

CONTRAT DE GESTION RTBF

2023-2027



30 Recettes commerciales

À titre subsidiaire et afin de renforcer l'exercice de ses missions de service public, d'en rendre l'accessibilité possible, d'en faciliter la réalisation ou d'en alléger les coûts, la RTBF est autorisée à effectuer les activités commerciales suivantes, aux conditions normales de marché :

- la vente d'espaces publicitaires comprenant toutes les formes légales de communications commerciales (publicité, publicité adressée, parrainage, placement de produits, aide à la production, communication commerciale par écran partagé...) dans les limites fixées au point 31

31 Communication commerciale

Les recettes de communications commerciales constituent un complément à la dotation annuelle et aux subventions spécifiques afin de permettre à la RTBF de remplir ses missions de service public et d'offrir aux publics les contenus les plus diversifiés, en ce compris dans l'univers numérique. En même temps, la RTBF est consciente de la nécessité de ne pas soumettre ses publics à une pression publicitaire disproportionnée et qu'elle a un rôle à jouer pour encourager, via sa régie publicitaire, une offre commerciale éthique et écoresponsable.

31 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

1. ces recettes ne peuvent constituer une priorité pour la RTBF qui établit ses offres en fonction de ses missions de service public ainsi que des attentes et des besoins de ses publics, en toute indépendance tant vis-à-vis des annonceurs que de sa régie publicitaire ;
2. elle **assume la responsabilité éditoriale des communications commerciales** qu'elle diffuse sur ses différents médias, **dans le respect des dispositions légales, décrétales et réglementaires en vigueur**. Elle met en place une procédure interne, en collaboration avec sa régie publicitaire, garantissant la mise en œuvre de ce principe. Elle s'assure que les annonceurs ou leurs agences de publicité puissent produire la preuve du bien-fondé des éléments objectifs de leurs messages ;

31 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

3. elle s'assure que la communication commerciale respecte les règles en matière d'identification pour le public et d'insertion afin de ne pas porter atteinte à l'intégrité des contenus ; la publicité et l'autopromotion peuvent **interrompre les retransmissions de compétitions sportives** ne comprenant pas d'interruptions naturelles, à condition qu'une période d'au moins 20 minutes s'écoule entre chaque interruption ;
4. elle s'assure que la communication commerciale respecte le confort d'écoute du public, dans le respect des recommandations du CSA et des travaux de l'Union européenne de radiodiffusion ;

3.1 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

5. elle respecte les codes de conduite énoncés par le CSA et ne diffuse pas de communications commerciales contraires au code de conduite sur les communications commerciales sexistes, hypersexualisées et fondées sur des stéréotypes de genre ;
6. lorsqu'elle recourt au placement de produits, elle applique la signalétique prévue par la législation et fait, en outre, précéder les programmes de divertissement concernés, pendant cinq secondes, d'un avertissement spécifique informant les téléspectateurs de la présence de placement de produits et des annonceurs visés ;

3.1 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

7. elle ne peut diffuser de publicité, de parrainage ou de placement de produits moins de cinq minutes avant et après ni pendant les contenus spécifiquement destinés aux enfants de **moins de douze ans**, cette règle s'appliquant aussi dans l'univers numérique, linéaire et non linéaire ;
8. elle ne peut diffuser de **télé-achat** ;

3.1 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

9. il ne peut être fait appel, pour la partie sonore ou visuelle d'une publicité commerciale, aux membres du personnel de la RTBF exerçant les fonctions de journalisme, de traitement de l'information ou d'animation à la RTBF, sauf, en ce qui concerne cette dernière catégorie, dérogation accordée par l'administrateur général selon les conditions fixées par le conseil d'administration de la RTBF ; la règle s'applique pareillement pour les activités dites d'influenceurs ou d'influenceuses ;

3.1 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

10. la programmation spécifiquement destinée aux enfants se fait dans un environnement réservé, sans communication commerciale, tant en télévision que dans son offre en ligne, étant entendu que peuvent y être diffusés :
 - 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.

3.1 Communication commerciale

La RTBF applique les principes généraux suivants :

Statut particulier de La Trois, non pas selon le texte du CG mais **par référence à une décision du CA du 17 septembre 2010**. Tant que cette décision n'a pas été rapportée, on doit la respecter.

- Pas de publicité sur La Trois (pub virtuelle, pub par écran partagé, de pub interactive, télé-achat)
- sauf :
 - les messages promotionnels en faveur de la presse, du cinéma et des institutions culturelles, dans le cadre des échanges promotionnels
 - les messages institutionnels, émanant des pouvoirs publics ou d'organisations non-gouvernementales, promotionnant un message d'intérêt général (éducation, santé publique, citoyenneté, solidarité,...), en ce compris les messages d'éducation à la santé diffusés gratuitement à la demande du Gouvernement
 - les messages diffusés gratuitement en faveur des œuvres de bienfaisance (art. 73, c de l'ancien CG)
- Parrainage
 - Limitation au parrainage non commercial (institutions gouvernementales, ONG) sauf exceptions dûment motivées et appréciées par AG RTBF, notamment dans le cadre d'événements menés en partenariats avec des tiers commerciaux
 - Et max. 3 annonces de parrainage par heure (versus 6), sauf dans le cas de rediffusions sur la Trois d'émissions parrainées primo-diffusées sur d'autres chaînes (avec max 6 /heure)
- Pas de placement de produits, sauf en cas de rediffusion d'une émission avec PP, primo-diffusée sur une autre chaîne

3.1 Communication commerciale

En télévision :

- le temps de transmission consacré à la publicité, sur chacune des chaînes, ne peut dépasser une durée journalière moyenne de **6 minutes par heure** de transmission ; ne sont pas comptabilisés les trois types de messages précités ni les « jingles » annonçant et désannonçant les écrans publicitaires ni les « bleus » ou césures entre les messages au sein d'un même écran publicitaire ;
- la publicité pour **les confiseries contenant du sucre** est assortie d'un **avertissement** indiquant l'incidence **de ce type de produit sur la santé** ;
- la publicité en faveur de **boissons avec ajout de sucre, de sel ou d'édulcorants de synthèse ou de produits alimentaires manufacturés** comporte un des messages suivants : « Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour » ; « Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière » ; « Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé » ; ou « Pour votre santé, évitez de grignoter entre les repas ».

3.1 Communication commerciale

En radio :

La **communication commerciale** (Pub & sponsoring) est **interdite** sur la tranche matinale (6h à 9h) de La Première.

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.
- les messages d'autopromotion de La RTBF.

3.1 Communication commerciale

Sur AUVIO (au plus tard le 30/06/2023 !!):

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.

3.1 Communication commerciale

La TROIS en ligne

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

3.1 Communication commerciale

Articles en ligne: (au plus tard le 30/06/2023 !!):

Sans préjudice de la diffusion des messages en faveur de la presse écrite imprimée, la RTBF propose une offre écrite en ligne de contenus d'information dans un environnement exempt de publicité, ce qui signifie qu'à l'exception de la page d'accueil de son site internet [rtbf.be](https://www.rtbfbelgium.be) et de son app RTBF, elle ne diffuse pas de communications commerciales (notamment in-read, display, banner et contenus sponsorisés) dans et autour des articles sur les pages et onglets [info](#).

Pour des raisons techniques, les mesures précitées concernant Auvio et l'offre écrite en ligne de contenus d'information entrent en vigueur au plus tard le 1er juillet 2023. Durant cette période de transition, la RTBF s'abstient de vendre ces espaces.

3.1 Communication commerciale

Outre les règles du décret SMA, la RTBF ne peut pas diffuser de communication commerciale pour :

1. les médicaments délivrés avec prescription médicale ;
2. les substances visées par l'arrêté royal du 6 mai 1922 concernant la vente des **désinfectants** et des **antiseptiques** et par l'arrêté royal du 31 décembre 1930, concernant le trafic des **substances soporifiques et stupéfiantes**, pris en application de la loi du 24 février 1921 ;

3.1 Communication commerciale

Outre les règles du décret SMA, la RTBF ne peut pas diffuser de communication commerciale pour :

3. les combustibles fossiles ;

Commentaires :

Le contrat de gestion interdit désormais, depuis le 1.1.2023 « la publicité pour les combustibles fossiles » (point 31). Cette notion n'est pas définie dans le contrat de gestion. Elle renvoie donc au sens usuel à tous les combustibles riches en carbone issus de la méthanisation d'êtres vivants morts et enfouis dans le sol, à savoir **le pétrole** (et ses différents dérivés : **essence, gazole, diesel, mazout...**), **le charbon** (anthracite) , le **lignite** et le **gaz naturel** (**méthane, propane, butane, LPG,...**). Cela vise aussi les combustibles fossiles non conventionnels, tels que **schistes et sables bitumineux, hydrates de méthane, gaz de schistes, ...**

A l'instar de l'interdiction qui existe en France, cette disposition du contrat de gestion RTBF interdit de diffuser des publicités qui font directement ou indirectement la promotion de l'essence, du diesel, du mazout ou du gaz.

Cette interdiction ne vise pas les services de transport routier, arien ou autre qui utilisent des combustibles fossiles (compagnies aériennes, voyages en bus, croisières en bateau...)

move ahead