

«Nous sommes en en train de renégocier des contrats sportifs et des achats de droits à la baisse...»

Jean-Paul PHILIPPOT

30 C'est le pourcentage de gens qui entrent en contact avec la RTBF via leur mobile (PC, tablette...)

La RTBF va devoir encore se serrer la ceinture

« En 2015, le virage va se resserrer »

C'est la période des «causeries». Hier, c'est Jean-Paul Philippot, administrateur général de la RTBF, qui s'est plié à l'exercice. Extraits.

• **Marc UYTTERHAEGHE**

La RTBF a connu une année 2014 contrastée. Entre les bonnes audiences de la Coupe du monde et de nouvelles restrictions budgétaires comprises dans un avenant au contrat de gestion, bilan avec l'administrateur général Jean-Paul Philippot.

1. L'avenant au contrat de gestion : une sécurité plus grande Signé mardi, cet avenant au contrat de gestion 2013-2017 fait suite, notamment, à une plainte des éditeurs de presse contre les activités d'information en ligne de la RTBF et d'une décision de la Commission européenne datant de mai 2014. La RTBF devra ainsi mettre l'accent sur des contenus d'information en lien avec des sujets développés ou à développer dans ses programmes TV et radio, produits ou traités dans ses propres rédactions et enrichis d'images et de sons. Par ailleurs, les autres contenus devront également être en lien avec ses programmes. Tout nouveau contenu important en ligne non prévu dans le contrat de gestion, devra faire l'objet, avant sa mise en œuvre, d'une procé-

sure d'évaluation préalable. La RTBF ne pourra plus, non plus, diffuser les programmes des autres chaînes dans son guide des programmes du soir et du lendemain. «C'est la fin d'un long travail, convient Jean-Paul Philippot. Nos financiers ont dû retourner dans les archives de l'INR pour expliquer la genèse de la RTBF et de son financement public. Le fait que le contrat soit adopté, avec ce que ça a de plus contraignant pour nous, crée malgré tout un environnement en terme de sécurité pour la RTBF qui est très significativement accru. Des procédures parfois très lourdes devront être mises en œuvre, mais l'ensemble du contexte dans lequel nous travaillons est fortement sécurisé.»

2. Économies de 21 millions d'euros sur trois ans On l'a déjà dit, la RTBF va devoir économiser 21 millions d'euros supplémentaires sur les trois prochaines années. Pour atténuer l'effort à fournir, la chaîne va pouvoir de nouveau recourir au placement de produit dans les émissions de divertissement ; elle pourra interrompre les films avec des coupures publicitaires entre 19 h et 22 h ; elle pourra faire de la pub pour les médicaments de comptoir (sans prescription). Mais, Jean-Paul Philippot l'affirme, cela ne suffira pas. D'autres pistes sont explorées. «Nous sommes actuellement en en train de renégocier des contrats sportifs et des achats de droits à la baisse. On fera peut-être l'impasse sur certaines choses à partir de 2016 ou 2017.» Lesquelles ? Mystère. Par contre, plus question de vendre des pylônes de retransmission, comme cela avait été évoqué un moment. «Nous

avons fait des études. On a conclu qu'économiquement, ce ne serait pas un bon plan pour l'entreprise.»

Quant au personnel, pas question d'y toucher non plus. «En tout cas, pas au-delà du plan d'économie en cours qui doit nous amener en dessous des 2000 équivalents temps plein. Pour rappel, quand je suis arrivé, nous étions 2 700 à la RTBF.»

3. Quid de la culture ? «La réflexion sur de nouvelles émissions se poursuit, que ce soit en émissions nouvelles qu'en matière de grands événements (NDLR : Mons 2015, Foire du livre...). Et puis il y a cette nouvelle émission que notre contrat de gestion prévoit dans le cadre de la réorganisation de notre offre. Nous avons des projets, mais le contrat de gestion prévoit une négociation préalable avec une plateforme dont la composition doit être arrêtée. Et donc, j'attends de connaître qui composera cette plateforme pour entrer en négociation. Pour l'instant, nous sommes un peu bloqués... On souhaite travailler avec le secteur des producteurs indépendants, lancer un appel, sélectionner... Cela prendra quelques semaines.»

4. L'année 2015 ? «Début 2014, j'utilisais une image : on a quitté la ligne droite pour rentrer dans un virage avec une courbe qui se resserre. En 2015, je pense que la courbe va encore se resserer. L'un des paramètres importants est le comportement du citoyen par rapport aux médias. En deux ans, on est passé de 2 % de consultation mobile à 30 % de consultation mobile (NDLR : via smartphone, tablette, PC...) La BBC en est à 50 % ! Notre environnement de production change. Donc cela ne va pas être une année tranquille.» ■

VITE DIT**Interactivité, élections...**

Parmi les satisfactions de Jean-Paul Philippot pour cette année 2014, on retrouve le développement de l'interactivité, notamment lors de la Coupe du monde. «J'épinglerai aussi la couverture des élections. Avec, au final, la plus grosse accumulation d'audience et la

plus grosse part de marché depuis dix ans. On ne sait pas mesurer la contribution de la radio, mais on n'a jamais invité autant de candidats (NDLR : 410) à venir s'exprimer sur nos plateformes.»

Commémoration de 14-18

«Il nous semblait important, en 2014, de donner les clés d'une situation qui a bouleversé notre monde

contemporain et donc les causes peuvent repasser les plats. D'où un investissement fort. Je crois que nous avons fait 8 ou 9 primes sur le sujet. Ce projet va continuer sur quatre ans sur le web.»

Première place de Vivacité

«C'est un peu symbolique et On sait que la situation peut rapidement changer. Mais

pour la première fois, une radio de la RTBF est devenue première radio de la communauté. Cela signifie que nous sommes arrivés à une étape qui légitime un travail de fond.»

Séries : «On apprend»

La RTBF a placé beaucoup d'espoirs dans son projet de diffuser quatre séries belges par an sur ses écrans. Mais, il faut bien l'avouer, malgré certaines qualités, la première série – *Esprits de famille* – n'a pas réussi à trouver son public le dimanche soir (NDLR : le dernier épisode ne figurait même pas dans le top 30 des audiences). La chaîne publique ne baisse pas les bras. Et Jean-Paul Philippot annonce qu'une nouvelle série belge devrait se retrouver à l'écran pour

l'automne-hiver 2015. Des projets dans d'autres genres et avec d'autres scénaristes sont sur le métier. «Mais je tiens à le dire, ce n'est pas une science exacte. Aux USA, ils produisent parfois des séries qui ont coûté des centaines de millions de dollars et qui sont de véritables catastrophes ! Ici, on est dans une phase d'apprentissage.»

Pour l'administrateur général, ce n'est en tout cas pas le budget (NDLR : environ 200 000 €) octroyé pour la série qu'il faut re-

mettre en cause. «Nous avons fait des tables de travail avec des producteurs flamands qui se sentent à l'aise avec ce genre d'enveloppe», note Jean-Paul Philippot. C'est donc faisable dans l'économie belge. Ensuite, si on ne sait pas produire à ce coût-là, on ne saura pas produire en volume. On ne saura donc pas imprimer dans le public le «Belgium taste» à côté des grosses séries américaines.» Jean-Paul Philippot lance aussi une perche à RTL TVI. «Si l'on veut donner cet appétit pour nos fictions et si

l'on veut alimenter une industrie de la production en Wallonie et à Bruxelles, on ne sera pas trop de deux...» ■ **M.U.**