

RTBF: vers un contrat de confiance?

Longtemps, la RTBF a été un parastatal. Ce statut était particulièrement rigide et lui laissait peu de souplesse de gestion dans un univers financièrement très difficile. La réponse à cette situation a été de donner à la RTBF un statut d'entreprise autonome et d'établir tous les cinq ans un contrat entre elle et la Communauté française.

> Michel Gheude

Ce contrat de gestion définit les grands objectifs que la Communauté fixe à son opérateur public de radio télévision. La procédure comprend plusieurs étapes. Dans un premier temps, le ministre, en l'occurrence Fadila Laanan, définit ses orientations. Ensuite, le Parlement de la Communauté mène un large débat et formule des recommandations. A l'issue de ce débat, la RTBF propose un projet de contrat qui est ensuite négocié avec le ministre. Cette négociation aura lieu très bientôt et le prochain contrat devrait entrer en application début 2007.

Les enjeux du débat parlementaire
Le document de Fadila Laanan a frappé.

Loin d'être un catalogue d'obligations et d'interdictions, elle a voulu un document programmatique qui définit quelques

orientations principales: s'adresser à tout le public et à tous les publics, favoriser le débat et le dialogue, soutenir la culture, valoriser les archives, investir dans les nouvelles technologies, collaborer avec Arte et TV5. En échange, elle s'est dite prête à augmenter la dotation et à alléger certaines contraintes imposées à la RTBF en matière de publicité.

Le parlement de la Communauté française, de son côté, n'est pas arrivé à une recommandation commune. Il a néanmoins mené un débat fructueux et auditionné nombre d'acteurs et de spécialistes parmi lesquels les syndicats et les organisations professionnelles, la présidente du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, la médiatrice de la

Communauté française, les représentants du CRIOC, de la Ligue des familles, du conseil de l'éducation aux médias et divers universitaires. Ce débat passionnant a achoppé sur quelques points décisifs.

L'audience

Il est aujourd'hui évident que le service public est censé s'adresser à tous. Mais

pour beaucoup, l'audience maximale implique démagogie, populisme et mauvaise qualité, qui seraient caractéristiques des radios télévisions commerciales. Il en résulte un débat im-

possible sur les objectifs de l'opérateur public. La réalité de la RTBF est néanmoins préoccupante. Sa deuxième chaîne reste autour de 2 ou 3 % de part de marché, mais la Une est tombée à 15 alors que les trois chaînes RTL frisent les 25. A sa décharge, il faut dire que la RTBF travaille avec des moyens limités dans l'univers le plus concurrentiel d'Europe. A charge: il est grand temps qu'elle redevenue un grand média populaire.

La publicité

Robert Wangermée puis Robert Stéphane se sont battus pour que la RTBF puisse bénéficier de recettes supplémentaires via la publicité. Les décideurs qui l'ont autorisée ont voulu préserver le pluralisme de l'information en protégeant RTL de cette concurrence brutale. Quinze ans plus tard, le débat s'est déplacé. La RTBF et sa régie publicitaire RMB demandent qu'on ne leur impose plus ces contraintes qui avaient pour objet de protéger RTL et qui les handicapent sur le marché publicitaire (plafond de 25%, interdictions sur certains produits, limitations envers les enfants, pas de coupure dans les films et les informations...). A l'inverse, plusieurs partis et de nombreuses organisations de la société civile considèrent que la publicité à la RTBF doit être la plus limitée possible et qu'elle est contraire à ses missions de service public. ■

Jean-Paul Philippot: une approche vertueuse?

Comme administrateur général de la RTBF, Jean-Paul Philippot est un acteur déterminant dans l'établissement du contrat de gestion renégocié actuellement par la Communauté française. Nous l'avons rencontré.

> Propos recueillis par Michel Gheude

Le Ligeur: *Quelle est votre philosophie du contrat de gestion?*

Jean-Paul Philippot: "Au Parlement, Richard Miller a reconnu que le précé-

dent contrat de gestion n'était pas seulement un contrat de méfiance, mais de confiance. Nous voudrions un contrat de confiance. J'ai dit: fixez les objectifs et les missions, et laissez-nous le choix des moyens. Puis évaluez-nous. Sur les missions, il n'y a pas beaucoup de différences de vue entre la tutelle et l'entreprise autonome. Dans le concret, la tutelle a tendance à vouloir trop détailler et la RTBF a parfois des difficultés à écouter les priorités politiques de la tutelle. L'important pour nous, c'est la philosophie. S'accorder sur les valeurs et sur les réalités. Côté valeurs: nous sommes une radio télévision publique, pas une radio télévision d'état. Qui dit audiovisuel public, dit autonomie et l'une des garanties de cette autonomie,

c'est l'indépendance éditoriale. Inversement, nous ne serions plus dans la sphère de l'audiovisuel public si nous ne cherchions rien d'autre que d'attirer un maximum de PRA¹¹. Côté réalités: nous travaillons dans un secteur fortement soumis à la concurrence. Compétitions d'acteurs. Mais aussi compétitions de normes. Certains pays pratiquent le dumping réglementaire. Raison pour laquelle RTL-Tvi qui avait tout fait pour s'implanter en Belgique s'est rapatrié au Luxembourg. Nous avons un système réglementaire menacé et qui, après les décisions de justice en

faveur de AB contre la Communauté française, puis le départ de RTL-Tvi pour Luxembourg, a une crédibilité à redéfinir."

L. L.: *La RTBF est une entreprise autonome mais son contrat de gestion n'est-il pas le moyen d'un contrôle politique taillon?*

J.-P. P.: "N'ayons pas la mémoire courte. Quel progrès dans l'autonomie! Même si la VRT en a davantage. Même si, en Europe, nous sommes une des entreprises audiovisuelles publiques parmi les très contrôlées, nous pouvons fonctionner avec la tutelle et son contrôle."

L. L.: *Le contrat de gestion vous aide-t-il à préparer l'avenir?*

J.-P. P.: "Nous devons penser à l'horizon 2010. La télévision sera numérique avant la date butoir de 2012 fixée par l'Union européenne. La bidirectionnalité sera un phénomène généralisé. La portabilité aussi. Les chaînes premium resteront évidemment des chaînes linéaires. Disons la RTBF, RTL-M6, TF1... Mais pour le reste, on sera dans une autre logique de consommation. Nous passons de l'entonnoir à la combinatoire. Nous ne serons plus les producteurs de deux télés et de cinq radios, mais des producteurs de programmes qui seront diffusés, entre autres, par deux télés et cinq radios et par d'autres moyens comme le podcasting, le téléphone, la 'video on demand', des chaînes éphémères à caractère événementiel, etc. Cette évolution des technologies et des consommations a été l'aspect le moins documenté du débat parlementaire. Mais c'est une opportunité pour le service public."

L. L.: *Dans ces conditions, un contrat de cinq ans, ce n'est pas trop long?*

J.-P. P.: "Nous avons besoin de temps et de stabilité. Les missions se démodent moins vite que les moyens. Par

exemple, la télévision scolaire que nous avons diffusée dans les années 1960 et 1970 est un moyen dépassé. Mais l'éducation est une mission depuis la création

de l'entreprise et elle le reste plus que jamais."

L. L.: *Un des points les plus discutés au Parlement a été la suppression du plafond de 25% de recettes publicitaires. Etes-vous demandeur?*

J.-P. P.: "Ce plafond était l'une des garanties données à RTL quand la RTBF est entrée sur le marché publicitaire. Ce plafond ne nous a jamais fait perdre un euro et le déplafonnement aura un effet budgétaire nul. Le prix de la publicité est fixé par le marché. Il est influencé par la santé de l'économie mais aussi par l'importance que donnent les annonceurs au média télévision. Elle n'est pas à la hausse."

L. L.: *La ministre s'est aussi engagée à augmenter la dotation publique de 2%.*

J.-P. P.: "Les 2%, c'est une vraie avancée. Nos charges de personnel augmentent plus vite que l'index. Cette augmentation est bienvenue. Nous voulons éviter de devoir régulièrement mener des plans Horizon 97 ou Magellan pour assainir les finances."

L. L.: *Le budget de la RTBF représente grosso modo la moitié du budget de la culture. Cela crée depuis longtemps une tension entre la radio télévision et les autres secteurs comme le spectacle vivant, la lecture publique, l'éducation permanente.*

J.-P. P.: "D'abord, la télévision, c'est de la culture. En Flandre, l'importance culturelle de la télévision est reconnue. Chez nous, on n'en parle pas assez. Nous ne

sommes pas qu'une vitrine, nous sommes un acteur de notre culture. **Télé tourisme** ou **Escapade gourmande** font partie de notre culture. **7e ciel** aussi. Nous redonnons au public le goût des produits de chez nous. C'est de la culture populaire, mais c'est de la culture.

Ensuite comment parler du cinéma, de la littérature, du théâtre, de la musique, des artistes? Somme-nous un miroir, une vitrine, une fenêtre? Plutôt une vitrine qu'un miroir où les artistes se regarderaient. Et plutôt une fenêtre. Nous sommes des passeurs entre les artistes et le public. On reproche souvent à la télévision de diffuser de la culture trop

tard. Avec Arte Belgique, nous allons diffuser en prime time un plateau d'une demi-heure par jour sur l'actualité culturelle. Et le rediffuser en fin de soirée sur la Une. C'est, je crois, une approche vertueuse."

L. L.: *Une des revendications permanentes tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la RTBF, c'est l'importance de la production propre. Avantage ou handicap?*

J.-P. P.: "Avantage. L'écran va rester le media principal mais ce ne sera plus nécessairement un écran de télé. Il y a deux clés du contrôle de l'audiovisuel. La première, ce sont les droits. La deuxième, c'est l'interface finale avec le consommateur. RTL diffuse 75% d'achats et 25% de production propre. Pour la RTBF, c'est du 50/50. Par notre production propre, nous avons deux fois plus de droits qu'RTL pour utiliser les possibilités offertes par les nouvelles technologies." ■

(1) Ndlr: Personnes responsables des achats dans un foyer.