

LE DÉCRET CACHÉ DE JEAN-CLAUDE MARCOURT

La radio Mint va-t-elle revenir sur la bande FM ? Voici comment Jean-Claude Marcourt, ministre francophone des Médias, veut renforcer le groupe RTL en contournant le premier avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

PAR MARIE-CÉCILE ROYEN

Le 10 mai dernier, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) rejetait avec force une partie du projet de décret du ministre des Médias, Jean-Claude Marcourt (PS), sur les services de médias audiovisuels (SMA). Le texte donnait un cadre légal à la radio numérique terrestre (DAB+), mais visait aussi à modifier le seuil de concentration autorisée dans le secteur. Ce qui a fait tiquer les « sages » de l'audiovisuel ? Porter de 20 % à 35 % le niveau d'audience à partir duquel un opérateur atteint une « position significative ». Celle-ci est susceptible de déclencher une procédure d'analyse du CSA pouvant aboutir à l'imposition d'éventuels « remèdes ». Conformant aux principes européens de diversité et de concurrence, le dispositif actuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles vise à empêcher qu'un acteur dominant réduise la diversité du paysage audiovisuel et porte atteinte au pluralisme de l'information.

A l'issue de plusieurs mois de discussions, le secteur professionnel représenté au CSA s'est prononcé en faveur du main-

tien de la limite actuelle des 20 %. A l'exception de deux acteurs : Bel RTL (SA Inadi) et Contact (SA Cobelfra) qui, à eux deux, totalisent 29 % des audiences mesurées par le Centre d'information sur les médias (Cim). En y ajoutant la radio Mint, qui a disparu de la bande FM en 2008 mais dont l'audience potentielle est évaluée entre 4 et 5 %, le groupe RTL arriverait tout juste sous la barre des 35 %. Un texte taillé sur mesure pour un groupe dont dépend la visibilité de beaucoup d'acteurs politiques ? La télé rend fou...

La radio pop/rock du groupe RTL Belgique trépigne depuis des années dans le corridor de la bande FM. Lancée en 2007, elle a disparu des ondes, malgré ses 120 000 auditeurs quotidiens, lorsque le CSA a mis un peu d'ordre dans ce qui était devenu une jungle. A l'époque, RTL contrôlait Bel RTL, Contact, Contact+ et, pour moitié, Fun Radio. Déboutée du plan FM 2008, Mint a continué cahin-caha sur Internet, TV et smartphone. En 2016, le programme musical a fait sa réapparition en FM grâce à des partenariats noués avec les radios BXFM (Bruxelles), Must FM (Namur, Luxembourg) et Maximum FM (Liège) qui sont devenues pratiquement des franchisées de RTL via la régie publicitaire IP, qui leur assure un revenu régulier en échange de la substitution d'une grande partie de leur programme par celui de Mint.

Mint doit revenir en FM ! Tel serait l'ordre donné par Elio Di Rupo, patron du PS. En coalition avec le PS au gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le CDH n'était pas très chaud pour « ex-

poser » le seuil de concentration de la bande FM permettant ce retour. Les deux partenaires ont demandé son avis au CSA. Avec le résultat négatif que l'on sait. Comment passer outre en respectant la limite symbolique des 20 % ?

Depuis début 2016, le cabinet Marcourt travaille en catimini à un projet alternatif. Le Vif/L'Express l'a lu. Le tour est magnifique : dans l'article 2 remplaçant l'article 7 de l'ancien décret SMA, le critère d'audience est remplacé par celui d'audience potentielle cumulée. L'argumentaire technique a été fourni par l'avenue GeorGIN, siège de RTL, le 17 mars 2016 sous la forme d'un PowerPoint présentant la « méthode de calcul visant à déterminer l'audience potentielle cumulée de la population desservie par l'ensemble des fréquences publiques et privées en FM analogique de la Communauté française de Belgique ». De fait, ce nouveau mode de calcul doit permettre au groupe luxembourgeois de rafler la mise côté privé, face au monopole de la RTBF côté public.

Autant la mesure de l'audience par le Cim est acceptée par les professionnels du secteur, autant la nouvelle méthodologie risque de les faire hurler. Un spécialiste qui a lu l'avant-projet nous explique : « Chaque réseau a un certain nombre de fréquences et chaque fréquence a une puissance d'émission. On obtient l'audience potentielle cumulée en prenant toutes les fréquences de chaque groupe de médias au regard de leur puissance sur le territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles, et on totalise. » Pour des raisons historiques de service public, la RTBF dispose de 68 %

de toutes les puissances. « Jusqu'à présent, le calcul du seuil de concentration ne prenait en compte que les radios privées, poursuit le spécialiste. Avec ce décret, le secteur public serait inclus dans le calcul, ce qui mettrait le groupe RTL à un seuil d'environ 14-15 % de l'audience potentielle cumulée. » Actuellement, Bel RTL et Contact bénéficient des deux meilleurs réseaux FM, offrant une couverture de quasi 100 % du territoire. A titre de comparaison, la couverture est de 70 à 80 % pour Nostalgie et NRJ, encore plus faible pour Fun et DH Radio.

Une nouvelle idée du pluralisme

Sur le plan conceptuel, le texte élaboré sous la responsabilité du ministre socialiste des Médias donne une nouvelle définition du pluralisme. L'« offre pluraliste », ce n'est plus la « pluralité de médias indépendants et autonomes » mais la « pluralité de services reflétant une diversité la plus large possible d'opi-

nions, d'idées et d'expressions socio-culturelles ». L'analyse économique est diluée : la notion d'« actionnaire commun » disparaît au bénéfice de « la ou les personnes morales concernées » qui peut être une filiale ou tout autre arrangement juridique au sein d'un même groupe. Quant au CSA, il est voué à s'effacer lentement. Dorénavant, quand il remarquera un manque de pluralisme, il « pourra » (mais ne devra pas nécessairement) entamer une « concertation » avec « la ou les personnes morales concernées ».

Politiquement, le dossier est « complexe ». Il n'a pas encore été discuté au gouvernement. Un nouvel avis a été demandé au CSA. Le cabinet Marcourt assure que « rien n'est tranché à ce stade mais que les décisions doivent être prises dans les prochaines semaines. Il n'est pas question de favoriser qui que ce soit mais de s'adapter au marché existant en préservant une diversité. » ♦