, supérieure à notre besoin d'électricité. Le surplus sera réinjecté sur le réseau. Sur une production photovoltaïque de 1.000 MWh, nous utiliserons 650 MWh pour alimenter nos émetteurs.



> Un marché public pour la réalisation d'un audit énergétique des bâtiments et des sites d'émissions de la RTBF a été publié et attribué au cours de l'année 2024. Les résultats accompagnés de recommandations seront disponibles début 2025 et permettront de prendre des décisions éclairées concernant les investissements à faire sur ces sites en termes de rénovations thermiques et énergétiques et de productions d'électricité renouvelable.

> Durant cette année, nous avons à nouveau organisé des **Repair Cafés** pour les collaborateurs. Au total, cinq repair cafés ont eu lieu en 2024 dans les sites de la RTBF. La RTBF prend un prestataire pour la main d'œuvre et les membres du personnel participant paient les pièces détachées.

### Mise en place de Repair Cafés et donneries

> Le CPAS de Bruxelles a lancé en 2024 un magasin de seconde main d'équipement sportif. La RTBF a décidé d'encourager cette initiative dénommée CyclUp en proposant à ses collaborateurs de ramener leurs équipements sportifs non utilisés afin d'en faire don à ce beau projet d'économie sociale et solidaire. Un grand nombre d'équipements sportifs ont ainsi été récoltés et donnés au nouveau magasin solidaire CyclUp.



## B. NUMÉRIQUE RESPONSABLE

La RTBF a poursuivi et intensifié les diverses actions initiées en 2022 et 2023. Ces initiatives s'inscrivent dans une démarche prenant de plus en plus en compte les impacts de nos activités numériques sur l'ensemble de son cycle de vie, tenant compte notamment de l'empreinte carbone liée à l'extraction des matières premières, à la fabrication, à la distribution jusqu'à la fin de vie des équipements.

Par ailleurs, la sobriété numérique est progressivement intégrée au concept plus large de Numérique Responsable. Ce dernier vise non seulement à réduire l'empreinte écologique, mais également à créer une valeur économique, sociale et environnementale par le biais des technologies numériques.

### L'allongement de la durée de vie des équipements numériques

Cette action entamée en 2023 a été accentuée. La RTBF demande désormais une **prolongation de la maintenance des équipements** des utilisateurs et de nos Datacenters (Laptops, desktops, serveurs, stockage, réseau). La durée est passée de 3 à 5 ans, ceci en vue de garder le matériel plus longtemps sans affecter les coûts de maintenance. En effet, les fournisseurs nous obligent souvent à remplacer du matériel fonctionnel uniquement en raison des coûts de maintenance qui augmentent après la période de garantie. En demandant une maintenance de 5 ans, ces coûts sont mieux contrôlés et le matériel est mieux utilisé et plus longtemps.

### Revalorisation et gestion de déchets électriques et électroniques (DEEE)

Le secteur logistique technologique continue à rassembler le matériel RTBF en fin de vie et organise des ventes aux enchères par

lots en vue d'une réutilisation/revalorisation de certains équipements encore fonctionnels. Ce qui n'est pas réutilisable est envoyé dans une filière de recyclage de DEEE grâce à notre partenaire OutOfUse. Ce matériel est alors recyclé et procure à la RTBF des certificats Natagora assurant la plantation de nouvelles forêts.

**Renouvellement de notre adhésion à l'Isit** (Institute for Sustainable IT) en tant que membre et signataire de la Charte Numérique Responsable.

Cette association sans but lucratif est un groupe de réflexion, de conseil et de soutien dédié aux enjeux du Numérique Responsable. Elle compte 83 membres de diverses origines en Belgique.

La RTBF a participé à différents événements organisés par l'Isit.be sur le thème de la sobriété Numérique : présence au **Green-tech Forum** de juin et aussi présence au **Climathon** organisé par l'université de Liège.

### Digital clean up week du 11 au 16 mars 2024

Une vidéo de communication interne a été réalisée afin de sensibiliser l'ensemble du personnel à son impact numérique et de le motiver à adopter des pratiques numériques vertueuses telles l'allongement de la durée de vie de nos appareils, libérer de l'espace sur le cloud ou sur nos data center, alléger les applications, les newsletters, etc.



En parallèle, une collecte du matériel numérique personnel usagé a été organisée afin d'envoyer ce matériel vers notre prestataire Out of Use qui s'occupe de remettre en état les appareils qui peuvent l'être et de démanteler en vue de leur recyclage les appareils dont l'usage ne peut être prolongé.



### Formation en éco-conception numérique

Une première formation à destination d'une dizaine de personnes actives dans nos développements Web a été organisée. À la suite de cette première journée, l'équipe a programmé une journée en février 2025 afin de définir le référentiel sur lequel nous allons nous baser pour mesurer les avancements en éco-conception.

La RTBF a organisé une **Fresque du numérique** à destination du management des technologies. Le but de cet atelier était de former et sensibiliser les participant.es aux enjeux environnementaux et climatiques liés au numérique.



## 4. SOCIAL

### A. RENFORCEMENT EGALITÉ ET DIVERSITÉ

La RTBF continue à affirmer sa vision de la diversité inclusive où chacun et chacune a sa place dans le média de service public et se reconnaît dans les contenus qui y sont proposés. La RTBF s'investit en tant que média francophone en Fédération Wallonie-Bruxelles mais aussi en tant que moteur de la diversité au sein de l'UER pour fédérer les publics, faire vivre et vivre des expériences communes. La RTBF est particulièrement attentive à la notion de rôles modèles afin de rendre ses contenus toujours plus qualitatifs et encourager les vocations chez les jeunes.

#### Plan Diversité et Égalité 2024

Le Comité d'accompagnement diversité se réunit plusieurs fois par an. Ce lieu de coordination échange des informations, recommande des actions auprès du comex, et assure le suivi du plan diversité. Le contrat de gestion 2023-2027, prévoit en effet, que nous devons atteindre 45% de femmes dans les émissions d'information d'ici 2025 et la parité pour 2027. Grâce aux efforts des équipes de production de contenus, nous progressons. En 2024, **les femmes représentent 41 % de la visibilité totale à la télévision, 38 % en radio et dans les contenus numériques**. Cette situation marque une progression par rapport à 2023, où la visibilité des femmes, tous médias RTBF confondus, s'élevait à 39 %. Les femmes occupant des **fonctions d'expertise** représentent 27 % des expert-es présents à l'écran ou au micro étaient des femmes. Dans nos contenus digitaux, la visibilité des femmes expertes atteint une moyenne de 33 %. Là aussi, nous continuons à progresser.

#### Trajectoire de formations

Afin d'accompagner les équipes de la RTBF dans leur parcours de sensibilisation à la diversité, une série de formations a lieu chaque année, en plus de la formation dédiée aux biais cognitifs. Le set d'outils qui est proposé s'étoffe régulièrement. Ainsi la formation « S'exercer à la communication inclusive à l'écrit et à l'oral à la RTBF » a été lancée.

#### Médias Coaching

Au total, près de 30 participantes ont été formées au media coaching. Ces journées sont animées par des journalistes et sont composées d'ateliers interviews face caméra, radio et de prise de parole sur les réseaux sociaux. Une visite guidée à travers la rédaction et des studios du Journal Télévisé est également organisée. Cette expérience permet aux expertes d'appréhender la réalité de la production d'une information audiovisuelle.

Les domaines d'expertise des participantes formées en 2024 concernent par exemple la glaciologie, la tabacologie, la médecine générale, la cancérologie, le droit pénal et les droits humains, l'innovation digitale et l'IA, la mécanique aéronautique, l'histoire ou encore la diététique. Grâce à ces sessions la RTBF resserrent aussi ses liens avec la société civile.



## Guide *Validisme, médias et société* – le traitement médiatique des personnes en situation de handicap



Nous avons enrichi notre collection de guides médiatiques avec la brochure *Validisme, médias et société* en collaboration avec Media Animation. Ce guide complète notre collection sur le sexisme, le racisme et les LGBTphobies. Il est disponible en PDF. Cet outil pour les journalistes et les créateurs et créatrices de contenus met à disposition les **bonnes pratiques médiatiques**, pour lutter contre le validisme. Ce guide est essentiel, car la visibilité totale des personnes perçues en situation de handicap sur nos écrans ne dépasse pas 1,5 % (alors que 15 à 20% de la population belge est en situation de handicap). Lorsque celles-ci sont représentées, cela se fait souvent de manière stigmatisante, soit sans contexte, soit en tant que super-héros·ines.

Le 24 septembre a eu lieu **l'événement de présentation du guide**, en présence d'environ 80 personnes issues de la société civile et du monde médiatique.

### Midis de la Diversité

Afin d'accompagner le personnel à réfléchir sur la diversité, nous organisons des rendez-vous sur l'heure de midi sur des enjeux sociétaux essentiels comme les bénéfices

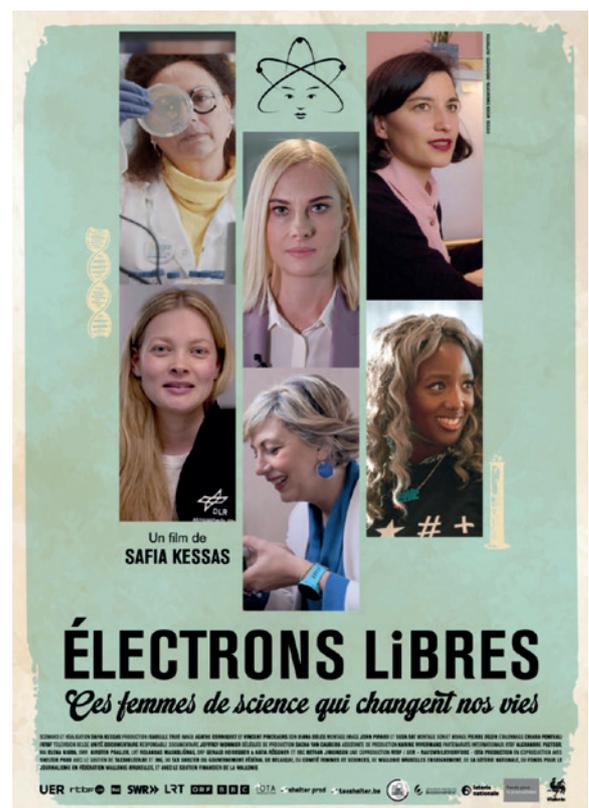
de la diversité avec l'exemple de FEBELIN ou les LGBTphobies.

### Coproduction UER/RTBF – Impact du documentaire *Électrons libres, ces femmes de science qui changent nos vies*

L'impact du documentaire *Électrons libres, ces femmes de science qui changent nos vies*, ne se dément pas depuis la projection de la **première du documentaire** au Théâtre National Wallonie Bruxelles (TNB), le 8 février 2024, à laquelle ont assisté deux cent cinquante personnes. La projection était précédée par une rencontre organisée par Wallonie-Bruxelles Enseignement (WBE) entre plusieurs scientifiques et une cinquantaine de jeunes.

Le documentaire a été diffusé sur La Trois le 11 février 2024 à l'occasion de la journée des filles et des femmes de sciences, en étant soutenu par l'UNESCO, l'ONU, l'UER, notamment.

Le documentaire a été projeté à de nombreuses reprises en Fédération Wallo-



nie-Bruxelles que ce soit dans le monde académique ou lors de festival. Le 11 décembre 2024, la RTBF fut présente à la **BBC WiSTEM ANNUAL LECTURES 2024 & UK Screening of 'Women of Science' in collaboration with Stemettes, RTBF, UNESCO & EBU.**

### Marketing

Plusieurs initiatives clés ont été lancées pour renforcer l'image de la RTBF et répondre aux attentes de ses publics. **Dans le cadre du employer branding**, un shooting photo avec des employé-es RTBF a été organisé pour mieux représenter la diversité de nos équipes et promouvoir une image plus authentique et inclusive de notre entreprise. Les équipes internes et externes de création ont suivi une formation en octobre dispensée par le CSA sur le « guide des publicités sexistes », afin de promouvoir des contenus plus respectueux et égalitaires. Les **Jeux Olympiques et Paralympiques** ont été promus avec le slogan « le sport pour toutes et tous », visant à promouvoir l'inclusivité et la diversité dans le sport.

### Liens avec la société civile

Participation et/ou intervention à de nombreux événements pour le maintien et le **renforcement des liens avec la société civile** comme Gender Equality in Public Service Media, organisé par l'UER le 12 mars 2024 ou le UN GCD Workshop : Nachhaltige Veränderung für Frauen in Führung (Atelier de l'UN GCD : Un changement durable pour les femmes dirigeantes), organisé par UN Global Compact Network le 20 juin 2024 ou encore le Jury du Prix du Comité Femmes et Sciences 2024 décerné aux étudiant·es du Master de spécialisation en études de genre, le 19 septembre.

### Volets sur les ressources humaines

Le département des Ressources Humaines de la RTBF s'engage activement à être un employeur de plus en plus inclusif, en veillant à maintenir un équilibre en termes de parité de genre, d'âges et d'origines. La RTBF met en œuvre des stratégies visant à attirer et fidéliser une grande diversité de talents, afin de soutenir la création des contenus de demain. Dans cette démarche, la RTBF participe chaque année à de nombreux salons de l'emploi, tels que l'IT Job Fair à l'UNamur, Henallux et à Solvay, pour promouvoir les opportunités de carrière et renforcer son attractivité auprès de nouveaux talents. Par ailleurs, nous suivons de près l'évolution de nos collaborateurs afin de répondre au mieux à leurs besoins, en leur offrant diverses possibilités de formation et d'accompagnement professionnel. Cela inclut notamment des parcours de réorientation vers d'autres postes internes, permettant ainsi à chacun de développer son potentiel au sein de l'entreprise.

## 2024

Femmes		Hommes		Total	
ETP	%	ETP	%	ETP	%
748	38%	1.206	62%	1.954	100%

## B. RENFORCEMENT DES SOLIDARITÉS ET DE L'ACTION CITOYENNE

La solidarité est un marqueur clé du média public et participe à la création d'une société plus attentive aux personnes à besoins spécifiques. La RTBF porte avec CAP48, depuis plus de 65 ans, la question de l'inclusion des personnes en situation de handicap dans notre société, pour faire évoluer le regard que la société porte sur elles. Pour sa 12<sup>e</sup> édition, Viva For Live a posé son cube sur la place de Seraing, et en fin d'année, la RTBF a lancé l'opération HOPE pour sensibiliser au harcèlement scolaire.

Tous ensemble.

8.616.550 €

RECORD ABSOLU  
POUR CAP48

Le handicap représente la deuxième forme de discrimination dans notre pays, après le racisme, et touche 15% de la population.

Outre le soutien à plus de 150 projets de terrain dans les secteurs du handicap et de l'aide à la jeunesse, les dons récoltés permettront également de financer de nombreux projets : le soutien aux athlètes paralympiques, la recherche médicale sur l'autisme ou encore l'accessibilité et l'inclusivité des écoles.

Cette édition a aussi permis de mettre en avant les difficultés du secteur de l'Aide à la

jeunesse, confronté à un manque criant de places d'accueil.

Comme chaque année, de nombreuses actions sont mises en place pour parler de l'inclusion et inviter le plus grand nombre à participer et à récolter des dons :

> Les 100km de CAP48 : ce défi ouvert au public se fait via une App mobile et lors d'un événement présentiel parmi lesquels des collaborateurs et collaboratrices RTBF qui ont relevé le défi en équipe.

1.148

PARTICIPANTS

158

ÉQUIPES

Les montants récoltés lors de ces 100km contribueront à financer au projet de recherche médicale sur l'autisme.

> GOLF CAP48. Organisé depuis 11 ans par les équipes de la direction Technologies, cet événement solidaire a pour objectif de récolter un maximum de dons. Grâce à leur mobilisation, 11 projets d'associations ont pu être financés dans le secteur du handicap et de l'aide à la jeunesse.

> Pour sensibiliser les plus jeunes à la question du handicap, Luana Fontana accompagnée de Fighting Kiara, une influenceuse sur TikTok ont rendu visite à cinq écoles en compagnie de cinq personnalités handicapées.



- > Le CAPNEWS, 13 rendez-vous sous forme de mini journal présenté par Jonathan Bradfer et diffusé sur La Une avant/après les JT (13h-19h30). Un road trip inspirant, à la rencontre de la solidarité en Wallonie et à Bruxelles qui fait changer le regard sur le handicap.
- > Nos deux baroudeurs, Sébastien Nollevaux et Raphaël Scaini ont réédité leur aventure solidaire. Droppés dans un endroit inconnu, muni d'une carte et d'une boussole, ils ont eu 48h pour rejoindre la Grande soirée de CAP48 en direct de Média Rives. Le parcours se suit comme des épisodes disponibles sur Auvio, radio et TV, les réseaux sociaux RTBF et CAP48 sans oublier le groupe WhatsApp ! Cette année, ils sont allés à la rencontre des athlètes médaillés aux Jeux paralympiques de Paris 2024. Le projet « Cap sur Or » continue avec pour objectif Los Angeles 2028.
- > Cette année encore, RTBF iXPé a lancé le défi CAP48HEURES : un marathon de 48 heures durant lequel 25 streameurs et streameuses se relayent depuis les studios de Média Rives pour mobiliser la communauté Twitch afin de récolter des dons et mettre en lumière les associations pour les jeunes en difficulté d'insertion.

### Viva For Life à Seraing

Créée en 2013, l'opération Viva for Life se mobilise au profit des enfants âgés de 0 à 6 ans qui vivent sous le seuil de pauvreté en Wallonie et à Bruxelles. Chaque année, la semaine de solidarité Viva For Life revient pour rappeler que la pauvreté met en péril le développement, la santé et le bien-être de 80.000 enfants en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Pour la première fois, le cube s'est installé sur la place de Seraing avec à son bord un trio de choix : Ophélie, Fanny et Walid. Cathy Imme-

len est allée à la rencontre des organisateurs de défis et du public présent sur l'Esplanade de l'Avenir. Sarah De Paduwa a, quant à elle, pris le volant pour rallier les cinq villes sélectionnées en FWB et fait vivre l'opération au plus proche du public en plein cœur des marchés de Noël de La Louvière, Bruxelles, Liège, Namur et Charleroi.

Aux côtés des équipes RTBF, celles de Qu4tre ont relayé l'opération tout au long de la semaine.

Les plus jeunes générations ont également été mises dans la boucle via nos animateurs de « SPIT », « Mise à jour », « Viens je t'explique », « Les Niouzz » et Auvio Kids. Particulièrement concernés par les enjeux sociétaux, elles ont été invitées à participer à la chorégraphie Viva for Life ou à relayer les actions de Viva for Life sur leurs réseaux.

Viva for life peut chaque année compter sur une extraordinaire mobilisation citoyenne à travers l'organisation de plus de 500 défis partout en FWB.

Les dons vont permettre de financer les projets qui accompagnent au quotidien de nombreux enfants et leur famille dans toute la FWB.



### L'opération HOPE, le Harcèlement, On s'y Oppose et on en Parle Ensemble

Le constat est posé : 1 élève sur 5 déclare avoir été victime de comportement de harcèlement de manière fréquente à très fréquente. Les 8-15 ans sont particulièrement sensibles à ces questions.

Inspirée par "STIP IT", la campagne de la VRT dans les écoles flamandes, et compte tenu du chiffre interpellant, la RTBF a décidé d'agir pour conscientiser enfants, parents et écoles à cette thématique en lançant l'action HOPE contre le harcèlement, y compris le cyber-harcèlement en milieu scolaire en collaboration avec la Fédération Wallonie Bruxelles. L'ambition est d'inscrire cette action dans la durée et de faire de cette initiative un rendez-vous annuel.

**476 écoles se sont mobilisées partout en Fédération Wallonie-Bruxelles.**

La chaîne de l'espoir a atteint 34,2 km, soit 34.295 élèves de la 4<sup>e</sup>, 5<sup>e</sup> et 6<sup>e</sup> primaire qui ont participé à l'opération.

HOPE avait un double objectif : faire adhérer les enfants à une charte de valeurs et générer la plus longue chaîne de l'espoir contre le harcèlement, filmée par les écoles. Près de 500 vidéos ont été réalisées et envoyées par les écoles à la RTBF.

# 5. CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DEVELOPPEMENT DURABLE

Ce tableau reprend un résumé des actions initiées ou accomplies en 2024, détaillées au préalable dans le rapport. Certaines s'inscrivent dans le temps et il a été décidé de ne pas mentionner les actions déjà réalisées précédemment.

## Notre contribution aux objectifs de développement durable

ODD	Pilier d'intervention RTBF	Actions en 2024
 <p><b>4 ÉDUCATION DE QUALITÉ</b></p> <p>Assurer à tous une éducation équitable, inclusive et de qualité et des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie</p>	<p>Réduction de l'empreinte environnementale</p> <hr/> <p>Réduction de l'empreinte environnementale</p>	<p><b>Sensibilisation du personnel via notamment les actions suivantes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- fresque du climat</li> <li>- formation au discours de l'inaction climatique + publication en interne du Guide des discours de l'inaction</li> <li>- parcours climat des rédactions</li> <li>- quiz mensuel sur l'intranet</li> </ul> <hr/> <p><b>Valorisation et proposition de contenus liés aux enjeux environnementaux</b></p> <p>Catégorisation de nos contenus en 3 classifications :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1/ émissions dédiées à la durabilité</li> <li>2/ émissions ayant abordé la durabilité dans leur contenu en 2024 :</li> <li>3/ achats ou coproductions fiction et documentaires abordant le sujet de durabilité</li> </ol>
 <p><b>5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES</b></p> <p>Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et toutes les filles</p>	<p>Renforcement Égalité et Diversité</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Media coaching</b> : 30 participantes ont été formées au media coaching</li> <li>- <b>Coproduction</b> UER/RTBF – documentaire «Électrons libres, ces femmes de science qui changent nos vies»</li> </ul>

ODD	Pilier d'intervention RTBF	Actions en 2024
 <p>Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre</p>	Renforcement Egalité et Diversité	<b>Suivi du plan Diversité et Egalité par le comité d'accompagnement Diversité.</b>
	Renforcement Egalité et Diversité	<b>Monitoring de la diversité dans les contenus via différents baromètres :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un monitoring interne couvrant plus de 30 émissions mesurent la diversité quotidiennement.</li> <li>- un monitoring externe et indépendant (via Auxipress) qui mesure la diversité perçue des intervenant·es dans les émissions RTBF (télé, radio, réseaux sociaux). Les analyses couvrent le genre, l'origine perçue, la profession, l'âge, le handicap et le rôle des intervenants.</li> </ul>
	Renforcement Egalité et Diversité	<b>Renforcement Egalité et Diversité au sein de nos contenus :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- guide «Validisme, médias et société»</li> <li>- création d'un document de sources comprenant des informations, des outils, des bonnes pratiques médiatiques en lien avec la diversité à destination des équipes de contenu.</li> <li>- liens avec la société civile : Participation et/ou intervention à de nombreux évènements pour le maintien et le renforcement des liens avec la société civile comme Gender Equality in Public Service Media, organisé par l'UER le 12 mars 2024 ou le UN GCD Workshop (Un changement durable pour les femmes dirigeantes), organisé par UN Global Compact Network le 20 juin 2024 ou encore le Jury du Prix du Comité Femmes et Sciences 2024 décerné aux étudiant·es du Master de spécialisation en études de genre, le 19 septembre.</li> </ul>
Renforcement Egalité et Diversité	<b>Développement de l'image employeur</b> <p>Dans le cadre du employer branding, un shooting photo avec des employé·es RTBF a été organisé pour mieux représenter la diversité de nos équipes et promouvoir une image plus authentique et inclusive de notre entreprise. Les équipes internes et externes de création ont suivi une formation en octobre dispensée par le CSA sur le « guide des publicités sexistes », afin de promouvoir des contenus plus respectueux et égalitaires. Les Jeux Olympiques et Paralympiques ont été promus avec le slogan « le sport pour toutes et tous », visant à promouvoir l'inclusivité et la diversité dans le sport, qui a été bien reçu par notre public.</p>	

ODD	Pilier d'intervention RTBF	Actions en 2024
 <p><b>10</b> INÉGALITÉ RÉDUITES</p> <p>Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre</p>	<p>Renforcement des solidarités et de l'action citoyenne</p> <hr/> <p>Renforcement Egalité et Diversité</p>	<p><b>Nos actions de solidarité en 2024:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CAP 48, participer à la création d'une société plus inclusive</li> <li>- l'opération Viva for Life</li> <li>- l'opération HOPE, le Harcèlement, On s'y Oppose et on en Parle Ensemble</li> </ul> <hr/> <p><b>Création d'un parcours de formations internes à la diversité</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- finalisation de la trajectoire de formations</li> <li>- rendez-vous sur l'heure de midi sur des enjeux sociétaux essentiels comme les bénéfices de la diversité avec l'exemple de FEBELIN ou les LGBTphobies</li> </ul>
 <p><b>12</b> CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</p> <p>Établir des modes de consommation et de production durables</p>	<p>Réduction de l'empreinte environnementale</p> <hr/> <p>Réduction de l'empreinte environnementale</p> <hr/> <p>Numérique responsable</p> <hr/> <p>Réduction de l'empreinte environnementale</p> <hr/> <p>Réduction de l'empreinte environnementale</p> <hr/> <p>Numérique responsable</p> <hr/> <p>Réduction de l'empreinte environnementale</p>	<p><b>Création de guides de bonnes pratiques</b></p> <p>Réalisation et lancement d'une liste des vérifications à effectuer en éco-production</p> <hr/> <p><b>Systématisation des Critères Environnementaux et Sociaux dans les marchés publics et les achats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- critères environnementaux dans les marchés publics</li> <li>- création d'une « Stratégie d'achats durables » en cours de rédaction</li> <li>- élaboration de clauses environnementales dans les contrats de coproduction, de commande et d'acquisition de flux</li> </ul> <hr/> <p><b>Allongement du cycle de vie des équipements numériques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- demande de prolongation de la maintenance des équipements des utilisateurs et de nos Datacenters (Laptops, desktops, serveurs, stockage, réseau). La durée est passée de 3 à 5 ans.</li> </ul> <hr/> <p><b>Mise en place de processus zéro déchet</b></p> <hr/> <p><b>Mise en place de repair cafés et de donneries</b></p> <hr/> <p><b>Revalorisation et gestion de déchets électriques et électroniques (DEEE)</b></p> <hr/> <p><b>Rénovation durable et intégrée des bâtiments des sites d'émissions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sur le site d'émission de Wavre, développement d'un champ photovoltaïque</li> <li>- un audit énergétique a été attribué en 2024.</li> </ul>

ODD	Pilier d'intervention RTBF	Actions en 2024
 <p>Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions</p>	Réduction de l'empreinte environnementale	<b>Création d'un plan mobilité bas carbone:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mise en place de l'indemnité kilométrique vélo dès le 1er janvier 2024</li> <li>- ateliers de réparations vélo</li> </ul>
	Réduction de l'empreinte environnementale	<b>Mise en place d'un outil de co-voiturage interne à la RTBF</b>
	Numérique responsable	<b>Formations à l'éco-conception et à la sobriété numérique de différents acteurs de nos pôles (technologique, logistique, éditoriaux)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- participation à différents événements organisés par l'Isit.be (Institute for Sustainable IT) sur le thème de la sobriété Numérique</li> <li>- digital clean up week du 11 au 16 mars 2024 à la RTBF</li> <li>- fresque du numérique à destination du management des technologies</li> <li>- formation en éco-conception numérique</li> </ul>
	Réduction de l'empreinte environnementale	<b>Renforcement du traitement environnemental au sein des rédactions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- développement d'un module sur les récits (et notamment la différence entre journalisme et militantisme)</li> <li>- parcours climat pour éditeurs.trices et figures d'antenne</li> <li>- travail sur une charte pour un journalisme à la hauteur de l'urgence écologique</li> </ul>
 <p>Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et inclusives aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous</p>	Axe transversal RTBF	<b>Les 100 exemples significatifs</b> de programmes, de contenus ainsi que des actions (telles que des organisations ou participations à des événements ou manifestations) où la RTBF a fait société, créé du lien social, prouvé sa pertinence sociétale ou a été moteur de développement durable, social, économique, culturel, citoyen et démocratique. (voir rapport annuel)
	Axe transversal RTBF	Le Bilan du <b>Plan d'Education aux Médias</b> (voir rapport annuel)
	Axe transversal RTBF	<b>Le rapport d'activité de la médiation et de la relations avec les publics</b> (voir rapport annuel)

# B. RÉALISATION DES INDICATEURS DU CONTRAT DE GESTION

Dans le contrat de gestion 2023-2027, 59 indicateurs ont été définis dont la mesure nous permet d'affirmer si la RTBF rencontre ses obligations définies.

Pour l'année 2024, la RTBF respecte ses obligations ainsi que les objectifs définis pour chaque indicateur.

Cette section reprend une synthèse des indicateurs répartis en 2 catégories : les indicateurs de nature éditoriale et les indicateurs de nature transversale.

Nous présentons également un focus sur notre investissement dans la production audiovisuelle et la production indépendante (Indicateurs 47 et 48 du contrat de gestion).

## 1. Indicateurs éditoriaux

N°	Indicateur	Objectif 2024	Résultat 2024
<b>Information</b>			
10.A	Nombre de journaux d'information	15/jour	50-55/jour
10.B	Nombre de JT en TV	2/ jour	3 à 4/jour
10.C	Nombre de journaux La Première	10/jour	24/jour
10.D	Nombre de journaux Vivacité	3/jour	27/jour en sem 24/jour WE
10.E	Séquences d'information Tipik	Plusieurs/jour	8/jour
10.F	Séquences d'information Classic21	Plusieurs/jour	18/jour
10.G	Séquences d'information Musiq3	Plusieurs/jour	5/jour en sem 2/jour le WE
10.H	Séquences d'information en ligne	1 offre en ligne	ok
10.I	Séquences d'information Tarmac	Plusieurs/jour	Entre 5 et 20/jour
10.J	Journal pour enfants <12 ans en TV et Auvio	1/jour hors wk et congés	206
10.K	Offre d'information >12 ans	1/jour	ok
10.L	Séquences informations locales sur Vivacité	Plusieurs/jour	ok
10.M	Programmes ou séquences actu européenne et internationale	Plusieurs/jour	ok
11.A	Magazines d'investigation et programmes d'enquêtes ou de reportage en TV	1/semaine hors congés	95
11.B	Documentaires d'investigation produits, coproduits ou commandés à des auteurs/producteurs indépendants	10	15
11.C	Magazines d'investigation et programmes d'enquêtes ou de reportage en radio	1/semaine hors wk et congés	ok
11.D	Séquences de programmes de rencontres et débats sociétaux et politiques	10/semaine hors wk et congés	ok
11.E	Contenus originaux d'investigation, d'enquête ou de reportage, sur ses services en ligne	Plusieurs	ok

N°	Indicateur	Objectif 2024	Résultat 2024
12.A	Programme sur l'actualité européenne et internationale, dont Afrique et francophonie en TV	1/ mois	ok
12.B	Contenu original sur l'actualité européenne et international, dont Afrique et francophonie	1/ mois	ok
12.C	Documentaires ou webdocumentaires portant notamment sur des sujets européens et internationaux	Plusieurs/mois	ok
13.A	Site : articles ont un lien physique vers un programme ou un contenu audio et/ou vidéo diffusé en radio, en télévision ou sur Auvio	60%	70%
13.B	Site : reste des articles <1500 signes	0%	0%
<b>Culture</b>			
14	Diffuser chaque jour des contenus d'information, de développement et de promotion culturels accessibles à tous les publics sur l'ensemble des médias	N/A	ok
15	Programmes liés au cinéma, notamment d'auteur, à la fiction, notamment belge, à la littérature et aux arts de la scène, dont un sur la Une ou sur Tipik	Plusieurs / semaine	ok
16	Programmes culturels mettant en avant les talents de la FWB en TV aux heures de grande écoute	40	123
17.A	% diffusion d'œuvres européennes sur La Une	70%	96%
17.B	% diffusion d'œuvres européennes sur Tipik	70%	79%
17.C	% diffusion d'œuvres européennes sur La Trois	70%	77%
17.D	% diffusion œuvres en langue française sur La Une	40%	88%
17.E	% diffusion œuvres en langue française sur Tipik	40%	64%
17.F	% diffusion œuvres en langue française sur La Trois	40%	56%
17.G	% diffusion d'œuvres indép. européennes sur La Une	10%	13%
17.H	% diffusion d'œuvres indép. européennes sur Tipik	10%	11%
17.I	% diffusion d'œuvres indép. européennes sur La Trois	10%	25%
17.J	% diffusion d'œuvres indép. européennes de FWB - de 5 ans sur La Une	40%	67%
17.K	% diffusion d'œuvres indép. Européennes de FWB - de 5 ans sur Tipik	10%	39%
17.L	% diffusion d'œuvres indép. Européennes de FWB - de 5 ans sur La Trois	20%	28%
17.M	% diffusion d'œuvres indép. européennes entre 20-23h (La Une)	15%	33%
17.N	% diffusion d'œuvres indép. européennes entre 20-23h (Tipik)	15%	25%
17.O	% diffusion d'œuvres indép. européennes entre 20-23h (La Trois)	15%	27%

N°	Indicateur	Objectif 2024	Résultat 2024
18.A	Diffusion longs métrages cinéma	150	664
18.B	Diffusion longs métrages cinéma de distributeurs indépendants	50	247
18.C	Diffusion cinéma d'auteur ou d'art et d'essai	50	173
18.D	Diffusion cinéma d'auteur ou d'art et d'essai de la FWB	15	21
18.E	Œuvres européennes, d'origine diversifiée (en longs et courts métrages, séries et téléfilms)	50%	60%
19.A	Courts métrages de fiction ou d'animation hors redif	35	38
19.B	Courts métrages de fiction ou d'animation inédits hors redif	15	21
19.C	Œuvres audiovisuelles d'initiative belge franco-phone hors redif (sur la Une ou sur Tipik)	10	29
19.D	Œuvres subsidiées par le FACR en radio, hors redif	20h	27h 33m
20.A	Concerts ou spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra)	300	772
20.B	Concerts ou spectacles musicaux (classiques et non classiques), lyriques (opéra) produits en FWB	150	355
20.C	Nouvelles captations de spectacles musicaux, lyriques	4	141
20.D	Spectacles de scène en TV produits en FWB	12	40
20.E	Œuvres théâtrales en TV produites en FWB	10	10
20.F	Nouvelles captations théâtrales en TV produites en FWB	4	6
22.A	Quota chanson française sur La Première	45%	52%
22.B	Quota chanson française sur Vivacité	40%	44%
22.C	Quota chanson française sur Viva+	40%	52%
22.D	Quota chanson française sur Tarmac	40%	49%
22.E	Quota chanson française sur Classic21	20%	22%
22.F	Quota chanson française sur Tipik	12%	17%
22.G	Quota chanson française sur Jam	10%	13%
23.A	Quota œuvres FWB sur La Première	20%	29%
23.B	dont entre 6h et 22h	18%	28%
23.C	Quota œuvres FWB sur Vivacité	17%	20%
23.D	dont entre 6h et 22h	13%	17%
23.E	Quota œuvres FWB sur Viva+	10%	10%
23.F	dont entre 6h et 22h	8%	8%
23.G	Quota œuvres FWB sur Tarmac	20%	23%
23.H	dont entre 6h et 22h	18%	22%
23.I	Quota œuvres FWB sur Classic 21	8%	9%
23.J	dont entre 6h et 22h	6%	7%
23.K	Quota œuvres FWB sur Tipik	20%	20%

N°	Indicateur	Objectif 2024	Résultat 2024
23.L	dont entre 6h et 22h	18%	19%
23.M	Quota œuvres FWB sur Jam	20%	22%
23.N	dont entre 6h et 22h	18%	21%
26.B	Autopromo contenus culturels	20%	22%
26.D	Œuvres européennes sur Auvio dans partie éditorialisée par RTBF	75%	79%
26.E	dont 20% d'œuvres FWB	20%	77%
27	Diffusion de contenus de promotion des artistes, opérateurs et événements culturels	52	ok
<b>Education aux médias</b>			
29	Programmes et contenus d'éducation aux médias	40	ok
<b>Education permanente, connaissance, mode de vie et société</b>			
30	Programmes d'éducation permanente	40	ok
31	Programmes d'éducation permanente en TV à heure de grande écoute	10	ok
<b>Divertissement</b>			
33	Programmes de divertissement mettant en valeur auteurs, artistes, producteurs, etc. de la FWB (radio + TV)	40	ok
<b>Sport</b>			
34.A	Couverture compétitions féminines dans les séquences info sportives en TV et radio	25%	26%
34.B	Diffusion compétition avec athlètes femmes	250h	330h
35	Programmes ou séquences de programmes avec des athlètes handisport	52	224
<b>Jeunesse</b>			
36	Programmes et contenus d'information et d'éducation aux médias adaptés aux enfants et adolescents	1/semaine	ok
38.B	Programmes ou contenus abordant le (cyber)harcèlement destinés aux enfants et adolescents	1/mois	ok
<b>Accessibilité</b>			
41	JT de début de soirée langue des signes en TV et sur Auvio	1/jour	366
42	JT enfants langue des signes	1/jour	169
<b>Médiation</b>			
43	Programmes de médiation	20	42
<b>Médias de proximité</b>			
45	Sujets des médias de proximité dans les JT	200	200

N°	Indicateur	Objectif 2024	Résultat 2024
46	Coproduction de contenus éditoriaux avec médias de proximité	10	ok
<b>Presse écrite</b>			
50.A	Revue de presse vers articles de presse écrite	1/jour hors wk	251 / 252
50.B	Collaboration à enquêtes d'investigation avec journalistes presse écrite quotidienne	10	14
<b>Enseignement</b>			
51	Séquences de programmes e-classe	200	549
<b>Production propre</b>			
56.A	Production propre en TV	10h	11h00
56.B	Production propre en radio	20h	>20h pour toutes les radios

Concernant l'indicateur 50, la revue de presse manquante correspond au matin des élections américaines : par nature, la presse ne pouvait évoquer l'info principale de la matinée, et donc une revue de presse perdait tout son sens.

### Précisions méthodologiques sur l'indicateur 13

Après signature du contrat de gestion 2023-2027, la RTBF a tout mis en œuvre pour respecter cet indicateur à travers différentes actions :

#### Sensibilisation

La première étape a été de communiquer le texte, son interprétation et la stratégie à appliquer pour le respecter à l'ensemble des journalistes :

- Tous les articles produits sur le site doivent correspondre à un audio ou une vidéo produite pour la RTBF, dont la publication doit être proche (dans les 10 jours ouvrables). Ce média doit être mis sur Auvio et inséré dans l'article.
- Si pour des raisons d'intérêt public, une information doit figurer sur le site alors qu'elle

n'a pas fait l'objet d'un traitement sur antenne, elle doit être développée en moins de 1.500 signes.

#### Développements

La RTBF a entrepris des développements à la fois pour aider les journalistes à remplir leurs obligations, mais aussi pour contrôler celles-ci :

- Des outils ont été développés pour faciliter le transfert des médias vers l'outil qui permet de les lire dans un lecteur exportable (via Auvio), dans le délai imparti.
- Un tableau interactif de monitoring a été mis au point. Il permet dans un premier temps de sélectionner les articles d'information, d'appliquer l'exception faite pour l'éducation aux médias, et ensuite de vérifier si dans ces articles sont insérés un média RTBF qui respecte les délais imposés. Dans les articles restants, le moteur examine si les articles respectent la limite de 1.500 signes.

#### Contrôle

L'équipe de desk vidéo, renforcée depuis l'introduction de l'obligation, examine tous les

jours la liste des articles supérieurs à 1.500 signes et sans média associé (hors catégorie d'éducation aux médias). Le plus souvent, le média n'était pas immédiatement disponible au moment de la publication de l'article et les membres de l'équipe insèrent donc le média lié à l'article. Aucune exception n'est

admise, hormis les « cartes blanches » qui ont été jugées pertinentes et importantes.

Toutes ces démarches ont permis à la RTBF de respecter intégralement ses obligations liées à l'indicateur 13 depuis septembre 2023.

## 2. Indicateurs transversaux

N°	Indicateur	Justificatif
1	Présenter <b>100 exemples significatifs de programmes, de contenus ainsi que des actions</b> (telles que des organisations ou participations à des événements ou manifestations) où la RTBF a fait société, créé du lien social, prouve sa pertinence sociétale ou a été moteur de développement durable, social, économique, culturel, citoyen et démocratique.	Des exemples figurent dans le rapport annuel.
2	Dans son volet sur les contenus, le <b>plan égalité et diversité</b> fixe au minimum : - des objectifs précis en termes de présence dans les programmes et contenus, sur les différents critères d'égalité et de diversité, en prenant en compte différentes catégories de discrimination et la façon dont elles interagissent ; - les résultats des monitorings internes ; - les éventuelles mesures correctrices mises en œuvre.	Cet indicateur est couvert dans la partie RSE du Rapport annuel.
3.A	Tendre à <b>45% de représentativité des femmes d'ici 2025</b> dans les programmes et contenus d'information, au niveau de la présentation et des personnes interviewées ou invitées par la RTBF.	Cet indicateur est couvert dans la partie RSE du Rapport annuel.
3.B	Tendre à une parité <b>50/50 femmes-hommes en 2027</b> dans les programmes et contenus d'information, au niveau de la présentation et des personnes interviewées ou invitées par la RTBF.	Cet indicateur est couvert dans la partie RSE du Rapport annuel.
4	Promouvoir des <b>objectifs relatifs à l'égalité et la diversité dans le cadre de ses coproductions et collaborations avec les producteurs. Viser, dans ses appels à projets, des critères et des objectifs relatifs à la prise en compte de l'égalité et de la diversité, que ce soit au niveau des jurys, des équipes, des récits ou du public.</b>	Cet indicateur est couvert dans la partie RSE du Rapport annuel.
5	Adopter un <b>plan d'action de réduction de l'empreinte carbone</b> , évalué chaque année, visant une réduction du bilan carbone de 55% d'ici 2030 (par rapport à 1990) et de 33% d'ici 2030 (par rapport à 2022). Les émissions précitées comprennent les facteurs les plus polluants, à savoir les consommations de gaz, d'électricité, d'eau et la production de déchets sur ses sites, et enfin l'ensemble des déplacements nationaux et internationaux.	Cet indicateur est couvert dans la partie RSE du Rapport annuel.

N°	Indicateur	Justificatif
6	Montrer <b>5 initiatives innovantes ou formats originaux</b> qui favorisent la découvrabilité des contenus culturels et d'information assorties d'une évaluation de leur impact.	Des exemples figurent dans le rapport annuel.
7	Atteindre une <b>couverture hebdomadaire RTBF cross-média</b> (linéaire et plateformes digitales propriétaires) de 85 % auprès d'individus de 16 + en Fédération, selon les critères définis par son conseil d'administration.	L'objectif est rencontré : le taux atteint est de 87,6%.
8	Atteindre pour ses <b>contenus d'information une couverture hebdomadaire cross-médias</b> (linéaire et plateformes digitales propriétaires) de 75 % auprès des individus de 16+ en Fédération.	L'objectif est rencontré : le taux atteint est de 80,1%.
9	Adopter un <b>plan pluriannuel visant à raccrocher les publics éloignés de l'information</b> en identifiant au mieux les publics concernés, les enjeux qui les préoccupent, les actions et formats à développer, par le biais d'objectifs précis et mesurables.	Des exemples figurent dans le rapport annuel.
21.A	<b>Affecter 200.000 euros pour lancer des appels à projets pour de nouveaux formats radiophoniques</b> répondant aux évolutions des modes de consommation numérique, notamment aux formats podcast et à la consommation mobile.	205.000 euros ont été affectés.
21.B	<b>Verser au Fonds d'aide à la création radiophonique, une part correspondant à 2 % du produit des recettes nettes de la communication commerciale qu'elle obtient en radio déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire.</b> La Fédération garantit qu'au minimum 100.000 EUR des moyens du fonds seront affectés à des formats podcast.	423.149 euros ont été versés au FACR, correspondant à 2% des recettes publicitaires nettes en radio.
24	Sur ses chaînes de radio (sauf Classic21, Musiq'3 et Viva+), globalement, diffuser au moins <b>30 % d'artistes féminines</b> (à l'exception des groupes), <b>à partir de 2025</b> en moyenne annuelle de la programmation musicale.	Mis en œuvre à partir de 2025.
25	<b>Établir la liste des artistes émergents diffusés ou invités.</b>	Objectif atteint.
26.A	<b>Établir une stratégie volontariste d'éditorialisation, de promotion et de mise en avant des programmes, contenus culturels</b> , en ce compris dans l'algorithme de recommandations.	Objectif atteint.
26.C	Créer un <b>onglet spécifique sur Auvio</b> reprenant l'ensemble des captations.	L'onglet spécifique a été créé sur Auvio.
28	Adopter en 2023 un <b>plan pluriannuel d'éducation aux médias</b> sur base du dialogue avec le CSEM. La RTBF rend compte de l'accomplissement des actions de son plan EAM dans une section spécifique de son rapport annuel.	Plan adopté ; voir section spécifique.

N°	Indicateur	Justificatif
32	Développer sur la <b>plateforme Auvio une section accueillant des productions de qualité émanant du secteur associatif dans toute sa diversité</b> et augmenter sa découvrabilité grâce à des mots-clés appropriés.	Les rencontres avec plusieurs acteurs (FESEFA, CEMEA, MediAnimation) se sont poursuivies pour travailler sur tous les processus relatifs à l'Education Permanente à la RTBF et aboutir à une page Auvio. Plusieurs collaborations répondent toutefois déjà à l'indicateur : Sans collier, Nomade, etc.
37	Créer une <b>offre en ligne destinée spécifiquement aux enfants</b> , dans une interface ludique, exempte de publicité. Cette offre en ligne pourra être enrichie de contenus culturels et ludiques provenant d'opérateurs culturels de la Fédération.	Objectif atteint.
38.A	Participer à la <b>semaine de lutte contre le (cyber)harcèlement</b> en mobilisant les animateurs et animatrices connus des enfants et des jeunes. Cette action nécessite une étroite collaboration avec le secteur de l'enseignement.	Objectif atteint.
39	Établir et mettre à jour annuellement un <b>plan "information pour la jeunesse"</b> transversal et connecté avec les espaces spécifiquement prévus pour elle.	Le rapport annuel illustre d'adoption de ce plan : différents contenus d'informations adressés à différents publics au travers de plateformes différentes.
40	<b>Sous-titrer en français, dans les journaux télévisés, et si possible dans les reportages d'information, les interviews réalisées en néerlandais et en allemand et, si possible, en anglais</b> , pour autant que la séquence soit disponible une heure avant sa mise à l'antenne (ce sous-titrage étant prioritaire par rapport au sous-titrage réalisé par ailleurs en faveur des personnes en situation de déficience sensorielle, si les deux objectifs ne sont pas conciliables techniquement).	Objectif atteint.
44	Organiser <b>deux rencontres, dont au moins un séminaire, avec chacun des secteurs suivants: la culture, la production audiovisuelle et l'éducation</b> , permettant un dialogue constructif et une meilleure compréhension mutuelle des attentes du secteur et de la RTBF, en vue d'une amélioration des collaborations éditoriales, promotionnelles ou opérationnelles entre les parties.	Des rencontres et séminaire ont été organisés avec les secteurs de la culture, de la production audiovisuelle et de l'éducation.
49.A	Diffuser gratuitement une <b>campagne d'intérêt général par an en faveur de la presse écrite</b> quotidienne imprimée.	La campagne «La presse quotidienne, plus que jamais essentielle» a été diffusée sur les différents média RTBF (TV, radio et digital) en avril 2024.
49.B	Mettre à disposition des <b>espaces promotionnels relatifs à l'offre d'abonnements numériques</b> du plus grand nombre de titres de presse écrite quotidienne francophone belge pour un <b>montant annuel de 1 million d'euros, indexé</b> .	Seul le groupe Rossel a demandé d'utiliser en décembre une partie du montant mis à disposition.

N°	Indicateur	Justificatif
52	Démontrer <b>dix exemples de collaborations programmatiques ou institutionnelles avec d'autres médias à l'international.</b>	Objectif atteint.
53	Les <b>recettes nettes de publicité</b> (déduction faite de la T.V.A., des commissions de régie publicitaire, des moyens affectés à la production audiovisuelle indépendante et au Fonds d'aide à la création radiophonique) <b>ne peuvent excéder 23 % des recettes totales de la RTBF en 2023</b> et 22,5 % à partir de 2024. Les montants qui dépassent ces plafonds sont affectés à la production audiovisuelle indépendante selon le point 22.	Les recettes nettes de publicité atteignent 14% en 2024.
54	Adopter via la RMB une <b>charte et une stratégie d'inventaire publicitaire afin d'encourager une offre commerciale éthique et écoresponsable</b> , favorisant les annonceurs dont les produits et les services sont associés à des exigences de durabilité, proposant des espaces publicitaires dédiés à la transition et à la neutralité carbone.	Ces actions ont été entreprises ; l'objectif est atteint.
55	<b>D'ici 2025, 15 % des pré-roll sur Auvio doivent être constitués de messages éco-responsables.</b>	Mis en œuvre à partir de 2025.
57	<b>Mesurer l'impact de la découvrabilité de l'algorithme</b> , notamment par des résultats chiffrés sur la mise en avant des contenus d'information, de culture et d'éducation et d'auteurs et artistes de la Fédération.	Des nouvelles statistiques ont pu être établies courant 2024.
58	Proposer aux internautes la possibilité d'obtenir de manière automatisée un <b>accès aux préférences identifiées qui influencent les recommandations.</b>	Les préférences identifiées sont accessibles dans l'espace «Mon profil» de chaque utilisateur.
59	<b>Le plan égalité et diversité contient un volet sur les ressources humaines</b> qui reprend au minimum des objectifs quantitatifs et/ou qualitatifs en la matière, sur les différents critères d'égalité et de diversité, notamment d'origine, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle et de handicap, le tout dans le respect de la protection de la vie privée et du RGPD.	Cet indicateur est couvert dans la partie RSE du Rapport annuel.

Dans le cadre de l'évaluation du plan, la RTBF fournit des données chiffrées sur :

- l'évolution de la proportion d'hommes et de femmes au sein du personnel de la RTBF, entre autres ventilées par service, type de contrat, taux d'occupation ;
- l'évolution de la proportion d'hommes et de femmes au sein des postes de management
- l'évolution de la diversité au sein de l'entreprise ;
- des données quantitatives et qualitatives sur la gestion des talents et des carrières ;
- un monitoring des politiques salariales F/H ;
- les mesures correctrices permettant de diminuer les éventuelles inégalités.

Par ailleurs, en ce qui concerne l'offre de service, la RTBF n'a pas testé de nouveaux services ni n'a apporté de modifications substantielles à des services existants.

### 3. Production audiovisuelle et production indépendante

L'indicateur 47 du Contrat de Gestion énonce notre obligation de partenariat avec les acteurs du secteur de la production audiovisuelle. Dans ce cadre, la RTBF « investit au moins 12 % de ses dépenses opérationnelles annuelles, hors charges d'échange promotionnel, avec un minimum de 40 millions d'euros par an, dans des contrats avec des acteurs du secteur de la production audiovisuelle dont le siège social,

la succursale ou l'agence permanente est situé en Belgique ».

En 2024, nos dépenses totales<sup>1</sup> s'élèvent à 474,6 millions d'euros. Nos dépenses opérationnelles telles que définies dans l'article 2 du contrat de gestion s'élèvent à 442,1 millions d'euros.

12% = 53 millions d'euros.

#### Vue d'ensemble 2024

En 2024, la RTBF a investi 78,7 millions d'euros dans le secteur de la production audiovisuelle en Belgique.

EUR	2024
SECTEUR DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE *	59.809.150
DROITS D'AUTEURS	18.863.546
<b>TOTAL</b>	<b>78.672.696</b>

\* Les droits sportifs sont exclus.

Concernant le secteur de la production audiovisuelle, en 2024, la RTBF a investi 90 % de ce montant total en Fédération Wallonie-Bruxelles.

EUR	2024	% en 2024
FWB	53.605.246	90%
FLANDRE	6.203.904	10%
<b>TOTAL</b>	<b>59.809.150</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> Hors échanges promotionnels

En 2024, la RTBF affecte 4,00% de la dotation ordinaire à des contrats de coproduction et commande avec des producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération Wallonie-Bruxelles tel que défini dans l'**indicateur 48 du contrat de gestion** :

- a) dont au moins 67% en 2024 du pourcentage annuel pour des productions majoritaires belges ;
- b) dont au moins 80 % du pourcentage annuel apporté en numéraire ;
- c) dont au moins 66% du pourcentage annuel pour les contenus de stock ;

d) et pour ces contenus de stock :

- au moins 2.300.000 EUR pour des documentaires ;
- au moins 2.700.000 EUR pour des séries belges francophones
- ces deux derniers montants devant être indexés annuellement sur la base de l'indice du 1/01/2023 = 100.

e) au moins 30% du pourcentage annuel pour les contenus de flux.

En 2024, la dotation ordinaire s'élève à 345.397.462 EUR. Notre obligation annuelle s'élève à 13.815.898 EUR. Pour l'année 2024, la RTBF dépasse son obligation et a investi 16.712.320 EUR dans la production audiovisuelle indépendante.

<b>RÉCAPITULATIF DES OBLIGATIONS 2024 (EUR)</b>	<b>OBLIGATION</b>	<b>RÉALISÉ</b>
<b>Article 48 du contrat de gestion</b>	<b>13.815.898</b>	<b>16.712.320</b>
a) dont min 67% coproductions majoritaires	9.256.652	12.771.680
b) dont min 80% apport en numéraire	11.052.719	15.268.935
c) dont min 66% contenus de stock	9.118.493	12.014.914
d.1) dont min 2.340.300 EUR pour des documentaires	2.340.300	3.302.267
d.2) dont min 2.747.309 EUR pour des séries belges francophones	2.747.309	4.042.657
e) dont au moins 30% pour les contenus de flux	4.144.770	4.697.405

Tableau reprenant les montants affectés à la production indépendante

<b>CATÉGORIE D'ŒUVRE AUDIOVISUELLE (EUR)</b>	<b>APPORT EN NUMÉRAIRE</b>	<b>SERVICES</b>	<b>DROITS DE DIFFUSION</b>	<b>TOTAL RTBF</b>
ÉMISSION DE FLUX	4.697.405			4.697.405
DOCUMENTAIRE & WEBDOC	2.344.107	504.660	453.500	3.302.267
ANIMATION	742.265			742.265
TÉLÉFILM	2.940.000			2.940.000
LONG-MÉTRAGE	492.500	225.000	245.000	962.500
COURT-MÉTRAGE	10.000		15.225	25.225
SÉRIE BELGE	4.042.657			4.042.657
<b>TOTAL</b>	<b>15.268.935</b>	<b>729.660</b>	<b>713.725</b>	<b>16.712.320</b>

Tableau reprenant les œuvres majoritaires

CATÉGORIE D'ŒUVRE AUDIOVISUELLE (EUR)	TOTAL RTBF	ŒUVRES MAJORITAIRES
ÉMISSION DE FLUX	4.697.405	4.697.405
DOCUMENTAIRE + WEBDOC	3.302.267	3.002.267
ANIMATION	742.265	182.125
TÉLÉFILM	2.940.000	200.000
LONG-MÉTRAGE	962.500	622.000
COURT-MÉTRAGE	25.225	25.225
SÉRIE BELGE	4.042.657	4.042.657
<b>TOTAL</b>	<b>16.712.320</b>	<b>12.771.680</b>

Apport du Centre du Cinéma de la Fédération Wallonie-Bruxelles

CATÉGORIE D'ŒUVRE AUDIOVISUELLE (EUR)	FONDS SPÉCIAL PROD. INDÉPENDANTS
ÉMISSION DE FLUX	
DOCUMENTAIRE + WEBDOC	427.683
ANIMATION	
TÉLÉFILM	
LONG-MÉTRAGE	225.000
COURT-MÉTRAGE	40.000
<b>TOTAL</b>	<b>692.683</b>

#### 4. Coût de l'offre éditoriale

En lien avec l'indicateur 45 du contrat de gestion, voici une synthèse des coûts de production de contenus déclinés selon six thématiques (information et sports ; divertissement ; fictions ; culture et musique ; services aux publics ; société, modes de vie

et connaissance) et selon le modèle organisationnel de la RTBF axé sur les publics, soit les 4 éditions d'offre distinctes (Nous ; Affinitaires ; Jeunes adultes ; Nouvelles générations).

EN MILLIERS D'EUROS	RÉEL 2024
INFORMATION ET SPORTS	137.581
FICTIONS	46.154
CULTURE ET MUSIQUE	42.128
SOCIÉTÉ, MODES DE VIE ET CONNAISSANCE	30.523
DIVERTISSEMENT	27.274
SERVICES AUX PUBLICS	8.297
<b>TOTAL</b>	<b>291.958</b>

EN MILLIERS D'EUROS	RÉEL 2024
ÉDITION D'OFFRE NOUS	159.614
ÉDITION D'OFFRE JEUNES ADULTES	68.527
ÉDITION D'OFFRE AFFINITAIRES	46.103
ÉDITION D'OFFRE NOUVELLES GÉNÉRATIONS	17.714
<b>TOTAL</b>	<b>291.958</b>

# C. GESTION DES RISQUES ET SYSTÈME DE CONTRÔLE INTERNE

## GESTION DES RISQUES PRINCIPAUX

### A. Méthode utilisée à la RTBF

Dans le cadre de ses activités, la RTBF est exposée à un certain nombre de risques pouvant impacter de manière significative l'atteinte de ses objectifs et de ses performances financières. Ainsi, la RTBF a mis en place une méthode de gestion des risques basée sur les grands principes de la norme ISO 31000 de management des risques. Concrètement, la RTBF identifie régulièrement les principaux risques et opportunités auxquels elle doit faire face. Pour son analyse de risques 2024, la RTBF a adopté la méthode dite « COSO ERM (INTOSAI)<sup>1</sup> » reprenant les lignes directrices générales de gestion des risques pour les entités du secteur public. Sur base de cette méthodologie, les risques ont été répertoriés par thème (ou grande famille de risques) comme suit :

- > les changements économiques ;
- > la conformité ;
- > la continuité ;
- > la gouvernance ;
- > les risques opérationnels ;
- > la gestion du capital humain ;
- > les menaces externes ;
- > la perte de ressources ;
- > les risques technologiques ;
- > la plateforme Auvio.

À ce titre, la nomenclature issue de la méthode « COSO ERM (INTOSAI) » a été élargie afin d'intégrer les risques spécifiques liés à la plateforme Auvio eu égard à l'importance stratégique de cette dernière pour la RTBF.

En comparaison avec la précédente analyse datant de 2021, la famille de risques liée au programme Média Square a été supprimée et les risques relatifs ont été transférés dans la nouvelle nomenclature. Il en va de même pour la famille liée à la transformation étant donné qu'après 6 années post transformation, la RTBF ne peut plus parler de « risques de transformation ».

Dans le cadre de l'évaluation individuelle des risques, l'estimation du niveau de criticité est basée sur trois critères : la probabilité de survenance, l'impact et « la vulnérabilité », et qui est défini de la sorte – **plus la RTBF est vulnérable à un risque identifié et plus l'impact en sera important.**

L'intégration de ce critère supplémentaire d'évaluation permet une meilleure différenciation des risques au niveau de leur criticité. Il a d'ailleurs été décidé d'utiliser l'échelle suivante pour classer les risques de la RTBF :

	1	2	3	4
Probabilité	Improbable	Possible	Probable	Très élevée
Impact	Mineur	Modéré	Important	Très important
Vulnérabilité	Faible	Modérée	Forte	Très forte

<sup>1</sup> COSO : Comité des sponsors de la Commission Treadway ; ERM : Entreprise Risk Management framework ; INTOSAI : organisation internationale des institutions supérieures de contrôle des finances publiques.

Lorsque les principaux risques de la RTBF sont identifiés et évalués par ordre de criticité, le Management de la RTBF prend, dans la mesure du possible, des actions permettant d'atténuer ceux-ci à niveau acceptable de risque résiduel dans le but d'atteindre les principaux objectifs assignés à l'entreprise.

## B. Identification des principaux risques

Afin d'améliorer la lisibilité des risques principaux pour la RTBF, un classement des risques a été établi sur base d'un seuil de criticité des risques. Les risques se trouvant sous ledit seuil ne sont néanmoins pas « oubliés » par l'audit interne. Concernant les risques principaux avec le plus haut seuil de criticité, la RTBF a identifié :

- > un risque lié à l'absence de personnes clefs dans le projet suite au stress généré par l'ensemble des difficultés du projet Média Square ;
- > un risque lié à la dotation de la RTBF (dépendance et diminution compte tenu de la situation financière de la Fédération Wallonie Bruxelles) ;
- > un risque lié à la concurrence externe (GAFA et autres) et à un mouvement de consolidation dans le secteur des médias ;
- > un risque lié à la capacité de la Direction générale des Technologies de pouvoir faire face aux demandes tout en gérant en parallèle le chantier lié au nouveau bâtiment ;
- > un risque lié au départ de membres clefs du personnel et à l'absence de « succession planning » (y compris pour les membres du Comex) ;
- > un risque lié aux difficultés de trouver du personnel spécialisé ;
- > un risque lié à un manque de profil de développement IT en interne ;
- > un risque lié à des actes de cybercriminalité à l'encontre de la RTBF et de ses partenaires ;
- > un risque lié à une évolution rapide et constante de la technologie ;
- > un risque lié à un manque d'attention sur le digital par rapport au linéaire.

## SYSTÈME DE CONTRÔLE INTERNE

Fruit d'une entreprise humaine, les organisations évoluent dans un monde de plus en plus interconnecté où complexité, incertitude et instabilité vont croissant. Dans ce contexte, les organisations ont besoin de structures et de processus efficaces qui les aident à réaliser leurs objectifs tout en renforçant leurs dispositifs de gouvernance et de gestion des risques. Le management de la RTBF rend compte des activités, des résultats et des prévisions à son organe de gouvernance, le Conseil d'administration. Aussi s'appuient-ils l'un comme l'autre sur l'audit interne pour fournir une assurance et des conseils indépendants et objectifs sur

tous les aspects de l'organisation, promouvoir et favoriser l'innovation et l'amélioration.

À cet effet, l'Institut des Auditeurs Internes (IIA) a développé un modèle universel, le Modèle des Trois Lignes (repris ci-dessous), qui aide les organisations à identifier les structures et processus optimaux pour réaliser leurs objectifs et renforcer leurs dispositifs de gouvernance et de gestion des risques.

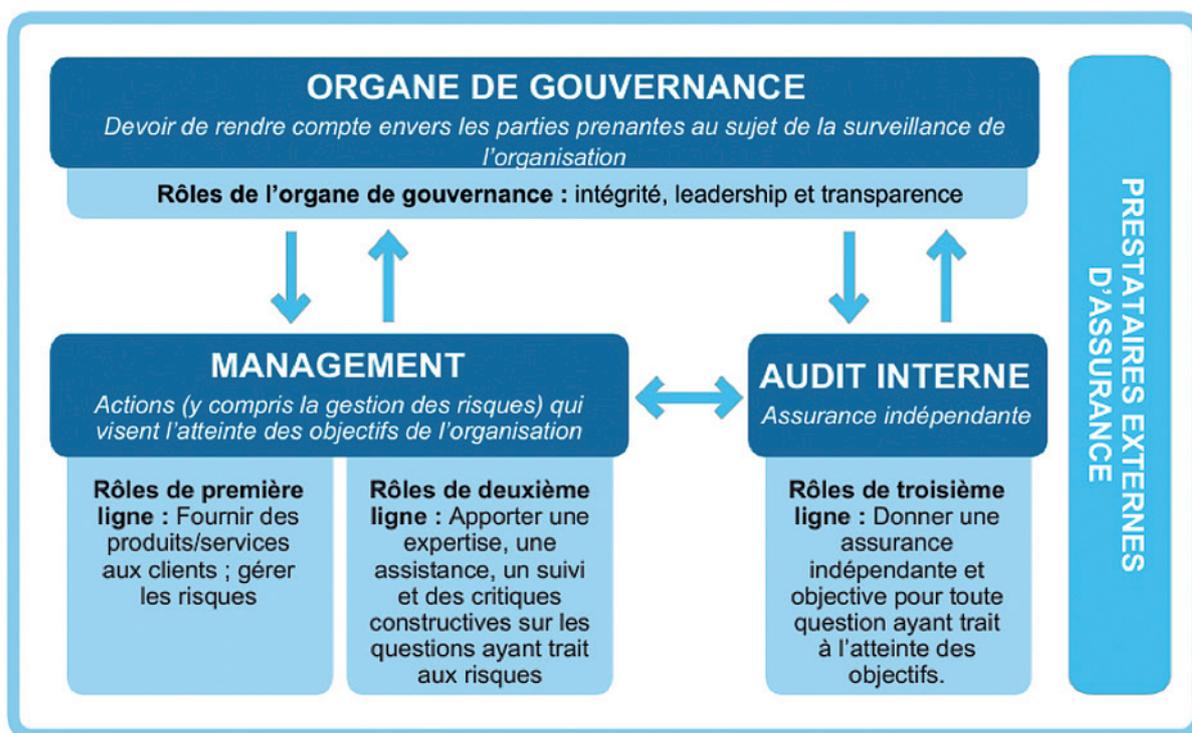


Fig. le Modèle des Trois Lignes (The Institute of Internal Auditors)

Ainsi, l'audit interne rend compte en premier lieu au Conseil d'administration de la RTBF, par l'intermédiaire du Comité d'audit, et préserve de fait son indépendance vis-à-vis du management.

### La composition du Comité d'audit de la RTBF

Sur la base du règlement d'ordre intérieur de la RTBF, le Comité d'audit de la RTBF est composé de quatre membres dont trois administrateurs du Conseil d'administration de la RTBF et un expert externe indépendant. Les trois administrateurs ont été nommés le 20 décembre 2019 par le Conseil d'administration en tant que membre du Comité d'audit. L'expert externe indépendant a été désigné par le Comité d'audit en date du 13 mai 2020 suite à une procédure publique ouverte de recrutement. Le Comité d'audit est présidé par Monsieur Gaëtan Servais. Compte tenu du

renouvellement du Conseil d'administration de la RTBF en fin d'année 2024, il s'agit de la dernière année de mandature pour tous les membres du Comité d'audit de la RTBF.

D'autres fonctions ont également été conviées à participer aux réunions du Comité d'audit tenues en 2024 :

- > le Collège des Commissaires aux comptes (constitué du cabinet de réviseurs d'entreprises Callens, Vandelanotte & Theunissen et de la Cour des comptes), représenté respectivement par Monsieur Stéphane Rosier et Madame Florence Thys ;
- > les deux auditeurs internes de la RTBF (qui assurent le secrétariat du Comité d'audit), Messieurs Vincent Gerardy et Jean-Baptiste Lagnié ;
- > le Secrétaire du Conseil d'administration, Monsieur Daniel Brouyère ;

- > l'Administrateur général, Monsieur Jean-Paul Philippot ;
- > le Directeur financier, Monsieur Chris Vandervinne ;
- > les deux Commissaires du Gouvernement, Madame Manon Letouche et Monsieur Marc Focroulle.

### Le mandat du Comité d'audit et l'organisation de ses travaux

Les missions du Comité d'audit ont été réparties en deux parties distinctes : les travaux récurrents et les travaux non récurrents.

Les travaux récurrents du Comité d'audit proviennent du règlement d'ordre intérieur de la RTBF (toutes les tâches sont exhaustivement intégrées) ainsi que quelques ajouts suggérés par le Comité d'audit dans sa mission de contrôle, comme suit :

- > émettre un avis sur les états financiers, le budget et le plan d'investissements ;
- > prendre connaissance des travaux du Collège des Commissaires aux comptes ;
- > coordonner les travaux du service d'audit interne ;
- > informer le Conseil d'administration de ses travaux après chaque réunion.

Ces tâches doivent être effectuées annuellement en fonction des différentes réunions planifiées (au nombre de quatre pour l'année 2024).

En ce qui concerne les travaux non récurrents du Comité d'audit, les membres du Comité d'audit ont listé les activités et les tâches qu'ils souhaitent réaliser pendant la durée globale de leur mandat, soit jusque fin 2024. En synthèse, les tâches non récurrentes sont les suivantes :

- > la révision du règlement d'ordre intérieur ;
- > la compréhension, le suivi régulier des principaux risques liés aux activités de la RTBF et le traitement de ceux-ci par le Management ;
- > l'examen de la partie non-financière du rapport annuel de la RTBF ;
- > la réalisation d'une auto-évaluation de son fonctionnement.

Avis général et recommandations du Comité d'audit à l'attention du Conseil d'administration de la RTBF

L'article 38 « missions » et l'article 39 « responsabilités » du règlement d'ordre intérieur implique de la part du Comité d'audit, la formulation d'un avis / d'une déclaration / d'une appréciation globale de celui-ci sur la gestion des risques, le contrôle interne et la gouvernance. En 2024, l'avis du Comité d'audit est le suivant :

- > par rapport à l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques mis au point par la direction de la RTBF, le Comité d'audit souligne le travail d'identification du top 50 des risques liés à la RTBF ;
- > au niveau du contrôle interne, du système de gestion des risques et de la gouvernance, le Comité d'audit estime que la direction de la RTBF a instauré une gouvernance efficace, efficiente et économique permettant à la RTBF de s'assurer que les principaux risques (y compris les risques liés à la fraude et au respect des lois et règlements en vigueur) sont correctement identifiés, évalués et gérés. Et cela à travers ses processus comptables, financiers, administratifs et opérationnels.

