

Jean-Paul Philippot, RTBF

«On peut bien faire un peu de gonflette...»

LES PHRASES CLÉS

«Nos instances de contrôle ont souligné le caractère remarquable de notre situation financière.»

«Le risque TF1 est toujours bien là. Je maintiens donc ma demande d'un mécanisme de compensation financière dans le contrat de gestion.»

«La seule solution à la pénurie de fréquences FM, c'est de lancer le plus vite possible le DAB+.»

INTERVIEW

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

La RTBF a récemment publié son rapport annuel 2017. Il confirme l'amélioration de sa santé financière, hors la plus-value exceptionnelle de 54,6 millions sur la vente à la Région des terrains de Reyers (L'Echo du 29 mai). L'occasion de revenir sur l'orthodoxie financière défendue par l'administrateur général Jean-Paul Philippot alors que se profile le nouveau contrat de gestion de la RTBF.

On suppose que les résultats vous satisfont...

Oui. Nos instances de contrôle, que ce soit le conseil d'administration, notre réviseur ou la Cour des comptes, ont souligné le caractère remarquable de notre situation financière et bilantaire. On a atteint un ebitda record de près de 27 millions et, pour la première fois, nos fonds propres sont positifs. Tout cela alors que nous avons produit davantage que l'année précédente. Nous avons en outre dégagé un solde de

financement positif de 16 millions selon les normes comptables européennes, soit 10 de plus que ce que nous impose le contrat de gestion et supérieur à la hausse de notre dotation de responsabilisation (la RTBF voit sa dotation augmenter quand elle atteint l'équilibre financier, NDLR). On peut donc faire un peu de gonflette (rires).

Que vous permet cet appel d'air?

De boucler le financement de notre nouveau siège, qui représente un investissement de 150 millions. Outre la vente des terrains, il y a la réduction de notre endettement. En 2010, la RTBF avait encore 106 millions de dettes en raison des investissements prévus par le plan Magellan. Aujourd'hui, ces investissements et les économies réalisées en parallèle nous permettent de dégager de l'ebitda et, donc, de réduire notre endettement, tombé à 37 millions. Cela va nous permettre d'à nouveau solliciter le marché, mais largement en dessous des plafonds d'endettement de 125 millions garantis par la Fédération. Et puis, quand on a un ebitda positif, on peut dégager des capacités d'autofinancement.

Pourrez-vous garder cette ligne en 2018, sachant que le marché publicitaire recule et que vous aurez de gros frais de production?

Nos coûts de grille vont augmenter, notamment avec la couverture de la Coupe du monde. Pour l'instant, on reste dans les clous, bien que le marché publicitaire ne soit pas à la hausse, pour le dire avec diplomatie. Notre plan stratégique «Vision 2022» prend d'ailleurs en compte l'hypothèse d'une érosion structurelle du marché publicitaire traditionnel.

Précisément, où en est-on dans la réorganisation de vos équipes prévues par ce plan (qui prévoit l'or-

ganisation de la RTBF en deux pôles: contenus et médias)?

Il y a au total 150 postes de cadre à pourvoir et les ¼ de ces gens ont dû repostuler. Au niveau n-1, seule une case est encore vide, celle de data manager, tout comme au niveau n-2. Au niveau n-3, n-4, par contre, il y a encore 60 postes à pourvoir. Le but est que le nouveau modèle fonctionnelle le 1^{er} septembre.

Quand on voit ce nouvel organigramme de l'extérieur avec une cinquantaine de «chefs», n'a-t-il pas un petit côté armée mexicaine comme le déplorent certains?

Dès que l'on parle de service public, on parle d'armée mexicaine et quand c'est la RTBF, c'est kafkaïen. J'entends ça depuis que je suis arrivé en 2002. Bullshit! Une armée mexicaine, cela veut dire un taux d'encadrement excessif. Or, chez nous, il est de 9% et inférieur à celui des autres entreprises. Je comprends d'autant moins cette remarque que nous avons des résultats économiques. Notre entreprise est très saine financièrement. Notre audience ne cesse de croître. Si on fait un benchmark des services publics européens, la RTBF est n°2 en radio et n°4 en TV.

Côté syndical, d'aucuns déplorent un manque de transparence et affirment que, dans le cadre de la réorganisation, les managers ont revu leur contrat à la hausse...

Mais non! Il est fini le temps où des directeurs gagnaient plus que l'administrateur général. Et si les gens sont nommés à des fonctions dans lesquelles ils ont plus de responsabilités, il est normal qu'ils soient mieux payés. On agit dans le cadre des barèmes de la fonction publique. Toute exception éventuelle passe par le comité de rémunération où l'on trouve le président et vice-présidents du CA et les commissaires du gouvernement. Il n'y a pas d'opacité.

Pourquoi ne pas avoir lié cette nouvelle organisation au futur contrat de gestion toujours en cours de négociation?

Car ce sont deux choses différentes. Nous évoluons dans un cadre légal qui définit les termes de notre indépendance. Le contrat de gestion définit nos missions de service public. Et le CSA vérifie si nous les remplissons. Mais la façon de remplir ces missions relève de cette indépendance. C'est pour cela que les deux ne sont pas couplés. Nos décisions sont avalisées par le conseil d'administration au sein duquel siègent

deux commissaires du gouvernement qui peuvent déposer un veto si nécessaire.

Dans le cadre de la négociation de ce contrat, beaucoup dénoncent la course à l'audience de la RTBF...

Mais nous devons faire de l'audience! L'article 3 du décret RTBF nous impose de nous adresser à toutes et à tous. C'est pourquoi on regarde moins la part de marché, qui est la répartition de l'audience entre les différentes chaînes que le total des citoyens que l'on touche. Il y a dix ans, en radio, on touchait moins

de 1,1 million de Belges francophones par jour, aujourd'hui on en est à 1,3 million. Il y a dix ans, on touchait 2,121 millions de Belges en télévision, aujourd'hui à peine 20.000 de moins dans un paysage bouleversé où nous faisons largement mieux que la moyenne européenne. Sur Internet, on est passé en quatre ans de 263.000 à 362.000 visiteurs uniques et, depuis 2016, quand nous avons lancé Auvio, de 75.000 à 124.000 contenus vidéo et audio. Hélas, le CIM est incapable de fournir un outil permettant de déduplicer ces audiences. Or il est probable que

les 20.000 téléspectateurs perdus se retrouvent sur le web.

Quand espérez-vous voir aboutir ce nouveau contrat de gestion alors que des échéances électorales arrivent?

Je négocie avec le gouvernement et je garde les commentaires pour moi. Je constate que le pivot de l'été est déterminant eu égard au calendrier de l'automne. Et il n'y a pas de reconduction possible du contrat actuel qui a déjà été prolongé d'un an jusqu'au 31 décembre 2018.

Malgré les critiques, maintenez-vous votre demande de compensation financière pour pallier le manque à gagner dû à l'arrivée de TF1 sur le marché pub? TF1 n'est pourtant pas l'ouragan annoncé?

TF1 n'est peut-être pas un ouragan, mais c'est la fonte des glaces et la montée des mers. Cela se fait centimètre par centimètre. Le risque est toujours bien là. Je reste donc demandeur de pareil mécanisme.

Ce mercredi, le Parlement de la Fédération va examiner le nouveau décret Services médias audiovisuels. Le cdH suggère de soumettre les radios de la RTBF au profil plus «commercial», comme VivaCité, à l'appel d'offres pour l'attribution des fréquences FM comme pour les radios privées. Une réaction?

C'est quoi, les radios commerciales de la RTBF? On a un cahier des charges, on est contrôlé par le CSA. VivaCité, c'est 3 heures de décrochages régionaux tous les matins. On est les seuls à le faire. Nous sommes concurrents, c'est vrai, mais aujourd'hui, l'ennemi des radios, c'est Spotify. La seule solution à la pénurie de fréquences FM, c'est de lancer le plus vite possible le DAB+. Cela résoudra tout car on aura deux fois plus de chaînes. Nous sommes prêts.