

# RTBF : davantage de sous, moins de pub

■ Telles sont, en résumé, les grandes lignes du contrat de gestion liant Reyers et la Communauté française de 2019 à 2022.

Le gouvernement de la Communauté française (ou Fédération Wallonie-Bruxelles) a approuvé mercredi le nouveau contrat de gestion de la RTBF pour la période 2019-2022. Après un an de débats houleux, le document qui fixe les engagements de chacun pour les quatre années à venir est signé. Le texte doit cependant encore être examiné par le CA de la RTBF. Le gouvernement validera définitivement le texte après l'analyse des éventuels amendements transmis par la RTBF. Le texte définitif entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2019.

D'ici deux ans, le plafond publicitaire à la RTBF sera ramené à 25 %, contre 30 % aujourd'hui.

L'un des points d'achoppement du nouveau contrat de gestion était, bien sûr, le montant de la dotation accordée à la RTBF qui entendait obtenir une compensation à la suite de l'entrée de TF1 sur le marché publicitaire belge. Jean-Paul Philippot, l'administrateur général de la RTBF, a finalement obtenu gain de cause puisque la dotation augmente de 1,25 % en 2019 et en 2020 (soit environ 3 millions d'euros). Une somme qui devra permettre une stabilisation des effectifs de la RTBF et une diminution de la pression publicitaire sur les programmes. Le nouveau contrat de gestion prévoit en effet une baisse du plafond publicitaire de 30 % à 25 % en deux ans. La perte de revenus liée à cette diminution publicitaire sera supportée pour moitié par la RTBF.

Le projet de contrat impose également des *"exigences fortes en termes de fiabilité de l'information sur tous les supports et de lutte active contre les intox ou fake news"*. Le projet intègre des objectifs ambitieux en termes de productions propres, soit plus de 10 % en télévision et en radio. Et la production de 4 séries belges par an d'ici 2020. Confirmée en tant que *"média de service public global avec une présence en TV, radio, sur Internet et les réseaux sociaux, en adéquation avec son nouveau plan stratégique Vision 2022"*, la RTBF devra en outre renforcer sa proximité avec ses publics. Le contrat prévoit une meilleure accessibilité pour les personnes sourdes et malentendantes et davantage de programmes en VO sous-titrée.