

« Je suis triste quand quelqu'un part sur RTL... »

Jean-Paul Philippot s'exprime pour la première fois sur les nouveaux départs vers RTL-TVI

● Jean-Paul Philippot, le patron de la RTBF, a accepté de nous donner ses impressions sur la rentrée d'automne. Dans un langage concret comme jamais, il n'élude aucune question.

«Après 5 semaines, on est plutôt satisfait», dit-il. «J'ai le sentiment que la confiance du public se renforce. Et nous, en faisant de la production propre, ancrée dans la communauté et en mettant en avant des talents, nous sommes dans notre rôle. Beaucoup de gens que cette rentrée a mis en évidence sont des gens qui n'étaient pas connus encore en 2010, cela va de notre nouvelle émission

politique du dimanche... »

> Si vous citez les noms, ce serait plus clair, non ?

Je ne vais pas vous faire un Top 3 des satisfactions, ne comptez pas sur moi.

Mais je peux dire par exemple, qu'on ne soupçonnait pas qu'Adrien Devyver puisse endosser un nouveau rôle aussi facilement... Sarah De Paduwa, Florence Hainaut ou François Mazure, tous avec un cahier des charges différent, s'acquittent avec sérieux et talent de leurs missions respectives. Et en plus, ce sont des personnalités attachantes !

> À RTL-TVI, on les trouve tellement attachantes ces personnalités,

tés, qu'on vient parfois vous les piquer... Les Huercano, Defossé, Miraglia, Deborsu, Weber, Evrard,

sans parler des Van Hamme et Pirrette, viennent tous de la RTBF... Comment réagissez-vous à tous ces départs ?

Je dirais sur le ton de l'humour qu'il y a l'équipe A qui est sur nos chaînes et l'équipe B qui est à la concurrence... Quelques réflexions. 1. Cela se fait à nos dépens, mais c'est la démonstration visible qu'on investit et qu'on prend des risques sur des jeunes pousses. 2. C'est une réalité, notre paysage télévisuel n'est pas très diversifié, c'est nous ou c'est RTL. 3. Il reste moins cher de débaucher un talent que d'en former un. Il faut apprendre à vivre avec. Même si c'est une stratégie opportuniste. 4. On souffre à chaque fois que quelqu'un s'en va ainsi, parce qu'on a conscience de l'investissement qu'on a consenti et du potentiel futur du partant ! Les voir partir, ça fait mal au cœur, ça rend triste... et ça renforce notre concurrent ! Mais c'est la rançon de notre politique, je n'ai pas à évaluer et à juger la politique de RTL, mais s'ils vont dans cette voie-là, c'est qu'on leur a donné l'envie de le faire. J'ai la faiblesse de penser qu'on copie rarement les ringards.

> Qui sera le prochain à vous quitter ? Benjamin Maréchal ?

Peut-être des approches ont-elles déjà eu lieu ? En tout état de cause, c'est pas ça qui nous guide. Nous sommes en permanence en train de nous remettre en question...

> Est-ce cette remise en question qui permet aujourd'hui à votre JT de 19h30 de réduire l'écart avec son concurrent de RTL ?

Que l'écart se soit amenuisé, c'est une réalité indéniable : les audiences des deux JT n'ont jamais été aussi proches ! On y a jeté un œil, mais ce n'est pas ça qui nous guide. La question est simplement : comment concurrencer plus de gens encore et comment mieux encore articuler notre offre d'information entre télé, radio et web. Nous venons de consacrer une journée sur les réfugiés à travers tous nos médias, même Pure FM et Musiq3. Demain la RTBF comme groupe média aura la capacité de décliner ses contenus sur toutes ses plateformes, mais ça demande un apprentissage.

> Contrairement à la France, chez nous les JT ne sont pas diffusés à la même heure, on n'envisage plus du tout de mettre les JT en face-à-face ?

Quand je suis arrivé en 2002, cette question hantait les couloirs. Elle m'a beaucoup occupé : dans mes archives, il y a des analyses, des études de toutes sortes. Depuis quelques années ce n'est plus du tout à l'ordre du jour !

> La question n'était pas tellement que la RTBF diffuse son JT à 19h. C'était plutôt d'essayer d'imaginer que la tendance actuelle s'amplifie et... que RTL retarde son JT pour le placer à 19h30.

Rien n'est impossible, je dirais que les objectifs de RTL ne sont pas les mêmes que les nôtres.

> À propos d'objectifs, les chiffres d'audience de La Trois sont enfin donnés régulièrement. Ce sont de très petites audiences... Que comptez-vous faire pour passer de 1% de parts à, disons, 5% ?

D'abord, sur La Trois, il y a Ouf-ti, la programmation pour en-

fants que nous avons étendue jusqu'à 20h. La Trois est la première chaîne généraliste que les enfants regardent. C'est une chaîne gratuite, sans pub, c'est la seule et nous y montrons un fort pourcentage de productions européennes. Et il y a les Niouzz. Pour la programmation de soirée, il y a 16% de la population de chez nous qui a regardé un jour ou l'autre La Trois. Nous ne construisons pas sa programmation comme on le fait pour les autres chaînes : on a une programmation électorale et on ne court pas derrière la part de marché. On y met des cycles cinéma comme celui qu'on va consacrer à Woody Allen et cette semaine, on a déprogrammé une soirée pour rendre hommage à Chantal Akerman. Alors l'audience monte et descend, ça ne nous dérange pas. Peu ou prou, La Trois a aujourd'hui la même part de marché chez nous que celle que recueille Arte en France. Or, là-bas, personne ne considère qu'Arte est un échec !

> Avec un peu de provocation, on pourrait quand même vous dire qu'avec la Trois, vous avez réussi à prouver, peut-être intentionnellement, qu'une chaîne sans pub et avec des produits de service public, ça ne peut pas marcher...

Ce serait un grand danger de se dire : « Soyons fatalistes, un programme de service public, ça ne fait que 2 à 3% d'audience ». Nos missions de service public, on y répond sur nos trois chaînes et avec des objectifs souvent bien plus élevés ! Et on investit sur La Trois : le Reine Elisabeth, ça ne coûte pas rien et ça passe sur La Trois ! La question de la pub n'est pas pertinente... ■

SAM CHRISTOPHE

ET SI LOÏC NOTTET AVAIT GAGNÉ ?

« J'aurais été content que la RTBF organise l'Eurovision ! »

Il y a quelques mois, Loïc Nottet décrochait une brillante 4^e place au concours Eurovision... Aurait-ce été une bonne affaire pour la RTBF s'il avait gagné ?

« J'aurais été très content d'organiser le concours chez nous », affirme Philippot. « J'ai le sentiment que cela n'aurait pas été un gouffre financier. Je ne vous cache pas que j'avais un discours bien différent quand Urban Trad en 2003 a failli l'emporter. Là, j'aurais été décomposé ! Mais la donne a changé : aujourd'hui, techniquement, on aurait été à même d'or-

ganiser avec des boîtes privées et idéalement aussi avec la VRT. Il aurait fallu se serrer la ceinture ailleurs, mais on y serait arrivé. Il y aurait eu de l'enthousiasme et puis il y a un système D belge très pragmatique qui permet de produire moins cher que chez les autres. Je ne dis pas que ça aurait été simple, mais au regard de la promotion de notre patrimoine touristique, cela aurait été un beau défi. En tant que président de l'UER, je n'ai d'ailleurs connu aucun pays qui ait été déçu d'avoir organisé ce concours. » ■

LA NOUVELLE RTBF

Ce ne sera pas fini en 2020

Arrivé en 2002 à la tête de la RTBF, Jean-Paul Philippot (55 ans) a un mandat qui court jusqu'en 2020. Briguera-t-il un autre mandat ? « Ça, il est bien trop tôt pour en parler. »

La RTBF sera-t-elle son dernier job ? « Sûrement pas... »

A l'horizon 2020, aura-t-il mené à bien la reconstruction des bâtiments de la chaîne sur le site de Reyers ? « Non, on sera dans le chantier, le gros-oeuvre sera terminé, mais pas plus. Rester sur le site qui est très grand, c'était le plus pertinent. Le nouveau bâtiment contigu permettra de simplifier le déménagement et rester aux côtés de la

VRT. *c'est un plus.* » Craint-il qu'à l'exemple de ce qui se passe actuellement du côté flamand, la RTBF doive à nouveau bientôt dégraisser son personnel ? « En 10 ans, on a déjà eu 30% d'effectifs en moins. le contrat de gestion du court jusqu'en 2017, on a avec les syndicats, négocié un effectif cible de 1970 équivalents temps-plein. On en restera à ce chiffre si toutes les parties respectent leur engagement et il n'y a pas de raison de ne pas le croire. Mais si d'ici 10 ans, il y a 1970 ETP, ce sera magnifique, mais c'est fort probable que ces gens ne seront pas affectés aux mêmes tâches. » ■

COUP DE GUEULE

« Le succès de Plug RTL ne m'intéresse pas du tout »

S'il y a une « success story » ces derniers mois dans le paysage télé chez nous, elle a sans doute un nom : Plug RTL. Grâce à « Secret Story » et « Touche pas à mon poste, la dernière née du groupe privé cartonne... mais suscite la vive critique du patron de la RTBF. « Il y a, dit-il, des succès qui nous inspirent et des résultats qui ne nous intéressent pas, parce que c'est à l'opposé de ce qu'on a envie de faire. Vous savez, une société luxembourgeoise qui rediffuse des programmes français pour des vendre à des publici-

taires belges qui vont rémunérer des actionnaires allemands, eh bien, ce n'est pas mon modèle ! Il n'y a aucune valeur ajoutée et ça n'apporte pas d'argent à notre communauté. Au contraire, l'argent capté là n'est pas réinvesti chez nous ! Plug RTL, c'est la stratégie du coucou : occuper le nid de l'autre ! »

Et quand on lui rétorque qu'on pourrait comparer le Grand Cactus à TPMP, la réponse du patron de la RTBF est cinglante : « Sauf que dans le Cactus, tous les acteurs sont de chez nous... » ■