

Vendredi 13 (!) octobre 2006



COMMUNAUTÉ FRANÇAISE DE BELGIQUE
W A L L O N I E | B R U X E L L E S

CONFÉRENCE DE PRESSE

Contrat de gestion 2007-2011

**Des moyens adaptés
pour des ambitions
de service public
renforcées**

Fadila LAANAN, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel
et de la Jeunesse de la Communauté française

Contact:

Pascal Sac

Porte-parole

Cabinet de Fadila LAANAN, ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse
de la Communauté française

Place Surllet de Chokier, 15-17 - 1000 Bruxelles

Tél. : 02/213.17.48 – Gsm : 0477/252.285 – E-mail : pascal.sac@cfwb.be

1. Préambule – Rétroactes et procédures

L'adoption du Contrat de gestion de la RTBF par le gouvernement de la Communauté française, ce vendredi 13 octobre 2006, résulte d'une procédure dont les rétroactes ont été les suivants.

a) De janvier à septembre 2005, les consultations et les débats organisés dans le cadre des Etats Généraux de la Culture que j'ai initiés ont permis d'identifier les lignes de force des attentes, voire des revendications, des secteurs culturels privés et publics au sujet de la radio-télévision de service public en Communauté française.

b) En octobre 2005, sur base notamment des vœux ainsi exprimés, j'ai élaboré la note « Éléments constitutifs du contrat de gestion 2007-2011 ». Elle a été validée par le Gouvernement de la Communauté française, puis adressée à son Parlement. Cette transmission a enclenché le délai de consultation parlementaire de 6 mois, prévu par le décret sur la RTBF.

c) De novembre 2005 à avril 2006, le Parlement de la Communauté française a procédé à la consultation de tous les milieux intéressés par le Contrat de gestion de la RTBF. Nonobstant le travail important effectué lors de ces auditions, les groupes politiques du Parlement ne se sont pas entendus sur des conclusions unanimes. Le Parlement n'a donc pas pu procéder à la transmission officielle de recommandations au Gouvernement. Mais cela ne m'a toutefois pas empêchée de prendre connaissance, puis de tenir compte, des avis des diverses parties en présence.

d) En juillet 2006, comme suite à la clôture de la procédure parlementaire, la RTBF m'a transmis un projet de Contrat de gestion.

e) De juillet 2006 à octobre 2006, mon cabinet a négocié les termes du Contrat de gestion avec la RTBF. Des discussions approfondies ont eu lieu sur de nombreux sujets, pour aboutir à un nouveau texte, fruit d'une confrontation constructive entre deux logiques : celle de la RTBF, entreprise publique culturelle autonome qui revendique un maximum de flexibilité de gestion ; et celle du gouvernement, garant des intérêts des citoyens et de la traduction en missions concrètes de la dotation accordée au radiodiffuseur de service public. Ce nouveau texte a été soumis à l'avis de la Commission paritaire et à l'approbation du Conseil d'administration de la RTBF.

Par ailleurs, pendant la même période, j'ai reçu et écouté les différents groupes de pression qui se sont manifestés. J'y reviendrai plus loin.

Aujourd'hui, au terme de douze mois de gestation et de plus de 20 versions successives, je suis heureuse de vous présenter le Contrat de gestion 2007-2011 de la RTBF.

2. Le contexte

A. L'enjeu

L'enjeu de ce Contrat de gestion, c'est de mettre la RTBF en position d'assumer au mieux sa spécificité de service public, dans un paysage audiovisuel de plus en plus concurrentiel, où la diversité culturelle est de plus en plus menacée par la standardisation, la banalisation commerciale.

Mon objectif, que je crois atteint, était que ce texte place la RTBF en situation de remplir au mieux les missions de service public que la Communauté française lui impose. Ces missions n'étaient déjà pas minces dans le Contrat de gestion précédent et vous allez voir qu'elles sont encore renforcées. Ceci en valorisant la qualité du service public en général, et du personnel de talent qui fait vivre la RTBF en particulier.

B. Le poids des mots

Les missions de la RTBF se déclinent désormais en 18.000 mots et 46 pages alors que dans l'ancien Contrat de gestion, elles étaient circonscrites en 8.300 mots et 20 pages. Ce « doublement » du volume du document s'inscrit, en outre, dans le cadre d'une présentation nouvelle, axée sur la **transparence et la lisibilité du texte**.

Le nouveau Contrat de gestion de la RTBF n'est pas un carcan, mais il ambitionne d'être une « **boîte à outils** » **dynamique et évolutive**.

A cet égard, une place importante a été réservée à l'**ouverture** et à la **participation**.

L'ouverture, parce que la RTBF relève d'un paysage, celui de l'audiovisuel européen, qui est en pleine mutation, dont tous les enjeux ne peuvent être identifiés à l'avance et auquel elle doit pouvoir s'adapter au fil des évolutions.

La participation, parce que la radio-télévision de service public est l'affaire de tous et parce que la mise en adéquation de ce service public avec les attentes du citoyen ne peut s'opérer que dans le cadre de dialogues.

C. Le choc des idées

La passion qui a entouré les débats qui se sont tenus autour de la négociation du Contrat de gestion de la RTBF est à l'image des enjeux qu'il comporte.

Des versions intermédiaires, souvent mal comprises, ont suscité des critiques en des termes parfois excessifs. J'ai évité de réagir à ces travers caricaturaux, car un dossier aussi important et complexe que l'évolution et l'avenir de notre radio-télévision de service public réclame de l'objectivité, de la précision, de la nuance, de la sérénité.

Ceux qui se sont exprimés défendaient généralement, et c'est tout à fait compréhensible, des intérêts particuliers. Ma tâche à moi, comme ministre, consiste à veiller à l'intérêt général, en trouvant un juste équilibre entre des prises de position parfois antinomiques. Un exemple : il n'est pas possible de priver la RTBF de toute recette publicitaire, tout en lui imposant trois fois plus de missions de service public. C'est là le genre d'avis inconciliables que j'ai dû arbitrer. Dans tout le processus, je me suis efforcée d'être la garante de la stabilité, de la sécurité, de l'équilibre et de l'équité de toutes les composantes de notre paysage audiovisuel. Et l'approbation, ce matin, de ce nouveau Contrat de gestion par le gouvernement de la Communauté française me fait penser que j'y suis parvenue.

3. Les grands objectifs du Contrat de gestion

Le contrat de gestion 2007-2011 de la RTBF a été élaboré en fonction des principaux objectifs suivants. Je reviendrai plus en détail par la suite sur les moyens prévus pour les atteindre.

A. Faire bouillonner la culture

La Communauté française est une extraordinaire pépinière de talents. Il appartient à la RTBF de contribuer à l'éclosion et à la mise en valeur de ces talents. Dans cette perspective, des moyens substantiels sont investis dans **l'aide à la création**, dont la production audiovisuelle indépendante.

Parallèlement à cette démarche, les équipes internes de la RTBF restent investies de missions propres en matière de création, missions qui sont reprises dans le contrat. Outre un stimulant direct à la création, le rôle pivot de la RTBF en matière de **promotion de la création** locale, se trouve renforcé. Le lancement récent du projet ARTE Belgique en est une des applications.

B. Rencontrer le public

La Communauté française est l'une des pionnières de la lutte pour la diversité culturelle. Il fallait donc que la RTBF lui emboîte le pas dans cette direction. Le nouveau Contrat de gestion fait la part belle à cette nécessité de **rassembler les publics les plus larges**. Il ne s'agit pas uniquement de programmer la diversité, mais aussi de l'évaluer. Le nouveau Contrat de gestion comporte un certain nombre de dispositifs d'évaluation quantitative et qualitative qui permettront **d'établir le degré de satisfaction** des publics au fil des saisons.

C. Amorcer le virage numérique

À la croisée des chemins entre les médias « traditionnels » (télévision et radio) et l'univers du numérique, il s'agit de doter la RTBF de **tous les moyens utiles pour rester dans la danse** et pour s'adapter sans cesse à de nouveaux environnements audiovisuels. Qu'il s'agisse du basculement vers la radiodiffusion et la télévision numériques ou du développement de l'offre non-linéaire, il était hors de question – compte tenu de sa mission – que la RTBF reste à la traîne. Grâce au nouveau Contrat de gestion, elle dispose maintenant des outils utiles pour relever le défi. Ceci sans que ce contrat ne fige le paysage de la transition numérique au seul profit de la RTBF. Le jeu reste ouvert, conformément aux recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA).

D. Évoluer, mesurer la performance, suivre la gestion

Les enjeux auxquels est confrontée la RTBF se présentent devant elle au jour le jour. C'est donc aussi au jour le jour qu'il faut recalculer les trajectoires et – au besoin – tourner le gouvernail. La réglementation actuelle repose principalement sur des mécanismes de contrôle a posteriori, dont la mise en œuvre peut déboucher sur des sanctions. Ces mécanismes doivent évidemment être maintenus, mais ils seront désormais complétés par des processus d'accompagnement/observation destinés à **prévenir plutôt qu'à guérir**. En application du nouveau Contrat de gestion, la RTBF fournira au gouvernement des tableaux de bord périodiques destinés à mettre en lumière les éléments essentiels de performance et de gestion de l'entreprise.

4. Les principales nouveautés concrètes

Par-delà les axes politiques généraux et les objectifs globaux du nouveau Contrat de gestion 2007-2011 de la RTBF, les principales nouveautés sur lesquelles je voudrais insister sont les suivantes.

A. Structure clarifiée et axée sur public, résultats, diversité culturelle

- La structure du Contrat de gestion a été modifiée, pour **plus de lisibilité**. Elle est également beaucoup plus adaptée à notre environnement audiovisuel.

- Cette structure est désormais **davantage axée sur des obligations de résultat que sur des obligations de moyen**. La philosophie est donc fondamentalement nouvelle.

- Le nouveau Contrat de gestion **affirme la RTBF comme outil d'une nouvelle politique culturelle**. Suite aux Etats Généraux de la Culture que j'ai organisés, le

gouvernement de la Communauté française a redéfini une politique culturelle avec pour objectif **l'émancipation de tous**. Ce principe implique des missions visant à garantir la diversité et l'accessibilité de la culture. **La RTBF doit devenir le vecteur de cette ambition.**

- Par ailleurs, le nouveau Contrat de gestion **replace les publics au centre** des missions de la RTBF. Celle-ci doit développer une offre généraliste pour l'ensemble du public, un véritable « service au public », mais aussi viser à toucher des publics les plus larges possibles, par le biais d'émissions ou de services plus spécifiques (je reviendrai plus loin sur le sous-titrage pour les personnes sourdes).

B. Des missions spécifiques de service public précisées et élargies

Comme je l'avais annoncé, compte tenu des moyens importants qui lui sont alloués par la Communauté française, j'ai veillé à ce que le nouveau Contrat de gestion de la RTBF comporte des missions spécifiques de service public à la fois précisées et élargies en matière d'information, de culture, de divertissement, d'éducation permanente, d'éducation aux médias...

Y figurent donc des dispositions qui prévoient : une émission télévisée de variétés grand public une fois par mois ; la mise en exergue des talents de la Communauté française ; une émission télévisée hebdomadaire d'investigation, d'enquête et de reportage ; davantage de débats sociétaux et politiques ; les obligations de la RTBF dans le cadre d'ARTE Belgique ; des programmes réguliers sur l'éducation, la formation, l'information des consommateurs, la sensibilisation à l'environnement, l'engagement citoyen ; une émission sur les manifestations des milieux associatifs ; des séquences spécifiques d'éducation aux médias et à la publicité destinées aux jeunes...

C. Des objectifs d'audience

Certains ont présenté de façon caricaturale les objectifs d'audience prévus dans le nouveau Contrat de gestion (voir encadré ci-dessous). Il ne s'agit évidemment pas pour la RTBF de se lancer dans une course aveugle à l'audimat.

Les objectifs d'audience qui sont fixés à la RTBF visent à optimiser l'impact de la programmation de la RTBF auprès de ses différents publics. C'est le Conseil d'administration qui fixe des objectifs d'audience à atteindre pour l'année à venir. Ces objectifs d'audience relèvent des missions de service public en matière de culture, d'information, d'éducation permanente, etc.

Rappelons qu'une radio-télévision généraliste de service public trouve sa légitimité dans son public. Il faut donc s'assurer que la RTBF touche régulièrement les publics intéressés.

Ces objectifs d'audience sont fixés en tenant compte notamment :

- des résultats de l'année précédente ;

- des évolutions technologiques (transition linéaire/non-linéaire et développement numérique) ;
- des évolutions qui surviendraient dans la configuration du paysage audiovisuel de la Communauté française ;
- du résultat des études qualitatives et des sondages effectués directement ou indirectement par la RTBF auprès de ses publics.

En outre, le nouveau Contrat de gestion rappelle que les recettes publicitaires ne sont qu'un complément pour la RTBF, qui lui permet de faire face à l'augmentation d'une série de coûts, pour continuer à assurer ses missions de service public. Et donc qu'elles ne constituent certainement pas une fin en soi.

Objectifs d'audience

Article 64.2

En particulier, dans le cadre de ses missions de service public, la RTBF cherche à atteindre au sein de la population de la Communauté française,

a) en télévision, pour les catégories de programmes suivants, sur base hebdomadaire, chaque téléspectateur ayant regardé un programme durant au moins 15 minutes (ou l'ensemble du programme si celui-ci fait moins de 15 minutes) parmi les téléspectateurs de la Communauté française ayant regardé la télévision, étant comptabilisé :

1. programmes d'information : au moins 50 % de la population des 4 ans et plus ;
2. programmes culturels : au moins 25 % de la population des 4 ans et plus ;
3. programmes de fiction : au moins 45 % de la population des 4 ans et plus ;
4. programmes d'éducation permanente : au moins 20 % de la population des 4 ans et plus ;
5. programmes de divertissement : au moins 15 % de la population des 4 ans et plus ;
6. programmes sportifs : au moins 25 % de la population des 4 ans et plus ;
7. programmes spécifiquement destinés aux enfants : au moins 15 % de la population des 4–12 ans ;

b) en radio, au moins 20 % de la population des 12 ans et plus, dans les programmes d'information du matin de ses chaînes généralistes.

D. Publicité encadrée, budget augmenté

Il n'y aura pas plus de publicité qu'avant à la RTBF, en termes de volume horaire (voir encadré ci-dessous), ni pour les téléspectateurs, ni pour les auditeurs, car j'ai voulu continuer à les « protéger », en encadrant toujours strictement la présence publicitaire sur ses antennes.

Limites pour la publicité

Article 54.1

Pour ses services de médias audiovisuels linéaires de radio et de télévision, sans préjudice des dispositions décrétales, la RTBF doit respecter les règles particulières suivantes:

- a) la communication publicitaire doit respecter les codes d'éthique énoncés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ;
- b) il ne peut être fait appel, pour la partie sonore ou visuelle d'un message de publicité commerciale, aux journalistes engagés par la RTBF en qualité d'agents statutaires ou contractuels, ni aux animateurs, sauf, en ce qui concerne ceux-ci, dérogation accordée par l'administrateur général;
- c) la durée du temps de transmission consacré à la publicité à l'intérieur d'une période donnée d'une heure d'horloge ne doit pas dépasser 12 minutes.

Par ailleurs, les films sont toujours préservés: ils ne seront pas interrompus par de la publicité.

L'interdiction de diffuser de la publicité autour des émissions pour enfants – la **règle dite « des cinq minutes »** - sera maintenue. J'avais envisagé de la supprimer, mais j'ai bien perçu le fort attachement à cette mesure dans le public, qui y voit réellement une spécificité de la chaîne publique, un **îlot de protection pour les enfants.**

L'interdiction de publicité pour tous les médicaments (y compris ceux dits « de comptoir ») est maintenue.

Le **plafonnement des recettes publicitaires de la RTBF à 25% de son budget est abandonné.** Pourquoi ? Parce que la RTBF doit pouvoir augmenter la part des recettes publicitaires dans son budget, afin de pouvoir faire face à l'augmentation des coûts de ses missions de service public, dont le rythme dépasse les capacités de la Communauté française à augmenter sa dotation. Toutefois, pour maîtriser la progression de l'impact publicitaire afin d'éviter toute dérive, ce déplafonnement sera **progressif** pour la radio et la télévision : 27 % en 2007, 28% en 2008, 29% en 2009 et 30% à partir de 2010.

S'il est vrai que j'ai proposé de renforcer substantiellement les moyens de la RTBF à partir de 2008 (majoration de 2% par an de la dotation annuelle, (voir le tableau ci-dessous), ces montants restent néanmoins toujours insuffisants pour conserver les savoir-faire au sein de la RTBF, et donc pour maintenir l'emploi. Il demeure donc nécessaire de recourir à la publicité et même de ne pas priver la RTBF d'éventuelles recettes supplémentaires.

Il faut toutefois savoir que des mécanismes de redistribution des montants vers les missions de service public sont prévus si les recettes publicitaires devaient dépasser ce plafond de 25%, notamment au profit de la production audiovisuelle indépendante de création. Je vais y venir immédiatement.

Apports financiers de la Communauté française à la RTBF (En euros)

	2007	2008	2009	2010	2011
Dotation (prévision)	185.400.000	192.816.000	200.526.600	208.549.800	216.892.000
ARTE Belgique	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000
TOTAL	188.000.000	195.416.000	203.126.600	211.149.800	219.492.000

E. Soutien à la création audiovisuelle et promotion de nos artistes

- Le nouveau Contrat de gestion de la RTBF prévoit un accroissement substantiel et progressif de l'enveloppe de coproduction avec les producteurs indépendants (voir le tableau ci-dessous). Il est primordial que la RTBF soutienne le développement d'une industrie audiovisuelle en Communauté française, en optimisant les retombées pour les professionnels de la création audiovisuelle de cette dernière. En effet, les montants engagés par la RTBF doivent l'être majoritairement dans des « œuvres majoritaires » de la Communauté française (voir encadré ci-dessous).

	2007	2008	2009	2010	2011
<u>Coproductions</u>					
% du chiffre d'affaires	3,1%	3,5%	4%	4,5%	5%
Montants	5.252.000	6.154.000	7.298.000	8.520.000	9.823.000
<u>Fonds Di Rupo création</u>	1.215.000	1.415.000	1.915.000	2.215.000	2.615.000
TOTAL	6.467.000	7.569.000	9.213.000	10.735.000	12.438.000

La définition de l'œuvre majoritaire

Le Contrat de gestion prévoit qu'est considérée comme « œuvre majoritaire », l'œuvre audiovisuelle qui répond aux critères de l'œuvre majoritaire énoncés par le gouvernement de la Communauté française. Lequel a décidé de faire siens la définition et les critères proposés par le Comité de concertation du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, tout en y intégrant une définition de l'œuvre majoritaire pour les « autres genres d'émissions ». Je ne vais pas entrer dans tous les détails de ces critères et définition, qui totalisent 7 pages, mais il faut savoir qu'ils comportent l'ensemble des éléments destinés à s'assurer que les productions audiovisuelles réalisées avec des fonds de la Communauté française aient bien un rapport avec notre Communauté, qu'il s'agisse du contenu de ces productions (ex. : films sur la Wallonie) et/ou de l'identité de ceux qui ont participé à leur réalisation (les producteurs, les artistes, etc.). En cas de redéfinition de ces critères, le Comité de concertation du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel informera le gouvernement, qui actera les changements éventuels, liés aux évolutions du paysage audiovisuel de la Communauté française.

- À ces montants s'ajoutent ceux prévus par la convention liant la RTBF à la Communauté française dans le cadre d'**ARTE Belgique** (850.000 euros en 2006, puis 2.600.000 euros par an dès 2007).

- Je l'ai dit, si les recettes publicitaires de la RTBF dépassaient 25% du total de ses recettes, elle affectera annuellement au Fonds spécial (dit « Fonds Di Rupo ») 25% des sommes dépassant le seuil de 25 % de recettes nettes de publicité, avec un maximum de 200.000 euros en 2008, 700.000 euros en 2009, 1.000.000 euros en 2010 et 1.400.000 euros en 2011. Si l'apport de la RTBF ne suffit pas à atteindre les montants énoncés ci-avant, la Communauté couvrira le complément nécessaire pour atteindre ces montants.

Le mécanisme du Fonds Di Rupo

Le Fonds spécial RTBF – dit « Fonds Di Rupo » - car il a été créé par Elio Di Rupo quand il était ministre de l'Audiovisuel, est régi par une convention signée le 2 mars 1994 par la RTBF, les associations professionnelles de producteurs et le gouvernement. Cette convention prévoit qu'un montant de 1,215 million par an figure dans le budget de la Communauté française, qui le gère, avec un droit de tirage de la RTBF pour coproduire des œuvres audiovisuelles. En parallèle des montants que la RTBF y puise pour les investir dans des coproductions, elle doit elle-même investir dans ces mêmes œuvres des montants issus de ses fonds propres. Le montant de 1,215 million s'ajoute aux obligations de la RTBF en matière de coproduction figurant dans le nouveau Contrat de gestion.

- La RTBF soutiendra également les jeunes talents de la Communauté française, notamment par la mise à disposition de studios ou la production d'émissions de variétés grand public avec des artistes de notre Communauté.

F. Le virage numérique est amorcé

Le nouveau Contrat de gestion traduit ma volonté de moderniser l'outil de diffusion de la RTBF et de défendre l'innovation technologique, mais en garantissant à la fois la diversité des contenus et un accès optimal de tous les publics à ses services.

Le Contrat intègre le passage de la diffusion terrestre analogique vers la diffusion terrestre numérique et donc les nouveaux types de services de radio et de TV que va permettre le numérique. **La feuille de route du plan de passage de l'analogique au numérique** que j'ai présentée, ce vendredi matin, à mes collègues, parallèlement au nouveau Contrat de gestion de la RTBF, balise le futur plan de passage au numérique que le gouvernement de la Communauté française adoptera au terme d'une consultation des milieux intéressés et du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). La feuille de route énonce les contraintes dont devra tenir compte le plan : fréquences analogiques encore utilisées par BeTV et Télé-Bruxelles ; période de simulcast ; délai d'installation des réseaux ; disponibilité des décodeurs... Elle rappelle aussi les raisons de la nécessité de l'adoption d'un plan de passage au numérique par le gouvernement : signal à donner au marché ; planification administrative ; information du public ; et mesures à prendre pour éviter la fracture numérique.

Cette note servira de base à la consultation que j'entends mener de façon à finaliser d'ici peu le plan stratégique de transition numérique.

Une série de dispositions du Contrat s'appliquent aux services non linéaires, c'est-à-dire les services pour lesquels l'utilisateur décide du moment où un programme ou un contenu audiovisuel lui devient accessible, sur la base d'un éventail de contenus sélectionnés par la RTBF, **tels que la vidéo ou la radio à la demande.**

En télévision, les canaux analogiques actuels sont conservés jusqu'à une date à définir pour satisfaire les 5% de foyers de la Communauté française qui n'ont d'autre accès à la télévision que via les réseaux terrestres. Selon le plan de passage au numérique à définir par le gouvernement, ces fréquences seront progressivement intégrées dans des réseaux numériques.

Pendant une période encore à définir par le même plan, il y aura **simulcast**, c'est-à-dire diffusion des deux chaînes généralistes faisant l'objet du service universel à la fois en analogique et en numérique (cela dès 2007).

G. Une diversité de publics à satisfaire

D'une manière générale, le nouveau Contrat de gestion positionne la RTBF comme outil de promotion de la diversité culturelle et comme reflet de la multiculturalité de notre société. La RTBF doit refléter la diversité des publics et des cultures qui enrichissent la Communauté française. Elle doit s'adresser à tous les publics, toutes générations confondues. Elle doit tisser du lien social **intergénérationnel** entre les jeunes et les moins jeunes, pour une société plus **solidaire**. La RTBF doit être un vecteur de **citoyenneté** et de **dialogue**.

Plus spécifiquement, puisque ce point a aussi suscité quelques débats médiatiques, je voudrais souligner ici l'augmentation substantielle du sous-titrage pour atteindre au moins 600 heures par an en 2007, 800 heures par an en 2009 et 1.000 heures par an en 2011. Cette augmentation se fait en faveur des **malentendants** et donc aussi des **personnes âgées** et des **étrangers non-francophones** résidant dans notre Communauté. Le Journal Télévisé de 19h30 sera sous-titré car il est fondamental que tout un chacun puisse avoir accès à l'information. Il en ira de même pour les messages d'intérêt général, à caractère urgent, de santé et de sécurité publique. Ces chiffres peuvent sembler peu importants au regard de ce qui se fait dans d'autres pays ou sur d'autres chaînes européennes plus richement dotées, mais il s'agit d'un effort important pour la RTBF car on vient en effet de très loin. Il est temps de commencer à combler notre retard en matière de sous-titrage. La RTBF poursuivra la diffusion avec traduction gestuelle de son journal télévisé de début de soirée (et d'un journal d'information générale spécifiquement destiné à la jeunesse) sur l'une de ses chaînes de télévision jusqu'au moment où ce journal télévisé avec traduction gestuelle sera effectivement accessible et lisible sur une plate-forme de diffusion spécifique sur internet. À ce moment, le journal télévisé de début de soirée sera rediffusé, avec une traduction gestuelle, en fin de soirée.

Par ailleurs, la RTBF diffusera régulièrement des contenus présentant des manifestations de la **vie associative**, sous toutes ses formes, y compris en matière de **jeunesse**.

Plus spécifiquement, en ce qui concerne les programmes pour **enfants**, afin de répondre à l'attente des **familles**, la RTBF gardera une production propre. Je tiens à souligner que la RTBF maintiendra son JT pour enfants, ainsi que des émissions originales et de qualité. Des émissions qui permettent notamment d'éveiller la conscience des enfants et de susciter leur réflexion. Cette offre doit rester une véritable alternative à la programmation des chaînes privées. En matière de jeunesse, la RTBF sera aussi attentive aux questions de **parentalité**, de **petite enfance** et d'éducation en général.

H. De nouveaux mécanismes d'évaluation

De nouveaux mécanismes de suivi des objectifs sont prévus dans le Contrat de gestion nouvelle mouture. En plus du contrôle annuel opéré par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), deux mécanismes neufs visent à rendre le suivi de l'évaluation plus efficace.

- D'une part, un tableau de bord périodique (3 fois par an, lors des changements de grilles) sera examiné par le Conseil d'administration de la RTBF afin de pouvoir réagir rapidement si des manquements importants sont constatés par rapport aux missions de la RTBF.
- D'autre part, une étude annuelle qualitative, réalisée par un organisme indépendant et des experts reconnus, devra mesurer la satisfaction du public. Cette étude sera menée auprès de panels participatifs et d'échantillons représentatifs de la population de la Communauté française, disposant d'une

connaissance et d'une consommation suffisantes des chaînes sur lesquelles ils s'expriment. Les critères qui fonderont cette évaluation et feront l'objet des enquêtes seront déterminés en concertation avec des experts reconnus et couvriront : la satisfaction du public de manière générale par rapport aux différents médias RTBF; les chaînes et les programmes de la RTBF ; le lien créé par la RTBF avec son public ; ainsi que l'évaluation des valeurs fondatrices du service public de radiotélévision.

En outre, je l'ai dit, la RTBF se fixera des objectifs d'audience, en fonction de l'évolution du contexte et des résultats obtenus auprès des publics l'année antérieure. Mais attention, il ne s'agit en aucun cas d'une mesure utilisable à des fins commerciales. La RTBF est un média de service public et elle trouve sa légitimité dans son public. Une radio-télévision de service public généraliste a vocation à être regardée par le plus grand nombre.

5. Les modifications décrétales

Le gouvernement de la Communauté française a par ailleurs adopté, ce vendredi matin, les deux projets de décret relatifs au secteur audiovisuel que je lui avais soumis. Ces textes vont à présent être déposés au Parlement, qui doit les adopter d'ici la fin de l'année, avant l'entrée en vigueur du nouveau Contrat de gestion.

Le premier est directement lié au nouveau Contrat de gestion de la RTBF. Au cours du processus entamé il y a un an, il est en effet apparu qu'il était nécessaire de modifier le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-télévision belge de la Communauté française. Il faut savoir que c'est ce décret qui prévoit que le total des recettes publicitaires de la RTBF ne peut dépasser un plafond de 25% maximum des recettes totales de la RTBF.

Le second projet de décret concerne tous les opérateurs audiovisuels, publics et privés, et est destiné à aligner le droit de la Communauté française sur celui de la directive « Télévision sans frontières » et sur celui des pays voisins. Ce projet vise à modifier le décret du 27 février 2003 pour amender les dispositions relatives au parrainage, à la publicité sur écran partagé, à la publicité interactive et à la publicité virtuelle.

6. Le plan de fréquences

Les dispositions du projet de Contrat de gestion de la RTBF relatives aux fréquences dévolues à la RTBF avaient suscité une réaction assez vive des radios privées et indépendantes. Les contacts hebdomadaires entre leurs représentants et mon

cabinet ont permis d'apaiser les débats. Et le chantier relatif au plan de fréquences s'est poursuivi ces dernières semaines dans un climat constructif et serein. Mon objectif, toujours en concertation avec les secteurs concernés, est de présenter le plan de fréquences avant le 15 décembre prochain. A ce stade, et sans trop entrer dans les détails techniques, je peux aussi vous dire que :

- nous recherchons des solutions qui favorisent la mise en commun (mutualisation) des pylônes sur lesquels sont installés les émetteurs, y compris ceux de la RTBF ;
- nous allons veiller à ce que les services techniques de la RTBF apportent leur aide aux radios indépendantes ;
- nous envisageons de remettre dans le « pot commun » les fréquences analogiques qui ne seraient plus utilisées par la RTBF lors du passage de ses radios au numérique ;
- nous allons élargir le champ d'intervention du Fonds d'aide à la création radiophonique au profit des radios indépendantes.
