

Jean-Paul Philippot

«La RTBF est l'entreprise publique qui a fait le plus d'efforts»

Le rapport annuel de la RTBF, qui vient d'être publié, montre que le service audiovisuel public résiste assez bien au régime imposé par son actionnaire. Son patron Jean-Paul Philippot n'en est pas peu fier.

INTERVIEW
JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Arrivée de Netflix, développements dans la production et le numérique, incendie des émetteurs, Coupe du monde de foot, candidature avortée chez Belgacom... La première partie de l'année a été bien remplie pour Jean-Paul Philippot. L'administrateur général de la RTBF l'a bouclée en remettant un bulletin financier qui devrait être apprécié par son actionnaire, la Fédération Wallonie Bruxelles.

En 2013, vous avez amélioré vos performances dans un contexte difficile...

On ne mesure pas assez à quel point, dans les contraintes que nous impose le gouvernement, nous assurons la pérennité financière de l'entreprise de manière structurelle. La RTBF est l'entreprise publique qui a le plus contribué à l'effort d'assainissement des finances publiques. Ainsi, sur la période 2010-2013, sa contribution en solidarité au budget ordinaire de la Fédération Wallonie-Bruxelles se chiffre à

76 millions d'euros. Nos résultats sont meilleurs que nos estimations. Tout cela alors qu'en 2013, notre dotation est inférieure aux besoins et que lors des 5 dernières années, les effectifs ont encore baissé de 10%. Notre actionnaire en est tellement conscient qu'il nous a autorisés dans notre contrat de gestion à faire un déficit. Il faut

se remettre dans le contexte. Entre 2009 et 2013, notre dotation n'a augmenté en termes réels que de 3,7% sur 5 ans. Dans le même temps, notre Ebitda a augmenté de 20%. En 2013, il a progressé de 11% par rapport à 2012. C'est le meilleur depuis que je suis là. Le résultat d'exploitation est en ligne avec celui de 2012, tandis que notre endettement s'améliore de 20 millions. Notre perte nette s'explique quant à elle par la mise en place d'un système d'amortissement accéléré et exceptionnel de nos investissements sur le site Reyers de manière à nous trouver à la clôture de notre exercice 2020 dans une situation où l'ensemble de nos infrastructures seront amorties. C'est une mesure de prudence par rapport à un risque particulier.

Comment avez-vous fait?

Plusieurs éléments: nos recettes publicitaires ont augmenté de 2,9%, davantage que le marché alors qu'il n'y a pas eu en 2013 de grands événements sportifs. C'est la conséquence de nos performances d'audience. Nous avons progressé tant en terme de parts de marché que de rajeunissement de nos audiences. La croissance est structurelle et n'est donc pas liée à un programme ou un événement particulier. Aujourd'hui 90% de la population regarde nos programmes télé chaque semaine au moins 15 minutes, et 47% écoutent nos radios toutes les semaines, nous avons un million de «likes» sur Facebook, etc.

Vous évoquez l'immobilier. Où en est-on dans le projet de réaménagement du site de Reyers?

On parle d'un investissement de 130 millions en immobilier et en équipement, sachant qu'une partie de ce dernier doit de toute façon être consenti dans le cadre de la modernisation de nos infrastructures. Nous avons différents scénarios de finance-

ment, qui passent notamment par de la promotion immobilière, de la vente de terrains. Il appartiendra au conseil d'administration de faire un choix dans les semaines qui viennent. Puis, il faudra l'inscrire dans les calendriers de financement de la Fédération puisque nous sommes une

entité consolidée. Cela fera l'objet de nos premiers contacts avec le futur gouvernement, en particulier son ministre du Budget. Mais ce qui est sûr, c'est que nous ne ferons pas appel à un crédit spécifique du gouvernement pour financer notre bâtiment.

«Des acteurs comme Netflix et Google échappent à toute régulation»

SUITE DE LA PAGE 13

Travaillez-vous avec la VRI, dont vous partagez les bâtiments?

Nous avons créé avec elle une «ground bank» pour mutualiser nos terrains et réserves foncières, pour les valoriser en commun. Il ne faut pas oublier que cette reconstruction s'inscrit dans le cadre de la création d'un nouveau quartier dans une fonction urbaine — logements, espaces publics, espaces verts — et dans sa fonction économique. C'est une opportunité unique pour créer un pôle dédié à l'audiovisuel, à la création et à la formation. Nous pouvons servir de levier à des acteurs économiques: clusters, incubateurs permettant de fédérer des énergies, des compétences et des moyens financiers.

L'actualité du moment dans les médias, c'est l'officialisation de l'arrivée de Netflix cette année en Belgique. Cela vous inquiète?

Netflix, c'est la face émergée d'un iceberg beaucoup plus profond lié à plusieurs éléments. D'abord, une modification lente mais régulière dans la consommation des médias audiovisuels: on passe petit à petit d'une consommation linéaire à une consommation non linéaire. La première a atteint un plafond. La seconde augmente régulièrement. Ensuite, l'émergence de nouveaux concurrents, même si nous produisons bien plus de contenus qu'eux. Google se vante d'investir en contenu 7 milliards de dollars par an. Les télévisions européennes, c'est entre 15 et 20 et les privées davantage encore. Enfin, ces nouveaux acteurs échappent à tout cadre réglementaire, que ce soit au niveau national ou européen. Ce cadre n'a pas pour but de protéger les acteurs parce qu'ils sont locaux mais de reconnaître des droits aux créateurs et de soutenir la diversité des cultures. Des acteurs comme Netflix sont concurrents de la consommation des biens culturels et audiovisuels mais ils échappent à toutes ces règles. Plus de la moitié des revenus sur l'internet vont à Google, qui ne paie pas de TVA en Belgique ou en France, alors que c'est un impôt qui sert d'abord à financer l'enseignement et la culture! C'est une atteinte flagrante au pluralisme.

Comment pouvez-vous vous défendre?

Par la propriété et l'originalité des contenus. C'est pour cela que nous avons lancé une série d'initiatives. On a lancé la produc-

tion de quatre séries belges pour lesquelles nous avons reçu près de 150 projets, et nous venons de lancer un nouvel appel pour deux autres. 30 à 40% des projets viennent de producteurs avec lesquels nous n'avons jamais travaillé. Cela montre qu'il y a des idées en Belgique. La première série sera diffusée l'hiver prochain.

Nous avons lancé un concours pour la création de web-séries et de web-documentaires. Via notre régie publicitaire, RMB, nous avons aussi lancé Vike, notre plateforme de vidéo en ligne qui sera opérationnelle en septembre. C'est avec ça que l'on peut créer de la valeur pour notre audience et notre culture tout en soutenant les producteurs locaux.

Quelle est la conséquence de l'incendie de votre émetteur de Wavre il y a 15 jours?

Il fonctionne à nouveau depuis hier. Mais il y a un fait qui est préoccupant, c'est qu'à la veille des élections un pylône de la VRI situé non loin de là a lui aussi été incendié quasi au même moment. Symboliquement je trouve cela grave dans une démocratie.

La Coupe du monde commence dans cinq jours. Vous allez déployer de gros moyens. N'en faites-vous pas un peu trop?

Détrompez-vous, nous allons mettre nettement moins de moyens que nos collègues suisses par exemple. On en a mis logiquement un peu plus que d'habitude car les Belges sont présents. Jamais on n'a vu une

telle expression de cet enthousiasme partout dans la rue, les magasins, etc. Il y a là une réalité journalistique qu'on ne peut éviter. Et puis, pour faire des économies, nous allons mutualiser ces moyens avec la VRI (il nous montre une housse de micro affichant les logos de la RIBF et de la VRI). Enfin, on met peut-être beaucoup de moyens mais les recettes publicitaires suivent. Jamais nous n'en avons engrangé autant pour un événement sportif! Elles pourraient même couvrir les frais engagés pour la couverture de l'événement...

2014 devrait donc être un nouveau bon cru publicitaire pour la RIBF...

C'est trop tôt pour le dire. On fera le point en fin d'année car il est possible que l'on assiste à des déplacements de budgets pub autour de la Coupe du monde plutôt qu'à un surcroît d'investissement. Je constate en effet que le premier semestre est mitigé. En clair, on n'assiste pas à une relance structurelle du marché.

La Commission européenne vient de répondre partiellement aux demandes des éditeurs de presse écrite qui vous accusaient de concurrence déloyale au niveau de vos activités de presse en ligne. Votre contrat de gestion a dû être corrigé pour qu'il soit compatible avec la législation européenne en matière d'aides d'État et de concurrence. La RIBF pourra encore mettre des articles écrits en ligne pour autant qu'ils mettent l'accent sur les sujets développés en radio et en télévision. Votre réaction?

Au bout de cette procédure, je retiens que la Commission considère que notre cadre réglementaire, moyennant les adaptations que le gouvernement a pris l'engagement de faire, est conforme à la législation et aux règles de financement européennes. Nous allons donc pouvoir continuer à faire du texte sur internet dans le cadre qui nous a été fixé par la Commission. Maintenant

que le cadre juridique est clair, cela va sans doute nous permettre de développer des projets que nous gardions sous le boisseau. Cela dit, je regrette que l'on ait perdu trois ans de collaboration avec la presse écrite.

RIL préparerait une grosse offensive autour de son journal. Qu'en pensez-vous?

Je ne me lève pas le matin en regardant ce que RIL va faire avant de faire mon agenda. Et je demande la même chose à mes collaborateurs. De notre côté nous allons dans les 18 mois qui viennent faire évoluer notre offre en matière d'information, et ce ne seront pas des évolutions cosmétiques! Cela touchera tant le fond que les outils à la disposition de nos journalistes. Nous allons ainsi renforcer nos capacités pour intervenir davantage en direct,

RIL, encore elle, a réussi un joli coup en décrochant l'interview d'Albert II. Ce genre d'entretien n'aurait-il pas eu sa place sur la RIBF?

C'est un beau coup, je le reconnais. Si la question s'était posée on y aurait réfléchi. Mais il y a des tas d'autres personnalités que l'on aimerait prioritairement avoir, qui sont interpellantes pour le citoyen. Je suis ainsi très fier d'avoir pu contribuer à la production d'un débat à la présidence de la commission européenne, même si l'audience était modeste.

Dernière chose: on vous a présenté comme la personne idéale à tous points

de vue pour diriger Belgacom avant que n'émerge Dominique Leroy. Pas de regret? J'ai des rapports professionnels très cordiaux avec Dominique Leroy et je suis flatté d'avoir été considéré comme étant à même de pouvoir diriger cette entreprise. Mais quand je vois ce que j'ai à faire à la RTBF et à l'UER (Union européenne de radiodiffusion, dont il est président, NDLR), j'ai de quoi largement remplir mes journées.

EXPRESS

En 2013, la RTBF a poursuivi le **rétablissement de ses finances**, malgré la **cure d'austérité** imposée par le gouvernement.

Elle planche sur le **réaménagement du site de Reyers**. Un **investissement de 130 millions** dont les différentes pistes de financement seront bientôt soumises à son conseil d'ad-

ministration.

Face à l'invasion annoncée de **Netflix**, son administrateur général, Jean-Paul Philippot, estime que la meilleure réponse est de **développer la production locale**. Quatre séries belges sont en cours de production. la première sera diffusée cet hiver.

«C'est ce que j'ai dit à Albert II sur RTBF. Il y a beaucoup d'autres personnalités qui rejettent la responsabilité sur moi. C'est un piège à tigre»

Jean-Paul Philippot