
PARLEMENT
DE LA
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Session 2006-2007

4 JUILLET 2007

PROJET DE DÉCRET

MODIFIANT LE DÉCRET DU 14 JUILLET 1997 PORTANT STATUT DE LA
RADIO-TÉLÉVISION BELGE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE(1)

—

RAPPORT DE COMMISSION

PRÉSENTÉ AU NOM DE LA COMMISSION DE LA CULTURE, DE LA JEUNESSE, DE
L'AUDIOVISUEL, DE L'AIDE À LA PRESSE ET DU CINÉMA
PAR M. ALAIN ONKELINX.

—

(1) Voir Doc. n°429 (2006-2007) n°1

TABLE DES MATIÈRES

1	Exposé introductif de Madame la Ministre Laanan	3
2	Discussion générale	4
3	Réponses de la Ministre	7
4	Discussion et votes des articles	9
5	Vote sur l'ensemble du projet de décret	9

MESDAMES, MESSIEURS,

Votre Commission de la Culture, de la Jeunesse, de l'Audiovisuel, de l'Aide à la Presse et du Cinéma a examiné au cours de sa réunion du 4 juillet 2007 (1) le projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (2).

1 Exposé introductif de Madame la Ministre Laanan

Après l'approbation du Gouvernement, il s'agit donc d'abroger les articles qui se réfèrent à l'interdiction pour la RTBF de voir ses rentrées publicitaires dépasser 25 % de ses recettes totales.

Il s'agit bien d'encadrer un déplafonnement progressif et partiel des recettes publicitaires, qui permette à la RTBF de mieux valoriser les écrans publicitaires en tenant compte de l'évolution plus rapide des tarifs publicitaires que celle de la dotation publique.

Pour rappel d'abord, le plafond de recettes publicitaires trouvait son origine dans le dispositif dit « TVB », lié à l'introduction de la publicité commerciale sur les antennes du service public, et qui visait à limiter l'impact de la publicité sur les programmes de la RTBF, tout en permettant à la chaîne privée de maintenir son niveau de recettes publicitaires.

Pour être précis, cette règle avait été instituée par le décret du 4 juillet 1989 insérant un article 20, § 2 dans l'ancien décret du 12 décembre 1977 portant statut de la RTBF, et reproduite dans l'actuel article 27, § 2 du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF.

Lors des travaux constructifs de la Commis-

(2) Présents :

M. Devin, M. Ficheroulle, Mme Jamouille, M. Milcamps, M. Onkelinx, Mme Simonis ; M. Bracaval, Mme Cassart-Mailleux, M. Fontaine, M. Miller (Président), M. Wahl, Mme Pary-Mille (en remplacement de M. Bracaval) ; M. Langendries, M. Procureur, Mme Fremault (en remplacement de M. Di Antonio) ; M. Dubié

Assistaient également à la réunion :

Mme Bertieaux, Mme Bouarfa, M. Cheron, Mme Corbisier-Hagon, Mme Cornet, M. Diallo, Mme Emmerly, Mme Fassiaux-Looten, : membres du Parlement

Mme Laanan, Ministre de la Culture, de l'Audiovisuel et de la Jeunesse

Mme Vainsel, collaboratrice au cabinet de Mme la ministre Laanan

M. Hellebaut, collaborateur au cabinet de Mme la ministre Laanan

Mme Leprince, experte du groupe PS

Mme Thiry, experte du groupe MR

M. Hayois, expert du groupe cdH

Mme Waterschoot, experte du groupe ECOLO

sion pour le renouvellement du contrat de gestion de la RTBF, il était clairement apparu que le contexte du marché audiovisuel de la Communauté française avait profondément changé.

En effet, il a également été rappelé, lors de ces travaux parlementaires, que la suppression de ce plafond de recettes publicitaires devait permettre à la RTBF de mieux valoriser ses écrans publicitaires existants, sans lui porter préjudice à moyen terme, compte tenu de l'évolution plus rapide des prix des écrans publicitaires par rapport à l'évolution de la subvention publique.

Cela étant, il ne s'agit en aucun cas d'abandonner la RTBF aux appétits des publicitaires, au détriment de la qualité de la programmation et de l'intérêt des publics.

La ministre rappelle d'ailleurs à la Commission et au passage qu'en plus de l'indexation annuelle, la dotation de la RTBF sera majorée de 2 % chaque année dès 2008. Il s'agit bien d'un geste fort des pouvoirs publics, dans leur volonté de garantir la spécificité du service public, en lui donnant les moyens de nos ambitions.

Malgré cet effort, les montants restent toujours insuffisants si l'on veut conserver les savoir-faire en interne de la RTBF et donc l'emploi. Il demeure donc nécessaire de recourir à la publicité et de ne pas priver la RTBF d'éventuelles recettes supplémentaires.

En bref, un déplafonnement progressif oui, mais, avec des garanties pour le public de la RTBF.

Lesquelles ?

Tout d'abord, le déplafonnement dont parle la ministre s'accompagne, dans le contrat de gestion de la RTBF, de dispositions fixant un seuil en volume global et en volume horaire, sur la base de calculs aisément vérifiables et contrôlables et permettant de s'assurer de l'indépendance éditoriale et de programmation par rapport à la régie publicitaire.

Le Gouvernement estime aujourd'hui plus adéquat de protéger les téléspectateurs du service public par des mécanismes efficaces de limitation du volume quotidien et horaire de la publicité, que par des limitations du volume des recettes publicitaires de la chaîne publique. D'autant que nous savons tous que le plafond des 25 % de recettes publicitaires est amené à être mécaniquement dépassé dans les années à venir.

Dans le nouveau contrat de gestion de la RTBF, les limitations de la durée de diffusion des écrans publicitaires télévisés ont donc été maintenues telles quelles, de manière nettement plus res-

trictive que ce qui existe pour les éditeurs de services privés de radiodiffusion télévisuelle, et ce, en ce qui concerne les durées moyennes quotidiennes, horaire et de soirée, entre 19 et 22 heures.

Le nouveau contrat de gestion précise également que « les recettes de publicité constituent un complément à la subvention annuelle [...] et qu'elles ne peuvent constituer une priorité pour la RTBF qui doit établir ses grilles de programmation d'abord en fonction de ses missions de service public et des attentes de ses publics, en toute indépendance tant vis-à-vis des annonceurs que de sa régie publicitaire » .

Il convient de rappeler par ailleurs que, le cas échéant, si le plafond des 25 % de recettes publicitaires nettes vient à être dépassé, la RTBF affectera 25 % des sommes dépassant ce seuil de 25 % au refinancement du Fonds Spécial « Di Rupo », destiné à l'investissement dans les œuvres audiovisuelles de création et consacra le solde à des missions de service public.

Autre garantie : si les recettes nettes de publicité de la RTBF, déduction faite de la TVA, des commissions de régie publicitaire, et des moyens complémentaires affectés à la production indépendante, devaient dépasser le seuil de 30 % des recettes totales de la RTBF, les parties devraient conclure un avenant au présent contrat de gestion de manière à définir l'affectation prioritaire des nouveaux moyens financiers ainsi dégagés et pour la ministre, ces moyens devraient aller aux missions de service public.

Enfin, le nouveau contrat de gestion s'assure que ce déplafonnement des recettes publicitaires ne s'accompagnera pas d'une course à l'audience puisque les objectifs fixés au service public en termes d'audience dans le contrat de gestion ne sont pas des objectifs de parts de marché – mesure propre à la satisfaction des besoins des annonceurs – mais des indicateurs de vision d'au moins 15 minutes d'un programme par semaine, indicateurs permettant de s'assurer de la visibilité du service public, et partant de sa légitimité.

Moyennant toutes ces garanties, il ne s'impose plus que le décret maintienne une disposition au terme de laquelle le contrat de gestion fixe le plafond des ressources publicitaires de l'entreprise, un tel plafond pouvant utilement être fixé, s'il échet, directement dans le contrat de gestion lui-même.

Partant, il est proposé :

d'abroger l'article 27, § 2 du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF en ce qu'il énonce « le total des recettes visées au 2° du para-

graphe précédent ne peut dépasser un plafond de 25 pourcent maximum des recettes » et, corrélativement de supprimer la numérotation « § 1er » avant les mots « Les recettes de l'entreprise sont »

de supprimer, à l'article 8, § 3, a du décret du 14 juillet 1997 portant statut de la RTBF, les mots « ainsi que le plafond autorisé des ressources publicitaires » .

2 Discussion générale

M. Dubié constate que la ministre persiste sur la présence de la publicité à la RTBF. Durant les longs débats sur le contrat de gestion qui n'ont pas pu aboutir à une position commune, Ecolo s'est déjà opposé à l'augmentation du plafond publicitaire. Suite à ces débats, une série de personnes ont rédigé « l'appel des 100 ». Ces personnes demandent un débat public sur le financement de la RTBF. C'est un préalable indispensable. La publicité est-elle indispensable, jusqu'à quel niveau ? A quoi sert-elle ? Il pense que de plus en plus de gens dans notre société en ont ras le bol de se voir abrutir tous les jours par la publicité sur toutes les chaînes et en particulier sur la chaîne de service public. La ministre a répondu par une courte lettre. Ce n'est pas correct. C'est une réponse cavalière considère le commissaire. Il demande à la ministre l'organisation d'un débat contradictoire. Il n'y a pas d'urgence à adopter ce projet de décret. Le plafond des 25 % n'est pas atteint. La ministre est-elle prête à un débat contradictoire et public préalable ?

M. Fontaine voudrait dire en préambule que l'impact de la publicité sur une télévision publique doit faire réfléchir. Il souhaite que ce débat préalable soit organisé. La publicité n'est pas seulement une affaire de gouvernement, le parlement n'a pas pu s'exprimer sur le contrat de gestion de la RTBF. Il souhaite obtenir un certain nombre d'auditions pour évaluer l'impact de l'ouverture de ce verrou. Il y a l'impact sur la programmation de la RTBF. C'est vrai que le marché commercial est de plus en plus important. Il y a deux problèmes : l'augmentation des recettes publicitaires de la RTBF et celle du temps de diffusion de la publicité.

Le MR avait inscrit dans ses recommandations lors de la renégociation du contrat de gestion que soit exclu le sponsoring des associations ou mouvements idéologiques. Les dispositions ont été adoptées d'autorité. Il veut une discussion ouverte et transparente. Une autre incongruité a été relevée par le CSA, c'est l'absence de cadre légal. Le MR s'est clairement prononcé sur les limita-

tions horaires acquises et la règle des cinq minutes sans possibilité de contournement. Il ne faut pas se limiter à un plafond d'ordre financier pour autant que les limitations horaires soient garanties. Le CSA a constaté ces deux dernières années des dépassements réguliers de ces limitations dans le chef de la RTBF.

Mme Cassart veut remettre le doigt sur l'urgence. La demande d'avis d'urgence au Conseil d'Etat a été déposée en octobre 2006 et le projet arrive début juillet 2007. Il faut qu'il soit adopté à la fin de l'année et donc il n'y a pas de réelle urgence. Par rapport au calcul horaire, il y a beaucoup d'arguments qui peuvent être développés.

M. Devin indique que l'on entend des attaques très dures. Il y a eu des discussions contrairement à ce que l'on dit. On a reproché au Contrat de gestion de ne pas avoir de base décrétales. Ce projet de décret donne une base décrétales et confirme les options prises dans le Contrat de gestion sans ouvrir la porte à toutes les dérives. On veut autoriser la RTBF à obtenir plus d'argent sur base des recettes publicitaires en pratiquant les prix du marché. Il rappelle la position de M. Janssens de demander des débats publics sans s'arrêter uniquement aux thèmes de la publicité. Le groupe PS soutient l'organisation du débat public sur la publicité, la violence à la télévision, la diversité dans les médias comme déjà demandé par M. Janssens.

M. Fontaine demande quand ?

Mme Cassart a entendu M. Devin, mais voter le projet de décret et avoir ensuite le débat public et contradictoire ce n'est pas la meilleure façon de procéder.

Mme la ministre répond qu'il n'y a pas d'examen conjoint des deux décrets déposés en Commission.

M. le président indique qu'effectivement, il n'y a pas d'examen conjoint des deux projets de décret. Mais un commissaire a aussi le droit de faire une remarque à la ministre.

Mme Cassart rétorque que sa remarque est pertinente car les deux projets de décrets sont liés.

M. Devin indique pour répondre à Mme Cassart qu'on peut voter un texte et le corriger ensuite.

M. Dubié estime lui aussi que les deux textes sont liés. Il ne faut pas répondre par le mépris. Ecolo est prêt à participer à ce débat public. Y a-t-il d'autres moyens de trouver de l'argent que celui de la publicité ? Il veut insister sur l'aspect idéologique de la chose ! M. Philippot indique que sans publicité il y aura des pertes de 700 puis 350

emplois, qui varient d'une déclaration à l'autre. Il faut considérer tous les paramètres, que tout le monde puisse disposer des informations y compris l'opinion publique. Notamment concernant le coût de la publicité pour la société par rapport à des problèmes de santé publique comme l'obésité. Il demande à la majorité d'avoir une cohérence à cet égard.

Mme Simonis indique avoir participé avec son groupe largement aux débats sur le contrat de gestion. Il y a eu des divergences. Dire qu'il n'y a pas eu de débat parlementaire, c'est court. Un débat parlementaire est un débat public. Elle est d'accord avec M. Dubié sur la nécessité d'avoir un plus vaste débat : sur la différence homme/femme, sur la violence, etc. et intégrer la participation de l'ensemble des chaînes de télévision. Les deux projets de décrets d'aujourd'hui servent à opérationnaliser le contrat de gestion.

M. Langendries indique que la discussion doit être liée aux deux textes. Il y a nécessité de légiférer car il y a déjà des techniques utilisées comme les écrans partagés. Des balises sont mises dans les textes. Quant à la nécessité d'un débat public, il y aura à discuter quand le débat aura avancé en commission et au parlement. Le groupe CdH est prêt comme d'autres partis, à avoir une discussion sur le sujet.

M. Fontaine considère que l'on est donc dans une situation à la van Acker : « J'agis, puis je réfléchis ». On ouvre les robinets et on laisse faire. Il y a des textes, mais il faut débattre avant de les voter. Et la majorité propose d'organiser un grand débat de société après le vote.

Mme Simonis indique que le Contrat de gestion insère des balises aux articles 55, 56 et 57. Ils prévoient des balises précises

M. Fontaine considère que l'on fait les choses à l'envers. On vote des textes et on fait le débat après le vote du décret. L'on comprend, dès lors, que le citoyen ne comprenne plus grand chose au fonctionnement des institutions politiques.

Mme Simonis rétorque que faire croire qu'en supprimant toute publicité à la RTBF, on règle le problème de la publicité en général, c'est cela le grand écart.

M. Dubié a compris des propos de M. Langendries qu'il était favorable avec le groupe CdH à l'organisation d'un débat après le vote du décret.

M. Langendries répond que la majorité veut avancer sur le sujet et que des balises sont posées dans le contrat de gestion. La publicité fait partie et influence toute une série de choses au niveau

des médias. Une télévision a des difficultés pour se passer de revenus publicitaires.

M. Dubié indique que M. Antoine en 1998 proposait de taxer le fait pour le public d'être exposé à la publicité. Les CdH Dallemagne, Elsen, Delpérée et Procureur ont signé l'appel des 100. Il demande dès lors d'organiser le débat avant et non après le vote du décret. Il demande à la majorité d'être cohérente et d'organiser ce débat préalable.

M. Ficherouille répond que l'on discute plus de la forme que du fond. Il indique que le groupe PS s'est rallié à cette demande qui émanait de la RTBF et qui était justifiée par toute une série d'articles. La publicité est un fait de société, elle touche non seulement les télévisions mais aussi tous les moyens de communications y compris les plus nouveaux puisqu'Internet y a été confronté. Qu'on l'aime ou pas, il faut vivre avec.

Doit-on tout accepter, n'importe comment et n'importe quand? Il ne le pense pas et surtout dans un outil fondamental dans le monde des médias qu'est le service public de radio et de télévision. Il y a eu un compromis historique qui date de plusieurs années qui a prévu l'entrée de la publicité à la RTBF.

On sait que la communauté française ne dispose pas des moyens financiers suffisants pour financer totalement un service public audiovisuel performant. On a mené deux sortes de combats. Il est légitime que le public, les professionnels et les parlementaires se préoccupent de la qualité du service public.

Sur la qualité, le débat citoyen doit avoir lieu. Un des combats a été quantitatif et l'autre qualitatif.

Il n'y a pas que la publicité qui est concernée : la télé-réalité, l'infotainment, etc. . . aussi.

Les 25 % étaient une barrière. On a accepté, à la demande de la RTBF, de revoir cette barrière en y mettant des balises. C'était pour empêcher le service public d'être entraîné dans une spirale, mais il y a d'autres dérives que la publicité, il y a la télé-réalité, la nature des émissions d'informations, la confusion entre l'information et le divertissement. Il rappelle combien il a été le plus critique à ce sujet, y compris sur la RTBF.

Les 25 % ont été acceptés comme un compromis pour des raisons financières. A la demande de la RTBF, et Mme la ministre l'a clairement expliqué lors du premier débat, le groupe PS a accepté de revoir sa position à partir de cette barrière-là, pas n'importe comment et dans n'importe quelle condition.

Le groupe PS pensait que la seule limitation en volume, par rapport à l'ensemble des ressources, était en soi une protection qui pouvait être tout à fait illusoire si l'on cédait sur d'autres terrains. Et que cette protection pouvait même être « handicapante » pour la RTBF sous un angle strictement financier.

Ce gouvernement a fait de gros efforts. N'oublions pas qu'il reste 75 % du volume de la programmation sans publicité. Il attire l'attention sur le fait que les 25 % sont liés à la dotation de la communauté française. Les 25 % ne doivent pas dépasser le volume publicitaire horaire.

Il y a moyen d'augmenter les revenus sans augmenter le volume de diffusion de publicité. Y a-t-il moyen de gagner ce pari? Comment y arriver? On peut accepter de moduler ce pourcentage.

Le premier débat est de passer de 25 à 30 %. Il remarque que cela aurait été plus facile de supprimer le chiffre du pourcentage à l'article 8. Il faudra mesurer la conséquence en 2010. Un chiffre mériterait d'y figurer. Pour le reste, le contrat de gestion a été modifié. La question des priorités est d'adopter les projets de décrets. Cette limitation des 25 % a été établie dans le cadre du dispositif TVB.

Ce tabou des 25 % peut-il être remis en question sans dégrader la situation? Il pense que c'est possible à plusieurs conditions. Qu'il y ait un suivi de la mise en œuvre concrète de cela, qu'il y ait une continue attention au réel pourcentage qui est encore aujourd'hui sous la barre des 25 %. Qu'il n'y ait pas de dérapage et qu'on considère avant d'arriver à 30 %, qu'on ne va pas au-delà. Que la ministre confirme son intention et de la remettre dans le Contrat de gestion, même sous une forme adaptée. Et que l'on ait un débat sur les évolutions publicitaires sur l'ensemble du Paysage audiovisuel.

Il faudra inventer peut-être d'autres gardes-fous mais cela ne serait pas facile avec le débat européen sur la directive TSF. Il faut faire des tables rondes avec le public, les syndicats, les milieux associatifs, c'est le souhait du groupe PS.

M. le président, à titre personnel, remercie M. Ficherouille de se référer à la seule position du PS dans le débat du contrat de gestion. En effet, il estime cavalier de la part de la majorité de se référer à un débat dont elle n'a pas voulu qu'elle aboutisse à des recommandations votées par le Parlement malgré le décret.

Mme Corbisier proteste contre la déclaration du président en estimant qu'il est sorti de son rôle d'impartialité.

M. le président rétorque qu'il a parlé « à titre personnel » et qu'il l'a clairement annoncé. Il n'y a pas lieu de donner plus d'importance à cet incident.

M. Dubié indique qu'au sénat, quand il était président de commission, il n'était pas muet. Mme Royal a demandé dans son programme de taxer les revenus publicitaires des chaînes publiques. Il demande que l'on discute de cela avant le vote.

M. Procureur rappelle que l'on a évoqué la signature de l'appel des 100. Il ne se prononce pas pour ou contre la publicité à la RTBF. Il réclame un débat sur la publicité à la télévision. On parle actuellement de passage de 25 à 30%. Il n'y a pas de débat sans public. Si on doit avoir de la publicité, il peut y avoir écran partagé. La RTBF peine à obtenir 23% de publicité. La publicité vient quand on fait de bons sondages. Les bons sondages ne sont pas actuellement présents. L'ensemble se traîne. On n'est pas prêt de dépasser les 23%. Ce n'est pas en construisant un studio pharaonique à Liège que l'on va faire de l'audience. Si on dit que l'on ne peut pas se passer de publicité, on ne discute pas de ces investissements pharaoniques. Il demande que le débat ait lieu et la RTBF s'implique dans ce débat éventuellement en le retransmettant mais aussi en y participant.

3 Réponses de la Ministre

Mme la ministre remercie pour le débat intéressant et très riche, voire passionnel.

Ce projet de décret n'a pas été rédigé sur un coin de table sans mise en perspective, sans réflexions. La ministre a pas mal discuté avant, il y a eu le débat parlementaire durant six mois sur le contrat de gestion. Elle a procédé à de nombreuses auditions qui sont venues alimenter la réflexion et les perspectives que l'on peut attendre d'un outil de service public.

Contrairement à ce que dit M. Fontaine, le Parlement a eu l'opportunité d'auditionner qui il voulait. Le président de la Commission avec des membres a sélectionné une série d'acteurs et de personnes ressources qui ont permis d'aboutir à des recommandations. Beaucoup de choses ont été dites et beaucoup de personnes ont été entendues.

Le gouvernement n'a pas neutralisé le débat du Parlement. Le dé plafonnement de la publicité a été un débat. Il y a eu des débats vifs avec l'entreprise. Le gouvernement a souhaité mettre des balises. Les montants supplémentaires seront affectés au fonds « Di Rupo ». Pour rappel,

les 25 % ont été mis au point pour proté-

ger l'opérateur privé dont on ne sait plus s'il est belge ou sous licence luxembourgeoise. La RTBF ne peut faire n'importe quoi avec ses ressources publicitaires.

Les salaires et les droits TV évoluent très vite, il faut pouvoir les payer. Les missions de service public seront évoquées par la Commission. Il y a certaines incohérences de la part de certains. Le fait que la RTBF n'ait plus accès à la publicité c'est un choix idéologique.

Sur l'urgence demandée pour l'examen des avant projets de décret il y a un contrat de gestion qui nécessite des modifications décrétales. Il y a une série de contraintes. Sur la publicité sur les sucres, la RTBF ne peut faire n'importe quoi, elle doit insérer des avertissements (art. 55 F du contrat de gestion). La publicité n'est pas un bien mais elle est partout. Elle souhaite un débat général et pas seulement à la RTBF. Elle ne va pas s'y opposer. Au-delà de ce dossier-ci, elle se pose des questions. Par rapport à cette discussion, ce qui est le plus important c'est de mettre des balises. Il ne faut pas que les missions de service public soient entravées par la publicité. Il ne faut pas oublier le rôle du CSA en matière de contrôle.

L'engagement que le gouvernement a pris est que le contrat de gestion prenne effet le 1er janvier 2007. Il s'est engagé à déposer un projet de décret pour le rendre pleinement opérationnel. Mme la ministre comprend qu'il y ait des gens contre. Elle a reçu les pétitionnaires contre la publicité.

Par rapport aux critiques de M. Dubié sur sa lettre de réponse, elle trouve ce procédé bas et inefficace. Elle n'est pas dans le cadre d'une décision administrative et ne doit donc pas motiver sa décision. Ce n'est pas insultant parce qu'on connaît sa position. Elle prend simplement acte de la communication que lui ont adressée les 100 signataires.

M. Dubié attend toujours les chiffres de la RTBF. M. Philippot dit que 700, puis 350 emplois seraient perdus en cas de perte de la publicité. Nous ne connaissons pas les chiffres exacts. Quels sont-ils ?

M. Procureur indique que l'on a cité le terme « apocalypse ». Dans l'article de presse, on dit pour la RTBF ce serait l'apocalypse. On cite les chiffres variables de 60 à 35 millions d'euros perdus sans la publicité. Il croit que le débat circonscrit à la publicité sur les chaînes publiques est aussi valable. L'appel des 100 est une initiative citoyenne.

M. Cheron indique qu'il est important de rappeler que le contrat de gestion a été approuvé et anticipait des modifications décrétales. On a donc

anticipé le rôle du parlement. Il y a eu un deuxième effet, ce sont les élections fédérales. Ces textes auraient pu arriver en avril ou en mai. La demande d'examen au conseil d'Etat a été introduite en novembre 2006. Il y avait toute la latitude de temps pour avoir ce débat dans les temps en respectant la chronologie du gouvernement. Cela ne va pas de voter les projets de décrets et de proposer ensuite les débats. Chaque groupe politique devra se prononcer sur le débat politique. Il demande une ligne claire et sollicitera le vote sur cette demande.

M. Ficherouille indique qu'un parlement ne peut refuser le débat. C'est artificiel de parler avant ou après. Le débat sur les 25 % est déjà dépassé dans les faits. Il est plutôt partisan de mettre la pression sur la RTBF. Le parlement examine le rapport d'activité de la RTBF un an et demi, deux ans après qu'il ait été rédigé, cela ne va pas.

Le contrat de gestion a donné des moyens nouveaux sur l'évaluation. L'article 65 transmet le tableau de bord au gouvernement. L'article 67 prévoit une étude qualitative par an. Il demande à la ministre qu'elle demande à la RTBF de faire diligence et qu'elle communique ce document au Parlement. Il indique que ce n'est pas écrit dans un décret. C'est la vraie réponse à cette demande de débat.

Mme Cassart souhaite faire part d'une remarque du groupe MR. Ce n'était pas augmenter le nombre de publicités, mais c'était de pallier au problème du « tunnel publicitaire » avant les émissions du soir. Elle indique que l'on devra voter sur le débat préalable au vote des projets.

Mme Corbisier marque son accord avec la proposition de M. Ficherouille. Ce qui doit préoccuper le Parlement c'est la qualité des émissions. Elle n'est pas pour supprimer les balises. Si elle prend l'exemple de chaînes publiques sans publicité, elle n'est pas convaincue par ce qu'elle voit. Qu'est-ce que le préalable de supposer que la publicité provoque une baisse de la qualité? Qu'il y ait un débat sur la qualité et sur le contenu des programmes! Il n'y a jamais eu de débat sur la violence et sur les stéréotypes sexistes. Il peut y avoir des balises en plus.

Mme Cassart répond qu'elle rejoint Mme Corbisier sur la qualité des émissions. Mais la majorité refuse le débat sur les auditions et le débat préalable et contradictoire.

M. Cheron ajoute que Mme Corbisier veut dévier le débat préalable sur la qualité des programmes. Le vrai débat c'est sur les moyens. Le débat refusé par la majorité c'est le débat préalable. La majorité vient avec des projets qui auront

des répercussions sur le fond.

M. Dubié rappelle le contenu de l'intervention de M. Lelay Président de TF1 sur la « location du temps de cerveaux à Coca-Cola ». Sur l'émission « C'est du belge », il a demandé à M. Philippot pourquoi la RTBF diffusait une telle émission? C'est parce qu'elle fait de l'audience lui a-t-il été répondu.

Mme Corbisier indique que France 2 fait état de la qualité de ces émissions. Si l'on peut avoir des sous en plus, cela permet de faire des programmes. Elle ne souhaite pas commenter une conversation privée de M. Dubié.

M. Onkelinx, rapporteur, à titre personnel, se déclare contre la publicité dans le service public mais on n'a pas trouvé une autre source de financement pour la RTBF. Elle a une responsabilité morale. Il est contre la publicité pour des alcools de moins de 20°. On devra en dehors de ce débat en Commission avoir une réflexion sur le contenu des publicités.

M. Wahl indique que le débat sur le financement de la RTBF a déjà eu lieu maintes fois et est récurrent. Il y a lieu d'être inquiet. En justifiant la dotation de la RTBF par la réalisation de missions de service public. Ce n'est pas la position du groupe MR de contester la dotation attribuée par la Communauté française. On va autoriser un certain nombre de recettes ou moyens complémentaires. Mais pour faire quoi? On va vers une augmentation de moyens, va-t-on continuer à augmenter les moyens alloués par la Communauté française à la RTBF?

Mme la ministre indique que le contrat de gestion prévoit une dotation augmentée de 2% chaque année dès 2008.

M. Procureur veut saluer la déclaration de M. Onkelinx sur le souhait de trouver une autre forme de financement peut-être via le refinancement par le Fédéral. Si l'on veut que ces idées-là progressent et soient porteuses d'espoir d'une nouvelle forme de radio-télévision publique, on doit faire un débat, la RTBF doit s'y impliquer.

M. Onkelinx, rapporteur, répond que le débat a déjà eu lieu dans le cadre de la discussion sur le contrat de gestion. Dans les pays où il y a des chaînes publiques sans publicité, les opérateurs sont soutenus par les pouvoirs publics.

Vote sur une demande de débat

M. le président constate qu'il est saisi d'une demande de vote sur l'organisation d'un débat contradictoire public préalable au vote du décret selon certaines modalités à définir.

Mme Corbisier propose que le parlement organise trois jours de débats sur les thèmes de la publicité audiovisuelle, sur la violence à la télévision et les stéréotypes sexistes et que la demande de la Commission soit transmise à la Conférence des Présidents.

M. Dubié demande un vote sur le débat préalable avant le vote des décrets en organisant une concertation publique et contradictoire en envisageant d'éventuelles alternatives à la publicité.

Vote sur proposition de M. Dubié :

5 voix pour contre 9 voix.

La demande est rejetée.

Vote sur proposition de Mme Corbisier :

9 voix pour et 5 abstentions.

La demande est acceptée et sera transmise à la conférence des présidents pour la réalisation pratique.

M. Dubié justifie son abstention. La majorité assomme le poisson noyé. Donne-t-on ou non la parole à l'opinion publique préalablement ? Le débat a posteriori est totalement abscons.

M. Procureur indique que l'idée de poser les trois thèmes sur la table est excellente. Il s'abstient sur le projet de décret parce qu'il est persuadé que le débat doit avoir lieu avant et qu'il n'y a pas urgence pour passer au-dessus du plafond des 25 %.

Mme Cassart justifie son abstention parce que le débat doit avoir lieu préalablement. C'est tout à fait nécessaire. Le débat qui pourra avoir lieu à la rentrée sera peut-être de qualité. Mais le débat avant le vote était important.

4 Discussion et votes des articles

Article 1er

L'article 1er n'appelle pas de commentaires.

L'article 1er, mis aux voix est adopté par 9 voix contre 1 et 5 abstentions.

Article 2

L'article 2 n'appelle pas de commentaires.

L'article 2, mis aux voix est adopté par 9 voix contre 1 et 5 abstentions.

Article 3

L'article 3 n'appelle pas de commentaires.

L'article 3, mis aux voix est adopté par 9 voix contre 1 et 5 abstentions.

5 Vote sur l'ensemble du projet de décret

L'ensemble du projet de décret est adopté par 9 voix contre 1 et 5 abstentions

M. Cheron déclare qu'il souhaite que l'on insère textuellement la demande de M. Dubié dans le rapport.

M. Dubié explicite sa demande : il s'agit d'organiser un débat préalable organisant une concertation publique et contradictoire sur le développement publicitaire à la RTBF et en envisageant d'éventuelles alternatives.

Confiance a été faite au Président et au Rapporteur pour la rédaction du rapport.

Le Rapporteur

Le Président

Alain Onkelinx

Richard Miller