

Lettre ouverte à Philippe Delusinne,

CEO de RTL

Nous ne comprenons pas pourquoi vous ne vous positionnez pas publiquement pour la suppression de la publicité et du sponsoring à la RTBF.

Depuis longtemps, il vous aurait été possible de déposer plainte pour concurrence déloyale auprès des instances européennes. Vous trimez pour récolter la manne des annonceurs destinée à financer l'entièreté de votre budget alors que près de 80% des rentrées de votre principal concurrent proviennent de l'argent public.

Cette différence de financement serait logique si le service public proposait des programmes radicalement différents de ceux des chaînes privées. En proposant à des heures et sur des chaînes accessibles au plus vaste public des émissions que vous ne présenterez jamais.

Hélas, ce n'est plus le cas. Depuis 2002, La Une a modifié l'offre de son prime-time: elle a évolué de 2 à 5 soirées par semaine consacrées au divertissement (films, séries, jeux, humour). Finis les premiers rideaux d'après JT de 19h30 pour L'Écran Témoin, Autant Savoir, Cartes sur Table, Strip-Tease, Faits Divers, etc. Elle est passée de 5 à 2 soirées de ce type: Questions à la Une (le mercredi) et le Jardin Extraordinaire (le dimanche).

Bien entendu, ces rapprochements inopportuns de votre terrain de chasse peuvent être en lien avec la recherche de publicités à tout prix, qui a petit à petit envahi les «cerveaux disponibles»

de la majorité des managers et des administrateurs de la RTBF.

Force est de reconnaître que votre directeur général Stéphane Rosenblatt émet, en date du 17 juin dernier, un avis très juste sur l'évolution de la RTBF:

«(...) La RTBF a déplacé tout ce qui pouvait apparaître comme culturel ou ciblé par rapport à ses missions vers La Trois. La Deux est devenue une chaîne commerciale. En tout cas, elle ne diffuse rien qu'une chaîne privée ne puisse diffuser. Pour La Une, que ce soit en termes de fiction, divertissement, télé-réalité et magazines, je ne vois rien qui ait une spécificité 'service public'. Les fictions de la RTBF sont de plus en plus celles de TF1, première chaîne commerciale d'Europe. La seule spécificité de la RTBF est de les diffuser deux jours ou une semaine avant (...).»

Votre absence de soutien public jusqu'à présent à ceux qui réclament la suppression de la publicité à la RTBF pouvait se comprendre par votre respect du pluralisme du paysage audiovisuel belge (même si votre société est établie au Grand-Duché du Luxembourg).

Aujourd'hui, tout évolue à propos de cette thématique, même le PS. Dans son «Chantier des idées», il vient de publier, ce 21 août 2017, trois positions concernant la publicité à la RTBF dont une qui prône sa suppression, ce qui est nouveau au sein de ce parti: *«(...) La publicité est à ce point nuisible à l'offre de service public qu'elle doit être supprimée(...).»*

Il y a urgence, Monsieur Delusinne.

Vous devez restreindre la catastrophe en termes d'emploi qui s'an-

nonce pour RTL non seulement à cause de l'entrée de TF1 sur le marché publicitaire belge mais aussi à la suite du récent recul de 5% de vos rentrées publicitaires annuelles. Exprimez-vous donc publiquement pour soutenir la suppression de la publicité et du sponsoring à la RTBF et tout le monde sera doublement gagnant.

Celle-ci pourra enfin retrouver l'essence de ses missions. Il faudra aussi proposer un grand lifting pour son tout prochain contrat de gestion: faire évoluer la composition de son CA, préciser drastiquement la concrétisation de ses missions prioritaires, réduire le salaire de ses hauts dirigeants, etc.

Pour RTL, un afflux de publicités «made in... RTBF» permettra de limiter les pertes d'emplois.

Enfin, RTL, en meilleure situation financière, ne sera plus obligé de sacrifier l'un de ses fondamentaux, à savoir son image familiale à laquelle elle tient tant depuis si longtemps et qu'elle vient d'abandonner à cause de l'arrivée de TF1 sur notre marché publicitaire: la provocation, le sexe et le trash.

LE COLLECTIF

«LA RTBF NOUS APPARTIENT»

Nous ne comprenons pas pourquoi vous ne vous positionnez pas publiquement pour la suppression de la publicité et du sponsoring à la RTBF.