

« La qualité des projets sera plus importante que jamais »

FRÉQUENCES Karim Ibourki, président du CSA, se prépare à la redéfinition du paysage radio

Karim Ibourki

Âgé de 48 ans, Karim Ibourki a étudié le droit, le journalisme et les sciences politiques. Photojournaliste pendant quatre ans, il rejoint le PS en 2000. Il est d'abord attaché parlementaire au Sénat puis porte-parole et chef de cabinet de Rudy Demotte. Entre 2015 et 2017, il est le porte-parole du PS. Il succède à Dominique Vosters à la tête du CSA en novembre 2017.

- L'appel d'offres pour les fréquences aura lieu début 2019.
- Les critères de choix ont été modifiés.
- Le conflit de compétence entre RTL et le CSA est devant le Conseil d'Etat.

Plan de fréquences oblige, le régulateur de l'audiovisuel, le CSA, va être placé sous les feux de la rampe l'année prochaine. Début janvier, l'appel d'offres pour les candidats aux fréquences radio FM et DAB+ (radio numérique) va être lancé. Sur la base des dossiers qui lui auront été adressés, le CSA aura alors la délicate tâche de désigner ceux qui obtiendront les précieuses fréquences. Karim Ibourki, président du CSA, balise les enjeux autour de ce dossier et évoque les autres grands chantiers de l'institution

Avez-vous des précisions sur la date de lancement de l'appel d'offres ?

L'arrêté est soumis à consultation publique jusqu'au 21 décembre. Ensuite, dès publication au Moniteur, la procédure commence. Les candidats auront deux mois pour déposer leur dossier et nous, quatre mois pour désigner les lauréats. On devrait avoir un nouveau plan de fréquences pour cet été. Le secteur attend ce moment depuis longtemps et je pense que tout le monde est dans les starting-blocks.

Il n'y aura pas de la place pour tout le monde en FM. Quels sont les critères qui vont guider vos choix ?

Ils sont très nombreux. Pour résumer, on va regarder la qualité du projet – d'un point de vue économique (solidité financière, création d'emplois...) et éditorial – et la diversité qu'il apporte au paysage radio. Notre mission est de veiller à ce que l'auditeur ait le choix le plus diversifié et le plus qualitatif possible.

En modifiant le décret sur les services médias audiovisuels (SMA), le gouvernement a renoncé à défendre le pluralisme structurel (une pluralité de médias autonomes et indépendants) au profit d'un pluralisme de services (une poignée d'éditeurs peuvent assurer toute l'offre). Certains craignent une concentration du secteur radio. Allez-vous pouvoir jouer votre rôle de gardien du pluralisme dans ces conditions ?

Comme vous le savez, le collège d'avis du CSA (NDLR : représentant tout le secteur) n'était pas favorable à cette modification. On l'a dit. Il y a eu ensuite une décision en gouvernement et un vote au Parlement. Aujourd'hui, ce débat est clos. Dans le cadre de ce nouveau décret, on va donc se concentrer sur la qualité des projets. Celle-ci sera plus importante que jamais. Tous les acteurs seront sur la même ligne de départ.

J'ajoute qu'un contrôle sur la position significative d'un acteur sera toujours possible.

Ne craignez-vous pas une concentration du secteur ?

En matière de pluralisme, je suis beaucoup plus préoccupé par les algorithmes de Facebook et de Google pour lesquels il n'y a aucune transparence. Ces algorithmes décident de ce qui va s'afficher ou pas dans mon fil d'actualité. Quand on sait que le premier canal d'information des jeunes est internet, on se rend compte qu'on est ici face à un enjeu crucial pour nos démocraties. Ne faudrait-il pas créer un droit au pluralisme en matière de réseaux sociaux, d'agrégateurs ? A cet enjeu démocratique se greffe un enjeu économique puisque ces acteurs sont basés aux Etats-Unis et qu'il y a un énorme transfert de valeur vers ceux-ci au détriment des acteurs locaux.

La particularité de cet appel d'offres est d'être double puisqu'il s'agit aussi d'attribuer les fréquences pour la radio numérique (DAB+) où il y a beaucoup plus de place que sur la FM. Cette radio numérique sera-t-elle un simple copier-coller de ce qui existe en FM ou pensez-vous qu'il y aura de nouveaux services susceptibles de convaincre des auditeurs de s'équiper d'une radio DAB+ ?

Je crois qu'il y aura de nouveaux services. On verra. C'est en tout cas mon souhait. Ce n'est pas le seul élément d'attractivité du DAB+ : il y a aussi la qualité du son – bien supérieure –, la possibilité pour les éditeurs d'envoyer des métadonnées (info-traffic, titre des chansons, etc.)... Si à l'issue de l'appel d'offres il reste des places vacantes en DAB+, on pourrait envisager un second appel d'offres plus tard pour faire entrer de nouveaux projets.

Le passage au numérique, c'est important pour le média radio ?

Oui. Le DAB+ est l'outil qui lui permettra de conserver son attractivité et son indépendance. Celle-ci n'est pas garantie avec internet puisqu'on est toujours tributaire d'un fournisseur de services.

Comment réussir ce lancement ?

Pour que la sauce prenne et que les ménages s'équipent en récepteurs DAB+, il est impératif que tout le monde joue le jeu et coordonne ses efforts : les distributeurs de produits hi-fi (pour proposer des récepteurs DAB+), les constructeurs automobiles (pour équiper les voitures en radio DAB+), le monde politique (financement) et les opérateurs radio eux-mêmes qui doivent communiquer autour du DAB+ et venir avec des services complémentaires et attractifs. Il faudra se laisser du temps. On ne pourra tirer un bilan de ce lancement que dans trois, quatre, cinq ans.

Depuis des années, on assiste à un

bras de fer juridique entre le CSA et RTL. Le premier estime que RTL tombe dans son champ de compétences alors que le second prétend ne devoir rendre des comptes qu'au régulateur luxembourgeois. L'adoption de la nouvelle directive SMA qui précise ce qu'il faut

entendre par « le lieu des décisions éditoriales » n'a visiblement rien changé à la situation. Chacun campe sur ses positions...

Nous verrons... Je n'ai en tout cas pas vu dans la nouvelle directive quelque chose qui contredirait notre interprétation des faits.

Depuis 2017, le CSA a décidé de traiter à nouveau les plaintes concernant RTL et de ne plus les transmettre au régulateur luxembourgeois. Fin juin, vous avez sanctionné RTL dans deux dossiers de plainte. Où en est-on aujourd'hui ?

RTL a introduit un recours au Conseil d'Etat pour contester cette décision. La

procédure est en cours. Tout le monde espère qu'on obtiendra enfin de la clarté dans ce dossier en ce qui concerne l'application de la législation actuellement en vigueur (NDLR : la nouvelle directive n'est pas encore transposée en droit belge).

Ce 1^{er} janvier entre en vigueur un règlement du collège d'avis du CSA qui renforce l'accessibilité des programmes télévisés aux personnes souffrant de déficiences sensorielles (vue, ouïe). Qu'est-ce qui va changer ?

Aujourd'hui, nous figurons parmi les plus mauvais élèves de la classe européenne en matière d'accessibilité alors que 15 à 20 % de la population pré-

sentent des problèmes de déficiences sensorielles. Une telle situation, ce n'était plus possible. Il y a eu un sur-saut de l'ensemble des éditeurs qui a permis d'adopter ce règlement. Tout va changer graduellement à partir du 1^{er} janvier. Dans cinq ans, les chaînes publiques devront afficher 95 % de programmes sous-titrés et 25 % de programmes audiodécrits (pour la fiction et le documentaire). Les privés, 75 % de programmes sous-titrés et 20 % d'audiodescription. La moitié de l'obligation devra être satisfaite dans les trois ans. La totalité de cette loi dans cinq ans. Je suis très fier de cette avancée. ■

**Propos recueillis par
JEAN-FRANÇOIS MUNSTER**

parité « Il faudrait autant d'expertes que d'experts à l'antenne »

Le CSA devient le 1^{er} janvier vice-président de l'Erga, la coupole européenne des régulateurs audiovisuels. Quelles seront vos priorités ?

On va travailler sur les questions d'interprétation qui vont se poser à propos de la nouvelle directive SMA (adoptée en novembre). On va aussi présider un groupe de travail sur parité dont la tâche principale sera de rédiger d'ici à la fin 2019 un guide des bonnes pratiques qui servira de référence pour tous les Etats membres. En Belgique, on a eu la chance d'avoir, en 2016, une révision décrétole qui nous permet de sanctionner un SMA

qui porte atteinte au principe de l'égalité homme/femme. C'est sur cette base que nous avons pu sanctionner la diffusion d'une pub Lidl. Je compte bien faire la publicité de cette disposition au niveau européen et m'inspirer de ce qui se fait ailleurs.

La représentation de la femme dans les publicités pose souvent problème. Que comptez-vous faire à ce sujet ?

Nous avons noué des contacts positifs avec l'Union belge des annonceurs (UBA). Nous avons des réunions de travail avec eux. C'est tout un secteur qu'il faut conscientiser (agences créatives, responsables marketing...)

à commencer par les marques qui sont les donneurs d'ordre. C'est d'elles que doit venir l'impulsion. J'espère pouvoir venir avec des avancées concrètes dans les semaines ou mois à venir.

Votre dernier baromètre sur

l'état de la diversité dans les médias montre que la place des femmes à l'écran ne s'est guère améliorée. Il y a encore beaucoup de progrès à faire...

C'est vrai. On n'a pas constaté de changement majeur. C'est pourquoi il faut maintenant passer aux actions concrètes, agir au niveau des processus. Quand on réalise le casting d'une série par

exemple, il faudrait systématiquement se poser la question : qui a les rôles principaux ? La femme est-elle juste le faire-valoir du héros ? Je suis aussi assez séduit par l'idée de Delphine Ernotte (NDLR : présidente de France Télévisions) qui veut que sur France 2, le nombre d'expertes interviewées soit égal au nombre d'experts. Chez nous aussi, on pourrait fixer dans un décret, dans le contrat de gestion de la RTBF ou encore dans un règlement du collège d'avis du CSA des objectifs afin que la parole experte soit paritaire. C'est tout à fait réalisable. ■

**Propos recueillis par
J.-F.M.**