

# La RTBF tend la main aux autres acteurs des médias

Entretien par Pierre-François Lovens et Aurélie Moreau

## Jean-Paul Philippot

Inconnu du grand public et du secteur des médias lors de son arrivée à la tête de la RTBF, le 18 février 2002, Jean-Paul Philippot est devenu une personnalité incontournable du paysage audiovisuel de la Communauté française. Cela fait treize ans qu'il pilote la radio-télévision de service public. Il faut remonter à l'INR, et au début du long règne de Robert Wangermée, pour trouver un administrateur général avec un bail aussi long.

Un moment cité chez Belgacom après la révocation de Didier Bellens, M. Philippot a été prolongé l'année dernière pour un troisième mandat de six ans. Cap, donc, sur 2020, année qui coïncidera – si tout se passe comme prévu – au début du déménagement vers le nouveau siège de la RTBF (construit à l'arrière du bâtiment actuel).

**“J'aime quand ça bouge”**

Treize ans après sa prise de fonction, et quelques réformes et plans d'économies plus tard, Jean-Paul Philippot ne semble en rien lassé par sa mission. *“J'ai une chance assez insolente d'être dans un secteur en profonde mutation. J'aime quand ça bouge !”*, confie ce passionné de la mer et de sports nautiques. Homme de gestion avant d'être homme de médias, ce “Solvayman” a dû

• **“Face aux acteurs internationaux, on a plus à gagner en travaillant ensemble”, lance M. Philippot.**

• **Il en va du pluralisme des médias en Belgique francophone, dit le patron de la RTBF.**

• **Il fait un pas en direction des éditeurs et demande au législateur d'intervenir.**

surmonter quelques tempêtes. Mais le capitaine sait où il va. Qu'on l'apprecie ou non, d'aucuns lui reconnaissent une très bonne maîtrise de ses dossiers. Et si défaut il y a, c'est sans doute dans cette obstination à vouloir, de temps à autre, avoir raison contre les autres en niant certaines évidences.

“JPP” va de l'avant. Contre vents et marées, il impose sa marque à une entreprise qui doit composer avec un actionnaire public et un univers des médias en pleine mutation technologique. Le fait de savoir où il sera demain n'est pas le genre de question qu'il se pose. *“On verra, dit-il avec un large sourire. Mais, pour l'instant, j'ai encore pas mal de projets à mener. Il convient aussi de rester humble et de construire pour d'autres.”*

P.-F.L.

## “Le premier des périls, c'est de ne plus être accessible dans le monde digital”

**Vous clôturerez les comptes 2014 de la RTBF la semaine prochaine. Quelle aura été votre principale satisfaction de l'exercice écoulé ?**

Sur un plan entrepreneurial, ce fut une année difficile. On a dû faire des économies supplémentaires. Mais on devrait malgré tout être en ligne avec nos objectifs. Sur un plan éditorial, nous avons notamment réussi deux grands rendez-vous : les débats et enjeux électoraux, et la couverture mémorielle de 14-18. Pour la première fois, on a développé une couverture intégrant radio, télévision et Internet. Dans les deux cas, cela nous a permis de toucher un public à la fois plus nombreux et plus diversifié.

**La Coupe du monde de football au Brésil a-t-elle été rentable pour la RTBF ?**

Quand on fait le bilan entre coûts et recettes, l'équation “Brésil 2014” est certainement équilibrée.

**Votre principal regret de 2014 ?**

On les oublie plus vite (rires).

**L'arrêt du magazine culturel “50° Nord” sur Arte Belgique en fait partie... ?**

Je regrette surtout d'avoir été contraint de faire des économies supplémentaires, qui n'étaient pas prévues dans le contrat de gestion conclu fin 2012. Mais nous avons pris, de toute façon, la décision de changer “50 degrés nord” (lire aussi ci-contre).

**A combien vont se chiffrer les économies de la RTBF en 2015 ?**

Le plan d'économies lié à notre contrat de gestion prévoyait déjà 6,4 millions euros, après 5,6 millions en 2014. S'y ajoute donc, dans le cadre des nouvelles économies qui nous sont tombées dessus l'été dernier, un montant de 5,9 millions en 2015. Ce sera 7,1 millions en 2016 et 8,5 millions en 2017. Des montants qui, là aussi, s'ajoutent à des économies de 6,4 millions, tant en 2016 qu'en 2017, prévues dans le contrat de gestion.

**Où allez-vous faire ces économies ?**

Ce ne sera pas sur le personnel. J'ai conclu un accord social, voici deux ans, qui prévoit déjà une réduction de nos effectifs. Je n'irai pas au-delà de cet ac-

cord. Cela signifie que nous nous dirigeons vers 1 980 équivalents temps plein. Nous devons donc faire ces économies dans les programmes et dans les achats de droits.

**Le contrat coûteux de la Formule 1 arrive à échéance cette année. Vous allez y renoncer ?**

Nous avons revu nos priorités en matière de droits sportifs de façon drastique, en nous fixant des plafonds au-delà desquels nous n'irons pas. Mais cela vaut pour tous nos droits sportifs, F1 comprise.

**On sait vos relations très tendues avec les éditeurs des médias d'information privés. C'est toujours le cas ?**

On a connu un long hiver juridique. Ce n'était pas notre volonté. Aujourd'hui, nous en sommes revenus au point de départ : qu'est-il possible de faire ensemble pour mieux garantir le pluralisme en Belgique francophone ?

**Vous leur tendez la main ?**

Bien sûr ! Mais il faut être plusieurs

pour s'entendre. Ce que je vois, c'est que les menaces extérieures sont bien plus tangibles que les menaces intérieures. Face au bombardement des acteurs internationaux, nous avons plus à gagner en travaillant ensemble que séparément.

**Daniel Weekers (BeTV/Voo) a lancé un appel visant à créer une plateforme de contenus francophones belges à la demande. Vous êtes partant ?**

Monsieur Weekers a une belle connaissance de l'évolution mondiale des choses, mais je n'ai encore reçu aucune invitation de sa part.

**Les secteurs des médias et des télécoms convergent à très grande vitesse. On le voit en Flandre avec Telenet, à la fois distributeur et éditeur de contenus. C'est un danger pour une entreprise comme la RTBF ?**

La concentration a lieu au niveau international et ce n'est pas un grand progrès en termes de diversité et de pluralisme. Ça devrait être un sujet de préoccupation pour le législateur.

**La RTBF se sent-elle en péril face à Netflix, Amazon, YouTube,.... ?**

Le premier des périls, c'est de ne plus être audible, accessible, dans le monde des médias digitaux. Le pluralisme, c'est d'avoir le choix. C'est ça l'enjeu.

**La vidéo à la demande (VoD) est en pleine explosion. Quel rôle peut jouer la RTBF dans ce domaine-là ?**

L'objectif de la RTBF, en 2015-2016, c'est de rendre plus agréable, plus facile, plus limpide l'accès à ses contenus sur les plateformes de VoD.

**Avec votre régie publicitaire, la RMB, vous avez lancé Vike. C'est un échec ?**

Oui, Vike n'a pas rencontré son public. Mais l'expérience accumulée est précieuse. On a d'autres plateformes : le "Live center", RTBF/Vidéo, Voo, Proximus,.... Mais il y a sans doute des choses à faire. Prenons le cas de la Flandre. Dans le mouvement que Telenet opère, la zone de risque, ce n'est pas tant le rachat de Base, mais bien de la chaîne Vijf TV. Parce que, là, on bouscule complètement l'écosystème.

## “La culture fait partie de l'ADN et de l'ambition de la RTBF”

**Regrettez-vous votre déclaration selon laquelle la culture ne serait pas faite pour le “prime time” ?**

Quand j'ai vu ce titre dans le journal qui m'avait interrogé, j'ai été le premier à être extrêmement choqué. J'avais tenté d'expliquer que le “prime time” répond à un certain nombre d'attentes du public et que certains types de magazine culturel ne sont pas faits pour le “prime time”. Ça ne signifie évidemment pas qu'il n'y a pas de place pour la culture en “prime time”.

**Toujours est-il que, dans vos projets de nouveaux rendez-vous culturels récurrents, on ne voit rien sur La une en “prime time”...**

Pour remplacer “Cinquante Degrés Nord”, nous allons notamment mettre à l'écran une nouvelle émission, “L'Invitation”, qui sera diffusée quotidiennement en “prime time” sur La trois, en principe à partir du mois de juin. La trois, c'est un potentiel de recrutement de téléspectateurs supérieur de 40% à Arte Belgique. Nous allons aussi lancer un nouveau rendez-vous quotidien, sur La deux, où on fera la promotion des événements culturels francophones. Alors, va-t-on, sur une base quotidienne et avec l'offre que nous proposons déjà, toucher un public francophone plus large ? Oui. A-t-on d'autres envies et d'autres ambitions ? Oui, évidemment. Tout n'est pas parfait. J'entends les revendications du monde culturel et on va évidemment en tenir compte dans le futur.

**C'est quoi au juste le problème avec le monde de la culture ? Récemment, la ministre de la Culture Joëlle Milquet soutenait qu'il fallait que la RTBF ait une émission culturelle en “prime time” sur La une...**

Dans les pays modernes, l'audiovisuel public développe sa politique éditoriale de façon indépendante. Nous sommes tous des professionnels, à commencer par Madame la ministre. Mais chacun doit être responsable dans les domaines d'activité qui sont les siens. Le monde de la culture est pour l'instant en doute et sous pression, comme nous le sommes aussi en raison des économies qui nous sont imposées et des nouveaux usages en matière de consommation des contenus audiovisuels.

**Il n'y a donc aucun antagonisme ?**

La culture fait partie de l'ADN et de l'ambition de la RTBF. Nous faisons en sorte de créer des espaces d'expression pour tous ceux qui créent en Belgique francophone, avec l'objectif de donner l'envie aux téléspectateurs d'aller les voir ou les écouter.

**Le secteur ne sent pourtant pas assez écouté. L'offre présentée lors de la première réunion avec le monde de la culture a-t-elle**

**été modifiée pour répondre aux attentes du secteur ?**

On a présenté ce qui allait remplacer “Cinquante Degrés Nord”. Nous n'avons pas présenté toute l'offre de la RTBF et nous n'avons pas présenté quelque chose de statique. On a convenu que nous allions le lancer, voir comment ça allait marcher et en faire, ensemble, l'évaluation.

**Il s'agit donc davantage d'un processus d'évaluation que de concertation.**

Quand on arrête une émission pour des raisons budgétaires, on est pressé d'avoir une émission nouvelle à présenter à nos téléspectateurs. Il y a des professionnels, chez nous, qui ont planché sur la chose. Cette émission ne résume pas l'offre culturelle à la RTBF.

**Lors d'une première réunion, il aurait été significatif au secteur de la culture que le développement de la pensée était incompatible avec la télévision...**

C'est totalement faux !

**La RTBF restera donc un vecteur important de culture ?**

Oui, elle doit l'être. Je partage la frustration de voir que, ces dix dernières années, sous le prétexte de la crise économique, on a banni la culture. Ce n'est pas seulement les politiques ou la Fédération, car si vous prenez le propos politique et publique en général, le mot culture est bien moins présent qu'il y a vingt ou trente ans.