

Digitale et jeune, la RTBF atteint ses objectifs

Audiovisuel Le CSA présente son contrôle annuel des obligations du service public.

Sur la question de l'évolution des services et du déploiement de nouveaux projets de la RTBF, le CSA clôture son bilan sur une note positive. Le service public peut entamer 2018 l'esprit serein, ses efforts concernant l'offre digitale sont salués. Le développement de la plateforme Auvio et la création du label "Tarmac" témoignent d'une transition numérique efficace. De plus, "Tarmac" contribue à "combler une absence de programmes pour adolescents" et Auvio parvient

progressivement à personnaliser l'accès aux productions de la RTBF.

Jeunesse et éducation aux médias

Autre point sur lequel s'arrête le régulateur : les programmes destinés aux 3-12 ans. Alors qu'un "manquement" avait été constaté en 2015, le CSA observe une dynamique positive avec l'arrivée de "Tarmac", de la série "Lucas, etc" et "PLS", destinée au réseau Snapchat. Il constate également que l'ensemble des productions hors fiction initiées par OUFtivi "impliquent directement des enfants". Ce rapprochement avec des jeunes via des thématiques et des canaux différents est encouragé par le CSA.

Après un bilan mitigé en 2014 concernant ses obligations d'éducation

aux médias, la RTBF est désormais stimulée par un Plan stratégique qui parvient à sensibiliser le grand public à la consommation des médias. Petit bémol toutefois concernant le programme "Medialog" dont les horaires ont été modifiés en 2016. L'émission n'étant plus diffusée qu'en seconde partie de soirée, le CSA parle de "manque de visibilité" et de "non-respect de ses obligations".

Un service accessible

Enfin, le régulateur remet des bons points à la RTBF concernant la diffusion de programmes d'info et de débats. Ses objectifs d'accessibilité (sous-titrage, traduction et audiodescription) sont aussi rencontrés.

L.L.