

# « La RTBF ne doit pas se tromper de combat »

CONTRAT DE GESTION Les éditeurs veulent moins d'écrits sur le site d'info du service public

► Les patrons de presse ont tiré la sonnette d'alarme devant les députés de la Fédération Wallonie- Bruxelles.  
► Sans délimitation plus claire de la présence de la RTBF sur le numérique, la pluralité du paysage médiatique est menacée.

Les éditeurs de presse, représentés par Daniel Van Wylick, président de La Presse.be, étaient invités à s'exprimer mardi devant les députés de la Fédération Wallonie-Bruxelles dans le cadre de l'élaboration du contrat de gestion de la RTBF (2018-2022). Ils en ont profité pour tirer la sonnette d'alarme sur la situation de la presse, tout en dénonçant les pratiques actuelles du service public sur son site d'information (rtbf.be/info). « Ils traitent de plus en plus d'informations pour augmenter le trafic, au détriment des acteurs privés. Cela correspond à ce que demande le contrat de gestion, à savoir : toucher le plus de gens possible. Cette obsession de l'audience amène à prendre des décisions qui peuvent être dommageables pour le marché. »

Actuellement, la RTBF bataille pour la deuxième place des sites les plus visités avec *Le Soir* et RTL Info. *Sud Presse* est leader. Plus globalement, les sites des quotidiens dominent. On constate, dans le même temps, que la RTBF a vu son audience progresser de 270 % en quatre ans (voir notre infographie).

Dans le contrat de gestion actuel, il est écrit que les contenus

du site d'info de la RTBF doivent « avoir un accent sur les images et le son » et être en lien avec des sujets « développés ou à développer dans ses programmes de radio et télévision ; produits ou traités dans ses propres rédactions et enrichis d'images et de son. Or nous avons constaté que seuls 13,5 % des contenus écrits publiés bénéficient d'enrichissements audiovisuels », a détaillé Van Wylick. Il s'appuie sur une étude décortiquant 5.000 articles publiés sur le site d'info de la RTBF pendant quinze jours.

L'analyse montre aussi que la RTBF ne renvoie pratiquement jamais vers les sites des journaux, même lorsqu'elle cite un scoop.

Cette concurrence à armes égales menace la pluralité des médias en Fédération Wallonie-Bruxelles, selon les éditeurs de presse.

« Les missions de la RTBF doivent être mises en adéquation avec les moyens dont elle peut disposer sans porter atteinte au développement et à la survie des autres acteurs. Elles doivent aussi être repensées à l'aune du nouvel équilibre concurrentiel (Netflix, Youtube, Google, Facebook, Amazon, etc.) et des habitudes de consommation des jeunes dans les grandes lignes. La RTBF ne doit pas se tromper de combat. Ce n'est pas contre la presse écrite mais dans le numérique audiovisuel qu'elle doit agir. »

En conséquence, les éditeurs proposent une réflexion sur la segmentation de l'information écrite sur le numérique.

Trois pistes sont proposées pour que le site RTBF.be/info retrouve son « ADN audiovisuel » défini dans le contrat de gestion. Primo : limiter la longueur des articles à 400 signes maximum. Secundo : interdire la reprise des contenus payants des sites de presse quotidienne. Tertio, limi-

ter l'exploitation sur les réseaux

sociaux. Actuellement, la RTBF est l'acteur qui exploite le plus Facebook. « On peut souligner positivement le dynamisme en la matière mais cela donne au géant américain des informations pour faire de la publicité. Le service public nourrit notre plus gros concurrent », regrette Van Wylick.

Pour lui, un modèle de concurrence « loyal » serait le site de la chaîne d'information CNews, appartenant à Canal+. « Si la RTBF fait ça demain, il n'y aura plus de conflit », a conclu Van Wylick avant de terminer par un avertissement : « Le modèle de la RTBF doit être compatible avec le modèle payant des sites de presse. Dans le cas contraire, le modèle économique des sites de presse va s'effondrer. »

Les journaux ont aussi un travail à réaliser : « A nous d'être bon dans notre offre payante mais il faut un repositionnement de la RTBF dans l'environnement numérique afin de permettre à la presse écrite de survivre. »

Les députés des quatre groupes PS, CDH, MR et Ecolo se sont accordés sur l'urgence de la situation. « C'est à cette commission de veiller à sauver le pluralisme des médias, à nous de le démontrer clairement », a déclaré Olivier Marroy (MR). Il faut donc mettre en place des règles de concurrence saine qui permettent à l'ensemble des acteurs de trouver leur public et des sources de financement. »

« Le match entre les éditeurs et la RTBF est inégal mais c'est un match de pauvre », a réagi Christos Doukeridis (Ecolo) alors que le débat se focalisait sur les tensions passées entre le service public et les éditeurs de presse. Il ne faut pas rester coincé dans cette bipolarité. On ne va pas mettre des bâtons dans les roues de la

RTBF pour qu'elle ne puisse pas se développer face à des concurrents redoutables. Notre intérêt aussi est d'avoir une RTBF qui fait le plus correctement possible son job. » Il souhaite que les propositions des éditeurs soient intégrées dans la réflexion des députés sur le contrat de gestion, ce que ses collègues n'ont pas refusé. ■

MAXIME BIERMÉ

## CHIFFRES

### 350

Ce sont, en millions d'euros, les revenus annuels de la publicité dans les médias (RTL, RTBF, Presse quotidienne) en 2016 en Fédération Wallonie Bruxelles.

Selon les estimations, ils ne devraient plus dépasser les 200 millions en 2022. La perte de 150 millions sera captée par les géants américains du web : (Google, Facebook, 120 millions) et par l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge à partir de septembre 2017 (30 millions).

### 300.000

C'est le nombre d'acheteurs quotidiens de journaux en 2016 en Fédération Wallonie-Bruxelles. Cela représente un revenu de 100 millions d'euros par an aux éditeurs de presse. Selon les estimations, il ne devrait plus rapporter que 60 millions en 2022.

### 25.000

C'est le nombre d'abonnés à des offres digitales de la presse quotidienne en Fédération Wallonie-Bruxelles. L'objectif partant d'une hypothèse volontariste est d'atteindre les 400.000 d'ici 2026.

## Evolution du nombre de visiteurs uniques sur les sites d'information

LE SOIR 24.05.17

