

Premier avenant au sixième contrat de gestion de la Radio Télévision belge de la Communauté française (2023-2027)

Entre d'une part :

Madame **Jacqueline GALANT**, Ministre des Médias, représentant le Gouvernement de la Communauté française ;

Et d'autre part :

Madame **Joëlle MILQUET**, Présidente du Conseil d'administration de la R.T.B.F., et
Monsieur **Jean-Paul PHILIPPOT**, Administrateur général de la R.T.B.F. ;

Article 1^{er}. Il est ajouté dans le sixième contrat de gestion de la R.T.B.F, un indicateur numéroté 7bis concernant l'article 5 intitulé « Offre de Services sur tous les médias » :

« Indicateur 7bis : La R.T.B.F. lancera une vaste étude, selon une méthodologie à déterminer, devant déboucher sur des recommandations adressées au Conseil d'Administration de la RTBF, afin d'établir la stratégie de déploiement des missions et moyens de la RTBF, à l'horizon 2030 :

- * à l'égard des jeunes générations (en ce compris en termes d'éducation aux médias) ;
- * dans le déploiement des plateformes numériques propres pour garantir d'atteindre tous ses publics, en ce compris les stratégies de collaborations et synergies en partenariats avec d'autres médias publics et/ou privés, notamment l'hypothèse d'une plateforme commune ;
- * pour préparer et définir les conditions de basculement progressif éventuel de ses offres linéaires vers le numérique, ce qui englobe une analyse sur le maintien ou la diminution du nombre de chaînes de radio et de chaînes de télévision ;

Cette étude sera lancée au plus tard au cours de l'automne 2025 et les recommandations devront être adressées au Conseil d'Administration de la RTBF pour le 30 juin 2026 au plus tard. ».

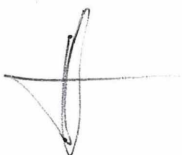
Article 2.- §1^{er}. Il est remplacé, à l'article 6, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :

« L'offre de services en radio et en streaming comporte :

- huit chaînes clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre l'ensemble des publics, en visant prioritairement un public déterminé, mais sans exclusive, à savoir :

■ deux chaînes généralistes, *La Première* étant la chaîne « Affinitaire » de référence dans le domaine de l'information, de l'éducation et de la culture, grâce à une offre spécifique en information (journaux, magazines d'approfondissement) avec une large part de magazines culturels et de musique francophone, et *Vivacité* étant la chaîne grand public de proximité « Nous » grâce, notamment, à une offre spécifique en décrochages régionaux et en programmes d'informations sportives (comprenant VivaSport comme développement d'une couverture sportive complémentaire à Vivacité) et interactives ;

■ six chaînes musicales, à savoir :



o *Musiq3* abordant principalement, mais pas exclusivement les musiques classiques et s'adressant par son contenu musical et culturel spécifique à un public « Affinitaire », avec une sensibilité pour les contenus culturels ;

o et cinq chaînes abordant les musiques non classiques :

° *Classic21* destinée à un public « Affinitaire » grâce à une programmation rock & pop spécifique aux 50 dernières années ;

° *Tipik* destinée à un public de « Jeunes adultes », visant notamment les nouveaux talents ;

° *Tarmac* destinée aux jeunes de 15 à 24 ans, principalement consacrée aux cultures urbaines ;

° *Viva+* destinée à un public populaire « Nous » plus âgé, nostalgique des succès des années 50, 60 et 70, et enrichie de contenus de proximité ;

° *Jam* destinée aux « Jeunes adultes », proposant une programmation alternative orientée découvertes, programmant des talents ou des morceaux peu entendus ailleurs et couvrant tous les genres musicaux qui intéressent ce public.

- un canal DAB + diffusant un *service* dénommé *R.TBF MIX* donnant la possibilité aux francophones établis ou circulant en Flandre d'écouter une sélection de l'offre radio de la RTBF (...)

- via ses capacités résiduelles, un éventuel canal audio dédiée aux messages de crise et d'urgence des pouvoirs publics (...) ».

Par les termes suivants :

« L'offre de services en radio et en streaming comporte :

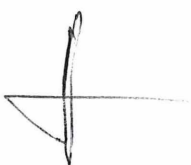
- sept chaînes clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre l'ensemble des publics, en visant prioritairement un public déterminé, mais sans exclusive, à savoir :

■ deux chaînes généralistes, *La Première* étant la chaîne « Affinitaire » de référence dans le domaine de l'information, de l'éducation et de la culture, grâce à une offre spécifique en information (journaux, magazines d'approfondissement) avec une large part de magazines culturels et de musique francophone, et *Vivacité* étant la chaîne grand public de proximité « Nous » grâce, notamment, à une offre spécifique en décrochages régionaux et en programmes d'informations sportives (comprenant VivaSport comme développement d'une couverture sportive complémentaire à Vivacité) et interactives ;

■ cinq chaînes musicales, à savoir :

o *Musiq3* abordant principalement, mais pas exclusivement les musiques classiques et s'adressant par son contenu musical et culturel spécifique à un public « Affinitaire », avec une sensibilité pour les contenus culturels ;

o et quatre chaînes abordant les musiques non classiques :



- ° *Classic21* destinée à un public « Affinitaire » grâce à une programmation rock & pop spécifique aux 50 dernières années ;
- ° *Tipik* destinée à un public de « Jeunes adultes », visant notamment les nouveaux talents ;
- ° *Tarmac* destinée aux jeunes de 15 à 24 ans, principalement consacrée aux cultures urbaines ;
- ° *Viva+* destinée à un public populaire « Nous » plus âgé, nostalgique des succès des années 50, 60 et 70, et enrichie de contenus de proximité. (...)
- via ses capacités résiduelles, un canal audio dédié aux messages de crise et d'urgence des pouvoirs publics sera opérationnalisé pour le 1^{er} janvier 2026 (...) ».

§2. Il est remplacé, à l'article 6, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :

« L'offre de services en télévision et en streaming comporte :

- trois chaînes généralistes, et une quatrième chaîne thématique, clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs, à savoir :
 - *La Une*, la chaîne « Nous » de tous les publics, s'adressant à la généralité des citoyens, ancrée dans l'identité belge francophone et dans le présent, et qui propose prioritairement une offre de programmes d'information, en ce compris culturelle, de fiction nationale et internationale, de documentaires et magazines de société, de divertissement et de spectacles populaires et une offre de contenus intergénérationnelle;
 - *Tipik*, la chaîne « Jeunes adultes » qui diffuse toutes les thématiques les concernant et qui est également la chaîne du sport ;
 - *La Trois*, la chaîne « Affinitaire » de l'éducation, de la connaissance et de la curiosité, offrant une programmation dédiée à la culture vivante, au patrimoine, à la fiction, aux documentaires et à l'information, avec une large offre de programmes de découverte, de connaissance et de savoir ; elle diffuse en journée et de façon identifiée sous le label OUFtivi une programmation destinée aux enfants ;
 - *Tipik Vision*, une chaîne destinée aux « Jeunes adultes », qui diffuse en continu l'offre filmée de la radio *Tipik* (...) ».

Par les termes suivants :

« L'offre de services en télévision et en streaming comporte :

- trois chaînes généralistes clairement identifiées sur un plan éditorial, visant à atteindre le plus grand nombre de téléspectateurs, à savoir :
 - *La Une*, la chaîne « Nous » de tous les publics, s'adressant à la généralité des citoyens, ancrée dans l'identité belge francophone et dans le présent, et qui propose prioritairement une offre de programmes d'information, en ce compris culturelle, de

fiction nationale et internationale, de documentaires et magazines de société, de divertissement et de spectacles populaires et une offre de contenus intergénérationnelle;

- *Tipik*, la chaîne « Jeunes adultes » qui diffuse toutes les thématiques les concernant et qui est également la chaîne du sport ;
- *La Trois*, la chaîne « Affinitaire » de l'éducation, de la connaissance et de la curiosité, offrant une programmation dédiée à la culture vivante, au patrimoine, à la fiction, aux documentaires et à l'information, avec une large offre de programmes de découverte, de connaissance et de savoir ; elle diffuse en journée une programmation destinée aux enfants ; (...) ».

Article 3.- Il est remplacé, à l'article 10, les indicateurs 22 et 23, dans le même contrat de gestion, par les indicateurs suivants :

« Indicateur n° 22 : Diffuser au moins 45 % d'œuvres de musiques non classiques sur des textes en langue française sur La Première, 40 % sur Vivacité, Viva+ et Tarmac, 20 % sur Classic21 et 12 % sur Tipik, en moyenne annuelle de la programmation musicale.

Indicateur n° 23 : Diffuser au moins 20 % d'œuvres de musiques non classiques émanant de compositeurs, d'artistes-interprètes ou de producteurs de la Fédération sur Tarmac, La Première et Tipik, dont 18 % entre 6h et 22h, 17 % sur Vivacité, dont 13 % entre 6h et 22 h, 10 % sur Viva+, dont 8 % entre 6h et 22 h, et 8 % sur Classic21, dont 6 % entre 6h et 22h, en moyenne annuelle de la programmation musicale. ».

Article 4.- §1^{er}. Il est supprimé, à l'article 14, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :

« La RTBF peut acquérir des droits de diffusion et de retransmission, en direct ou en différé, soit seule, soit en partenariat avec tout tiers intéressé, dans le respect d'une saine maîtrise budgétaire. ».

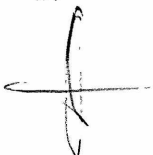
§2. Les termes supprimés par l'alinéa 1^{er} du présent article sont remplacés par les termes suivants :

« La RTBF adoptera une approche conforme au marché et soucieuse des coûts. Elle reverra dans ce cadre sa politique d'acquisition des droits de diffusion en clair de programmes sportifs, de telle manière à ne pas faire obstacle aux chaînes de télévision privées belges francophones diffusant en clair qui désirent les acquérir au prix du marché. Ceci ne porte pas atteinte à la réalisation de ses missions de service public. ».

Article 5.- §1^{er}. Il est supprimé, à l'article 21, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :

« (...) la RTBF développe avec l'ensemble des médias de proximité un projet éditorial commun ayant pour objectif le traitement de l'information régionale, dans la continuité du portail « Vivre ici » et visant à se substituer à celui-ci, afin de répondre aux besoins des publics de la Fédération.

».



§2. Il est ajouté, dans le même contrat de gestion, deux indicateurs, numérotés 46bis et 46 ter, dans le cadre des relations avec les Médias de proximité :

« Indicateur n°46 bis : prise en charge par la RTBF des coûts d'investissement et de paramétrages du matériel ainsi que des coûts de fonctionnement de la plateforme résultant de la collaboration, en ventilant les coûts de mise en place et les coûts annuels de fonctionnement. Les Médias de Proximité fournissent, pour rediffusion dans leur intégralité sur la plateforme Auvio, leurs journaux d'information et débats politiques.

- Indicateur n°46ter : prise en charge par la RTBF, en fonction des disponibilités et selon des modalités à convenir, de séances de formation gratuite ouverte aux Médias de proximité, au sein de la RTBF Academy. ».

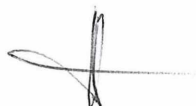
Article 6.- §1^{er}. Il est remplacé, à l'article 22, l'indicateurs 48, dans le même contrat de gestion, par l'indicateur suivant :

«

		2023	2024	2025	2026	2027
48	<i>Affecter un pourcentage annuel de la dotation ordinaire à des contrats de coproduction et commande avec des producteurs audiovisuels indépendants de la Fédération (les montants et moyens levés par la société de tax shelter de la RTBF ou par toute autre société similaire ne sont pas comptabilisés au titre des apports de la RTBF)</i>	3,90%	4,00%	4,15%	4,15%	4,15%
	a) <i>dont au moins 65% en 2023, 67% en 2024 et 72% en 2025, 2026 et 2027 du pourcentage annuel pour des productions majoritaires belges</i> b) <i>dont au moins 80 % du pourcentage annuel apporté en numéraire</i> c) <i>dont au moins 66% du pourcentage annuel pour les contenus de stock</i> d) <i>et pour ces contenus de stock,</i> <i>- au moins 2.410.000 EUR pour des documentaires</i> <i>- au moins 2.830.000 EUR pour des séries belges francophones</i> <i>les montants des contenus de stock doivent être respectés sur une période cumulée de 3 ans afin de lisser les aléas liés au secteur de l'audiovisuel</i> e) <i>au moins 30% du pourcentage annuel pour les contenus de flux.</i>					

».

Article 7.- §1^{er}. Il est supprimé, à l'article 26, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :



« Le montant de cette subvention annuelle est fixé pour 2023 au montant 2022 de 301.971.830 EUR, majoré :

- d'une indexation calculée sur la base de l'indice général des prix à la consommation défini par la loi du 2 août 1971 (ci-après « indice IPC ») ;
- et d'une augmentation de 2 % destinée à couvrir une partie des dépenses évoluant plus vite que l'inflation, en particulier l'évolution de la masse salariale (évolution des carrières et des échelles barémiques), les coûts de production audiovisuelle et du développement numérique. ;
- selon la formule suivante : $\text{dotation ordinaire 2023} = \text{dotation ordinaire 2022} \times (\text{indice IPC janvier 2023} / \text{indice IPC janvier 2022}) \times (1 + 2 \%)$.

Pour les années 2024, 2025, 2026 et 2027, le montant de la subvention est, à chaque fois, déterminé selon le même calcul que pour l'année 2023, soit le montant de la subvention annuelle de l'année précédente, majoré de l'indexation basée sur l'indice IPC, couplé à une augmentation de 2%, selon la formule suivante : $\text{dotation ordinaire de l'année N} = \text{dotation ordinaire N-1} \times (\text{indice IPC janvier N} / \text{indice IPC janvier N-1}) \times (1 + 2 \%)$.

Lors de l'élaboration du budget de la Fédération, une provision pour indexation de la subvention annuelle est constituée en fonction de l'évolution estimée et liquidée selon les mêmes modalités que la subvention de base. Il est fait usage des paramètres utilisés pour l'élaboration du budget de la Fédération. Une régularisation est effectuée une fois connue la variation effective des indices et taux précités. ».

§2. Les termes supprimés par l'alinéa 1^{er} du présent article sont remplacés par les termes suivants :

« Le montant de cette subvention annuelle est fixé, pour l'année 2025 et jusqu'à la fin du présent contrat de gestion, de 350.818.462,00 euros. ».

Article 8.- §1^{er}. Il est supprimé, à l'article 27, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :

« (...) la couverture annuelle de la participation de la RTBF dans TV5 Monde, à savoir, d'une part, les dépenses en frais externes et internes de personnel et de fonctionnement de la RTBF ainsi qu'en frais de libération des droits de diffusion mondiaux pour TV5, fixés pour 2023 à un montant 2022 de 1.102.407 EUR majoré par une indexation calculée sur la base de l'évolution annuelle de l'indice IPC (selon la formule $\text{indice IPC janvier 2023} / \text{indice IPC janvier 2022}$) et, d'autre part, le montant annuel déterminé par la Conférence des ministres responsables de TV5, représentant les dépenses de contribution à TV5 Monde. Toute augmentation de ce dernier montant doit faire l'objet d'un accord préalable du gouvernement. ».

§2. Les termes supprimés par l'alinéa 1^{er} du présent article sont remplacés par les termes suivants :



« (...) la couverture annuelle de la participation de la RTBF dans TV5 Monde, à savoir, d'une part, les dépenses en frais externes et internes de personnel et de fonctionnement de la RTBF ainsi qu'en frais de libération des droits de diffusion mondiaux pour TV5, est fixé, pour l'année 2025 et jusqu'à la fin du présent contrat de gestion, de 1.230.000,00 euros. ».

Art. 9.- §1^{er}. Il est supprimé, à l'article 31, al. 4 à 6, dans le même contrat de gestion, les termes suivants :

« En radio, la communication commerciale est interdite sur la tranche matinale (6h à 9h) de La Première. Ne sont pas visés par cette interdiction : - les trois types de messages cités plus haut pour la programmation spécifiquement dédiée aux enfants ; - les messages d'autopromotion.

Sur Auvio, en lien avec ses contenus d'information : - la RTBF ne diffuse pas plus d'un message dans le pré-roll (écran publicitaire avant le visionnement d'un contenu) ; - la RTBF ne diffuse qu'un seul pré-roll par usager par session de 10 minutes ; - la RTBF ne diffuse pas de pré-roll avant les contenus en direct.

L'offre en ligne de la Trois est exempte de communications commerciales. ».

§2. Les termes supprimés par l'alinéa 1^{er} du présent article sont remplacés par les termes suivants :

« Pour La Première, le temps de transmission consacré à la publicité sur la tranche matinale (6h à 9h) ne doit pas dépasser 6 minutes par heure de transmission en moyenne horaire sur la durée de la tranche. Ne sont pas visés par cette interdiction :

- les messages en faveur de la presse écrite imprimée, du cinéma et des institutions culturelles, dans le cadre des échanges promotionnels visés par le contrat ;
- les messages émanant des pouvoirs publics ou d'organisations non gouvernementales, promotionnant un message d'intérêt général, y compris les messages d'éducation à la santé diffusés à la demande du Gouvernement ;
- les messages diffusés gratuitement en faveur des œuvres de bienfaisance.

Sur Auvio, la RTBF ne diffuse pas de pre-roll sur les contenus d'information à la demande dont la durée est inférieure à 2 minutes. ».

Art. 10.- Il est ajouté, à l'article 40, un second alinéa dont la teneur est la suivante :

« Les négociations entre le Gouvernement et la RTBF devront débuter au cours de l'année 2025 pour aboutir au premier semestre de l'année 2026. ».

Art. 11.- Le présent avenant produit ses effets le 1^{er} septembre 2025.

Fait à Bruxelles, le 11 juillet 2025, en trois exemplaires, chacun des signataires reconnaissant avoir reçu le sien.

Pour le Gouvernement de la Communauté française :



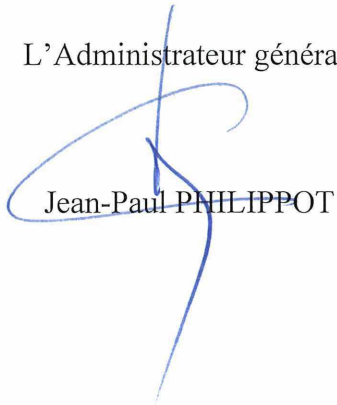
La Ministre des Médias,



Jacqueline GALANT

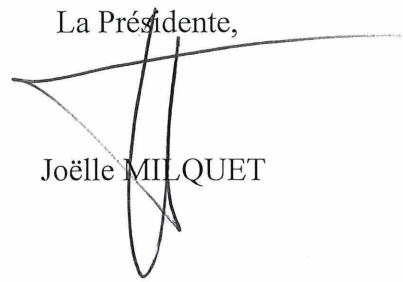
Pour la Radio-Télévision belge de la Communauté française :

L'Administrateur général,



Jean-Paul PHILIPPOT

La Présidente,



Joëlle MILQUET