

# RTBF: les familles entendues, mais vigilantes

**Le Gouvernement de la Communauté française et la RTBF se sont enfin entendus sur les orientations que devra suivre la RTBF ces cinq prochaines années. Ce nouveau "contrat de gestion" rencontre-t-il les attentes des familles? Éléments de réponse.**

> Emily Hoyos, Directrice du département Recherche, Étude et Formation

Il aura fallu un an de pressions en tout sens, de négociations, d'auditions au Parlement dont on se souviendra de la fin peu glorieuse: coincés par des logiques partisanes, les députés ne réussiront pas à s'accorder, même au sein de la majorité, sur une déclaration commune. Aujourd'hui, nous savons enfin quels sont les grands défis que la RTBF devra relever avant décembre 2011.

## Quatre objectifs généraux

Faire bouillonner la culture, rencontrer le public, amorcer le virage numérique, évoluer, mesurer la performance et suivre la gestion, tels sont les quatre objectifs confiés par la Communauté française à la RTBF dans son nouveau contrat

de gestion. Des objectifs assez généraux qui se concrétiseront selon un véritable contrat de confiance passé entre la RTBF et sa ministre de tutelle, Fadila Laanan: le contrat de gestion mentionne peu d'obligations précises et contraignantes, alors même que la radio et la télévision publiques ont obtenu davantage de moyens financiers pour remplir leurs missions (augmentation de la dotation publique et possibilité pour la RTBF de faire gonfler ses recettes publicitaires).

Et pourtant, des engagements concrets étaient attendus du côté des familles. Parce qu'ils y sont profondément attachés - ne dit-on pas: qui aime bien châtie bien -, les parents sont particulièrement exigeants vis-à-vis de la RTBF. Régulièrement, ils nous interpellent, choqués par une publicité, heurtés par la violence de certaines images projetées à l'heure où de nombreux petits sont encore éveillés, soucieux de trouver, auprès de la radio et de la télévision, un partenaire éducatif de qualité.

## Trois enjeux essentiels

Raison pour laquelle, lors de notre audition au Parlement de la Communauté française, nous avons pointé trois enjeux essentiels aux yeux des familles: la publicité et les enfants, l'éducation permanente et l'éducation aux médias.

Pour chacun de ces points, les choses semblaient mal embarquées. Jusqu'il y a quelques semaines encore (voir l'article en page 5 du *Ligeur* du 4 octobre),

nous craignons de ne pas avoir été entendus par les négociateurs. Le texte approuvé une première fois par le Conseil d'Administration de la RTBF restait extrêmement flou sur les réponses apportées

à nos attentes.

Il faut dire qu'a priori, nous ne partageons pas le même sentiment de confiance face à la RTBF que la ministre; les quelques garanties obtenues il y a cinq ans par la Ligue des familles sont prises avec énormément de légèreté par la RTBF, qui met peu de zèle à appliquer ce qui est pourtant noté noir sur blanc dans le contrat de gestion négocié à l'époque. Nous ne pouvions donc nous résoudre à la souplesse extrême laissée à la RTBF dans la rencontre des préoccupations qui nous sont chères.

Un article dans *Le Ligeur* et un communiqué de presse plus tard, force est

de constater que l'avis des familles compte encore un peu en Communauté française de Belgique. Le texte définitif a été revu; les engagements en matière d'éducation permanente et d'éducation aux médias sont précisés (voir encadré); il n'y a plus de menace de suppression qui pèse sur la règle qui protège les enfants contre les assauts publicitaires (interdiction de la publicité 5 minutes avant et 5 minutes après les émissions destinées, selon la RTBF, aux enfants de moins de 12 ans).

Il reste néanmoins un enjeu, sur lequel la RTBF devra faire mieux que ces cinq dernières années: le passage de la théorie à la pratique. Heure de programmation des émissions d'éducation permanente ou d'éducation aux médias - pas à 22h50 comme "Tout pour plaire"

la semaine dernière -, fréquence et contenu de ces émissions: grâce à votre soutien, nous resterons bien sûr vigilants. ■

L'article 21 du contrat de gestion prévoit que la RTBF diffusera régulièrement des programmes qui contribueront "notamment à la formation, l'éducation, l'information des consommateurs, la sensibilisation à l'environnement et au cadre de vie, l'éducation à la santé et la vulgarisation scientifique,

la compréhension de la vie sociale, politique et économique, l'information et l'engagement des jeunes, la parentalité, les questions éducatives, l'éducation aux médias et à la citoyenneté."

On peut également lire à l'article 22 que la RTBF, tant en radio qu'en télévision, accorde une attention particulière

aux questions relatives à l'éducation aux médias et à la consommation publicitaire, en ce compris par des séquences spécifiquement destinées aux enfants et aux adolescents. A cette fin, la RTBF programme et diffuse régulièrement des contenus audiovisuels et des séquences répondant à ces objectifs.