

PARLEMENT
DE LA
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Session 2007-2008

24 JANVIER 2008

RAPPORT D'ACTIVITÉS

SUR L'EXÉCUTION DE LA MISSION DE SERVICE PUBLIC DE LA RTBF POUR
L'ANNÉE 2006(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. JOSY DUBIÉ.

—

(1) Voir Doc. n°482 (2007-2008) n°1

TABLE DES MATIÈRES

1	Exposé introductif de M. Philippot, Administrateur général de la RTBF	3
2	Discussion générale	7
3	Réponses de M. Philippot, Administrateur général de la RTBF	10
4	Examen des rapports d'activités.	14

MESDAMES, MESSIEURS,

Votre commission de la Culture, de la Jeunesse, de l'Audiovisuel, de l'Aide à la Presse et du Cinéma a examiné conjointement au cours de sa réunion du 24 janvier 2008(2) le Rapport d'activités sur l'exécution de la mission de service public de la RTBF pour l'année 2006 (Doc. 482 (2007-2008) n°1) et le Rapport d'activités de la RTBF pour l'année 2005 (Doc. 351 (2006-2007) n°1).

1 Exposé introductif de M. Philippot, Administrateur général de la RTBF

M. Philippot indique que son exposé est un exercice qui se base sur le passé puisque ce sont les années 2005 et 2006 des activités de la RTBF qui sont examinées aujourd'hui et que la séance de commission se situe en janvier 2008. Il tient d'emblée à faire une précision. Si le rapport 2005 a fait l'objet d'un examen au CSA, le rapport 2006 n'a pas encore fait l'objet de décision par le Collège d'autorisation et de contrôle.

Entre temps, il tient à souligner également que les rapports 2005 et 2006 visent l'ancienne version du contrat de gestion, or, celui-ci a été renouvelé et donc le cadre de régulation a été modifié.

En janvier 2005, il indique que deux importants événements ont eu lieu dans le cadre de la RTBF. D'une part, le 14 janvier 2005, la soirée de solidarité avec les victimes du tsunami en Asie du Sud Est qui a été l'occasion d'une collaboration entre les chaînes de la Communauté française et notamment avec RTL Tvi, les opérateurs travaillant ensemble.

Le 21 janvier 2005, le Conseil d'administration donne un nouvel élan à la réforme des chaînes de la télévision. Il se prononce pour une complémentarité entre la Une et la Deux : personnalité et programmation seront à l'avenir étroitement coordonnées. En termes d'audience, plusieurs constats doivent être élaborés. D'une part, « les années grands événements sportifs » rythment les parts d'audience de la RTBF. Effet sport neutralisé, on constate une baisse régulière des audiences entre

2000 et 2005. En 2005, on constate une stabilité même quand le foot n'est pas là et également pour la première chaîne ainsi qu'une progression pour la deuxième. Les sondages ont cependant des limites. Ils sont indicatifs mais ne traduisent pas nécessairement les résultats. A cet égard, les travaux du Cim sont intéressants et peuvent refléter des résultats contrastés selon les méthodes. Dans son étude plurimédia, le Cim constate que la chaîne la plus regardée en Communauté française est la Une, la deuxième plus regardée est Tvi et la troisième est la Deux. Il convient cependant de dire qu'il ne s'agit pas d'une vérité exacte. On peut constater de 2005 à 2007 une évolution où la RTBF passe de 17% en 2005 à 18,5% en parts de marché.

Dans le diagramme présenté à la page 4 de sa projection, on remarque l'évolution en ce qui concerne la part d'audience prise par les autres tv et autres usages de l'écran et qui progresse depuis 4 ans en passant de 19,3%, c'est-à-dire un usager sur cinq en 2003 contre 23,7% soit près d'un usager sur quatre en 2007. Que signifie cette progression ? Cela veut dire qu'il s'agit d'une fragmentation de l'audience et que les télévisions généralistes voient leur nombre de téléspectateurs diminuer et cette tendance concerne toutes les télévisions. Il s'agit bien d'une fragmentation de la vision de la télévision généraliste.

Lorsqu'on examine les chiffres entre 2002 et 2007, les cinq chaînes leader rassemblent 74% des spectateurs en 2002 contre 67% en 2007. Toutes les chaînes généralistes doivent céder des parts d'audience aux autres chaînes qui progressent de cinq points en cinq ans. Toutes les chaînes de service public sont en recul en Europe. La RTBF perd 1,3 points de part d'audience en cinq ans contre 3,3 points pour France télévision, à titre d'exemple.

Le recul de la RTBF est limité par la progression de la Deux. Les aspects sportifs sont importants, ce qui cause une audience forte. Si l'on examine les années antérieures, on constate un pic d'audience en 1999 jusqu'en 2005 et puis une chute à 17,8% suivie d'une remontée à 18,5% en 2007. L'année charnière est l'année 2005 au cours de laquelle on assiste à une remontée de l'audience. On constate également en 2005 une rupture de la programmation de la Deux à quoi répond une augmentation de son audience en 2006.

En examinant les événements de 2005, le mois de mai voit d'une part la Palme d'or remportée à Cannes par les frères Dardenne avec « L'Enfant » coproduit par la RTBF et, toujours dans le domaine de la coproduction, au mois de février, Yo-

(2)

Ont participé aux travaux de la Commission :
M. Devin , Mme Jamouille , M. Onkelinx , M. Pirlot , M. Fontaine , M. Miller (Président) , M. Langendries , Mme de Groote et M. Dubié (Rapporteur)

Ont assisté aux travaux de la Commission :
Mme Bertieaux, M. Walry : membres du Parlement
M. Philippot, Administrateur général de la RTBF
Mme Leprince, experte du groupe PS
Mme Kempeneers, experte du groupe MR
M. Hayois, expert du groupe cdH

lande Moreaux avait obtenu le César du meilleur film pour « Quand la mer monte », coproduit également par la RTBF. M. Philippot indique qu'il est fier d'être co-producteur et associé à des productions de ce type.

En termes de production, la RTBF a coproduit avec des producteurs indépendants de la Communauté française ou des producteurs européens en 2005 33 téléfilms, 12 longs-métrages de cinéma, 2 séries belges et 32 documentaires ce qui amène un total de 79 coproductions.

En 2006, 25 téléfilms ont été co-produits, 17 longs-métrages de cinéma, trois séries belges ainsi que 46 documentaires, ce qui fait un total de 91 coproductions. À ce titre, il convient quand même de souligner que la variation dans les chiffres dépend des projets présentés et que, par exemple, des téléfilms sont parfois plus nombreux ou des longs-métrages de cinéma peuvent être davantage plus présents. Certaines années par rapport à d'autres, différentes productions sont choisies ou réalisées en fonction des offres qui sont faites sur le marché.

En part des ressources affectées à la production indépendante, en 2005, le montant affecté a été de 4.373.826 €, tandis que la moyenne pour la période 2003-2005 s'élevait à 5.659.473 €. En 2006 le montant affecté est monté à 7.968.884 €, la moyenne s'établissant, pour 2004 à 2006 à 6.647.464 €. Il rappelle le contenu de l'article 35 du contrat de gestion qui indique que la part des ressources attribuées à la coproduction indépendante ne peut être inférieure à 4.957.870 € en moyenne annuelle calculée sur des périodes de trois ans. Il a clairement la volonté d'apporter plus de moyens à la production et d'investir avec des producteurs de la Communauté française. L'assainissement découlant de l'application du plan Magellan permet d'investir dans de la production de fiction.

En ce qui concerne l'obligation de diffusion de la fiction, en 2005, 339 longs-métrages de cinéma ont été diffusés alors que l'obligation en prévoit 120, 59 films d'auteurs alors que l'obligation en prévoit 40, 58 courts-métrages ont été diffusés et en raison de la multiplicité des diffusions, celles-ci se sont établies à 305 diffusions, 6 courts-métrages étudiants ont été diffusés et l'émission « Tout court » a été lancée. En 2006, 453 longs-métrages de cinéma ont été diffusés, 46 films d'auteurs, 56 courts-métrages totalisant 449 diffusions, 7 courts-métrages d'étudiants ont été diffusés tandis que la plage horaire de « Tout court » a été complétée par une nuit du court-métrage.

En ce qui concerne le Tax Shelter, la maison de production Casa Kafka Pictures a été fondée. En 2006-2007, elle a totalisé un investissement de 2.021.500 €. Ce montant est à la hausse sur la période 2007-2008 (année fiscale non complète qui se clôture le 31 mars prochain) puisqu'il atteint un minimum de 2.735.000 €. Depuis la mise en place de cette structure en 2006-2007, 12 productions ont été réalisées dont 8 longs-métrages, deux séries télévisées et deux documentaires. En 2007-2008, 8 productions ont été déjà initiées, dont 6 longs-métrages, une série tv et un documentaire, soit au total 20 productions d'œuvres depuis la création de cette maison début 2006.

Le mois de juin 2005 correspond à la création d'une nouvelle identité visuelle pour la RTBF qui présente son nouveau logo à l'occasion du 75ème anniversaire de la radio.

En ce qui concerne les spectacles, la chanson francophone et les artistes de la Communauté française en radio, il souligne que en 2005, 539 opéras ou concerts ont été diffusés, 52,7% de la programmation était constituée de chansons francophones sur La Première et VivaCité (40% requis), 16,6% de chansons francophones ont été diffusées sur Classic 21 alors que l'obligation n'est que de 15% et sur Classic 21, 10,7% d'œuvres de la Communauté française sur La Première, VivaCité et Pure FM (hors Classic 21) ont été diffusés.

En 2006, 480 concerts ou opéras ont été diffusés, 56,76% de chansons francophones ont été diffusés sur la Première et sur Vivacité, 17,14% de chansons francophones ont été diffusés sur Classic 21 et 13,17% hors Classic 21. La RTBF s'était engagée à atteindre, en 2005, le quota de diffusion de 10% d'œuvres de la Communauté française sur l'ensemble de ses chaînes à l'exception d'une chaîne thématique, cet objectif est rencontré et largement dépassé en 2006.

En ce qui concerne les arts de la scène, ce que l'on appelle le spectacle vivant en télévision, les obligations prévoient la diffusion de 50 concerts dont 12 produits en Communauté française, 12 spectacles de scène dont 10 théâtraux et 4 captations de théâtre sur l'année. En 2005, 82 concerts, opéras ou spectacles de danse ont été diffusés, 53 ont été produits en Communauté française, 18 spectacles dont 15 théâtraux ont également été diffusés et 5 captations ont été réalisées sur l'année.

En 2006, 130 concerts, opéras ou ballets ont été diffusés dont 62 produits en Communauté française, 32 spectacles de scène dont 26 spectacles théâtraux et 8 captations de théâtre ont été réalisés sur l'année 2006.

Août 2005 consacre la naissance de « Au quotidien ». Le graphique présenté montre que de janvier 2002 à octobre 2004, il y a une nette baisse de l'audience en ce qui concerne la tranche horaire de l'avant-soirée, soit de 18h30 jusqu'au Journal télévisé de 19h30. Cette audience se stabilise à partir d'août 2005. On constate également une amélioration avec l'installation du « Douze minutes » en deuxième partie de soirée.

En novembre 2005, l'émission « Questions à la Une » est lancée. Cette émission correspond à la nécessité de répondre à l'érosion de l'audience des magazines, que ce soit « Au nom de la loi », « Appel à témoins », « Cartes sur table », « Droit de cité » et « Faits divers ». En mars 2004, une émission intitulée « Actuel » est lancée, malheureusement, il n'y aura pas transformation de cet essai et il y aura le lancement de « Questions à la Une » en novembre 2005. Avec celle-ci, on constate un redressement de l'audience qui revient à son niveau de 2002.

En novembre 2005, une émission de médiation est lancée, il s'agit de « Décode ». En 2005, le service de médiation a traité 13.705 courriers. Sept émissions de médiation en radio intitulée « Questions publiques » ont été diffusées tandis qu'en télévision, cinq émissions ont été diffusées sur cette année. En 2006, 21.985 courriers dont 4.842 concernaient « Bye bye Belgium » ont été traités par le service de médiation. Dix émissions de médiation ont été présentées en radio : six dans « Tout autre chose », deux dans *Matin première*, une sur *Classic 21*, une sur *Vivacité*. « Décode » a été diffusée dix fois en télévision. Il rappelle qu'en 2005, la RTBF a été condamnée par le CSA à une amende et une publication sur antenne et sur internet pour ne pas avoir diffusé le nombre requis d'émissions de médiation en radio et en télévision. Dans les courriers traités par le service de médiation, il y a de plus en plus de questions sur la fragmentation des médias.

En décembre 2005, en ce qui concerne l'éducation aux médias, une soirée a été présentée le 11 décembre 2005 « Le voyage de Jules » avec un débat. Il rappelle qu'en 2005 la RTBF a été condamnée par le CSA à une amende et une publication sur antenne et sur internet pour ne pas avoir organisé de soirée éducation aux médias en radio.

Janvier 2006, voit le lancement de « 7ème ciel Belgique ». C'est la première fois depuis 20 ans qu'une télévision investit dans la production d'une série francophone en Belgique. Cette initiative a permis une expérience très pointue pour des scénaristes, des auteurs, des réalisateurs, du personnel technique et des acteurs.

En matière de fiction, la RTBF a diffusé en 2005, 534 heures de séries issues ou d'origine de l'Union européenne, 1264 heures de séries non européennes, soit, en termes de pourcentage, 30 % d'œuvres européennes et 70 % d'œuvres non européennes. En 2006, le pourcentage est passé à 39 % en ce qui concerne les séries européennes (787 heures) et les séries non européennes sont passées à 61 % ce qui correspond à 1232 heures de diffusion. On constate donc sur la période de 2005 à 2006 une augmentation de 253 heures de diffusion pour les séries européennes et une diminution de 32 heures pour les séries non européennes. En 2005, les téléfilms d'origine européenne totalisent 885 heures de programmation soit 89 %, tandis que les téléfilms non européens totalisent 109 heures soit 11 %. La proportion passe, en 2006 à 83 % pour les téléfilms d'origine européenne soit 924 heures, tandis que les téléfilms non européens passent à 150 heures soit 17 %. Au total, on enregistre, durant la période 2005-2006, une augmentation de téléfilms européens de 39 heures de diffusion par an tandis que, pour les téléfilms non européens, + 41 heures par an.

Pour ce qui concerne les films de cinéma d'origine européenne, ils sont diffusés en 2005 à raison de 339 heures par an soit 50 % de la programmation. Les films non européens, 338 heures soit 50 % de la programmation. En 2006, la proportion de films européens passe à 54 % avec 490 heures tandis que les films non européens passent à 416 heures soit 46 %. Durant la période de 2005 à 2006, on constate une augmentation de 151 heures de diffusion de films de cinéma d'origine européenne contre 78 heures aux films non européens.

On a évoqué le top 100 des émissions les plus regardées pour 2007 et on constate que la programmation de RTL Tvi est citée à 86 % dans le top 100, la RTBF n'étant citée qu'à raison de 14 %. Il faut examiner les parts respectives du contenu des programmes des chaînes de télévisions. La fiction en général est présente sur RTL à raison de 61 % de sa programmation, tandis qu'à la RTBF, elle n'est présente qu'à raison de 21 %. La fiction américaine dans l'offre de RTL Tvi s'élève à 83 % tandis qu'elle n'est que de 17 % à la RTBF. Ces fictions classées dans le top 100 sont pour 83 % d'origine US sur RTL TVI, alors que les fictions classées proposées par la RTBF sont toutes européennes (75 % produits ou coproduits par la RTBF).

En mars 2006, c'est le lancement du podcast sur Pure FM. Le podcast, c'est la radio quand je veux et où je veux. Actuellement, le podcast sur

la RTBF correspond à 400 à 500.000 téléchargements d'émissions tous les mois. Avril 2006 coïncide avec l'arrivée d'Yves Bigot à la tête des programmes et une réorganisation de la direction TV de la RTBF, elle correspond également au lancement du programme « Moi, Belgique » et l'achat du terrain Médiacité à Liège pour la construction du studio multimédia.

En matière de documentaires, la RTBF est bien présente sur ce type de marché. En 2005, la Une a diffusé 438 documentaires, en 2006, elle en a diffusé 342. La Deux en a diffusé en 2005, 584 et en 2006, 629. Ce qui signifie que pour l'année 2005, un total de 1022 diffusions de documentaires ont été enregistrées tandis qu'en 2006, 971 émissions ont été assurées. Il y a clairement une complémentarité en ce qui concerne la Une et la Deux avec la création de rendez-vous fixes en prime-time ou en seconde partie de soirée, vers 22h. Il s'agit d'une promotion très importante pour les auteurs, une offre très significative puisque cela signifie que trois documentaires sont diffusés par jour. En termes d'investissements, en 2005, la RTBF a investi en achats, 150.746 € en coproduction, 658.121 € soit un total de 808.867 € tandis qu'en 2006, les achats s'élèvent à 48.777 € en coproduction, le budget est de 1.258.157 € soit un total pour l'année 2006 d'1.306.934 €.

En juin 2006, la RTBF inaugure un émetteur et procède au lancement d'une radio FM à Kinshasa. Deux émissions sont produites : « AfriK' Hebdo » et « AfriK' Danse ». « AfriK' Danse » est un magazine musical et culturel, « AfriK'Hebdo » étant un magazine d'information. Il n'y a évidemment pas de mesure d'audience en RDC. Donc, il est difficile évidemment de pouvoir mesurer le succès de cette radio. Il y a cependant clairement la volonté d'éclairer l'actualité en RDC.

En septembre 2006, lancement d' « Arte Belgique » et de « 50° Nord ». La RTBF a fait le pari d'avoir de la matière pour diffuser un JT culturel en Communauté française. L'Administrateur général considère que c'est un succès, dans la mesure où on assiste aujourd'hui à une augmentation de la durée de « 50° Nord » qui est passé de 25 à 40 minutes. Il indique sa satisfaction d'avoir un magazine culturel quotidien sur la RTBF alors que la VRT ne l'a pas. Le pari, c'est de travailler avec des producteurs indépendants. La réalité économique aurait condamné ce projet dans la mesure où le budget n'aurait pas pu permettre cette réalisation mais grâce à la volonté des intervenants, cela a pu être réalisé. Certains observateurs ont craint que cela signifie un désinvestissement de la culture sur les chaînes de la RTBF, il n'en n'est rien avec 35 % de téléspectateurs en plus, il y a une progression

de l'audience en ce qui concerne ce décrochage. L'offre culturelle est significativement plus riche. Certains critiquent le fait qu'il n'y ait que 20.000 téléspectateurs qui suivent « 50° Nord ». Est-ce beaucoup ? Cette audience est quand même plus significative que la plus grande des salles de spectacle. Le lancement de « 50° Nord » a permis de faire connaître la RTBF en matière d'offre culturelle et contribuera au fait que le concours Reine Elisabeth sera, en tout cas en partie, diffusé sur les ondes en France et en Allemagne.

En ce qui concerne les émissions culturelles, en 2005, la RTBF a proposé 17 émissions culturelles régulières hebdomadaires et mensuelles avec « Ca tourne », « Forts en tête », « Les plus grands belges », « Hep taxi », « Noms de Dieux », « Reflets Sud », « Screen », « D6bels », « Pure TV », « Javas ». En 2006, la RTBF a également proposé 17 émissions culturelles régulières quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles.

Octobre 2006 correspond avec le gala Cap 48. Le bilan de l'opération de 2006 étant de 2.735.292 € qui ont permis de financer 95 projets et le lancement du prix de l'entreprise citoyenne. On constate un pic d'audience qui correspond à la soirée des élections communales en collaboration avec huit télévisions locales et communautaires qui ont organisé des débats dans leurs studios. 20 séquences environ ont été réalisées sur des communes à enjeux particuliers. Des émissions spéciales de 90 minutes en direct des grandes villes, au cours desquelles des débats citoyens et des reportages ont été également diffusés. le 6 octobre, un débat des présidents de partis a été également réalisé en collaboration avec les télévisions locales.

Novembre 2006 correspond à un double anniversaire : 75 ans du journal parlé et les 50 ans du journal télévisé. On constate une évolution de l'audience qui passe de 29 à 30,2 %, une audience assez stable entre 2002 et 2007 et un virage éditorial de 2005 qui porte ses fruits et un accroissement de l'audience.

L'émission « Mise au point » spéciale consacrée à « Bye bye Belgium » a été présentée le 13 décembre. Un « Décode » spécial BBB a été réalisé le 14 décembre. Un « Décode-Mise au point » a été présenté et diffusé le 17 décembre et un « Matin première » spécial en radio sur BBB a été présenté le 14 décembre.

En décembre 2006, il y a la diffusion de l'émission de « Bye Bye Belgium » sur laquelle il ne reviendra pas et qui provoque assurément une augmentation de l'audience : 28 % d'individus différents ont suivi ce programme. Une semaine plus tard, 46,3 % d'individus différents ont assisté à

la diffusion d'émissions portant sur *Bye Bye Belgium*.

Entre l'audience et l'influence dans le sens noble du terme, c'est-à-dire « qui concerne » et pour laquelle on pourrait utiliser le terme de la « concernance », il a une grande nuance. Et toute la nuance, c'est le débat sur la notion de mission de service public. C'est entre ces deux concepts que la RTBF travaille en permanence. Et quand le Top 100 sort, il y a aussi des interpellations. Et « *Bye bye Belgium* » serait bien loin dans le Top 100. Pourtant, l'influence, l'impact, les suites sont sans commune mesure avec la diffusion de « *Desperate Housewife* » qui a rassemblé dimanche passé 672.000 téléspectateurs donc 160.000 de plus que « *Bye bye Belgium* ».

En matière de publicité, la durée moyenne des écrans publicitaires est la suivante : le maximum autorisé par heure d'horloge et en moyenne quotidienne est de 6 minutes. Sur la Une, 4 minutes 56 ont été diffusées, sur la Deux, 1 minute 19. La durée horaire moyenne maximale entre 20h et 21h étant de 12 minutes, en 2005, la Une a diffusé 10 minutes 45, la Deux, 6 minutes 46. En 2006, 9 minutes 57 ont été diffusées sur la Une et 6 minutes 53 sur la Deux. La durée moyenne totale autorisée entre 19h et 22h étant de 25 minutes, la Une a diffusé en 2005, 18 minutes 35 et la Deux 15 minutes 35. En 2006, la Une a diffusé 18 minutes 12 et la Deux 14 minutes 53. Il y a la constatation suivante à faire : il y a clairement une diminution de la pub sur la Une et une volonté de rééquilibrer les programmes entre la Une et la Deux.

En ce qui concerne le débat sur la publicité entourant les émissions pour enfants, il y a la volonté de clarifier la notion d'émission pour enfants, on peut se poser la question de savoir si, par exemple, « *Les Simpsons* » est un programme pour enfants ? En 2005, le CSA a condamné la RTBF pour deux programmes et la RTBF a été contrainte de diffuser des rectificatifs. On constate également une moindre consommation de la télé par les enfants puisque leurs habitudes de consommation télévisuelle a diminué de 10 minutes par jour. Ils regardent moins les chaînes belges mais plus des chaînes étrangères avec des programmes dédiés comme « *Nickel Odeon* » qui n'a jamais fait de publicité particulière à leur égard. Il y a un débat à ouvrir en Communauté française en ce qui concerne l'offre télévisuelle pour les enfants. Des chaînes thématiques sont diffusées avec des produits non européens et cela pose clairement un problème de concurrence avec les chaînes de la Communauté française.

2005 correspond également avec la création

d'une société en collaboration avec les Editions Dupuis à Charleroi en vue de création de films d'animation en 2 et 3 dimensions. 25 emplois nouveaux ont été créés et des métiers d'animation ont été créés. Ainsi, il souhaite que la Commission ait l'opportunité de visiter les studios à Charleroi qui sont dédiés à cette production particulière.

En matière de personnel, les effectifs en 2005 s'élevaient à 2281, en 2006, 2251 et en 2007, 2199. L'effectif cible est arrêté à 2171 personnes. Il s'agit de personnes avec au minimum un contrat d'un mois.

En matière de coproductions et de productions propres, la Une a diffusé, en 2006, 1964 heures sur l'année, la Deux, 2061 heures, cumulées, la Une et la Deux ont diffusé 4025 heures soit une moyenne horaire de 11 heures et 1 minute par jour. En termes budgétaires, en 2005, les comptes sont en déficit de 3.756.000 €, en 2006, 746.000 €, en 2007, 759.000 € et en 2007, - 92.000 € (estimation). La RTBF va donc vers un compte à l'équilibre à partir de 2007 et certainement jusqu'à 2012. Une autre constatation à faire est que le marché publicitaire ne va plus croître, c'est clairement lié aux décisions des annonceurs qui privilégient d'autres médias comme internet. Il faut constater également que les années paires, avec des événements sportifs ont rapporté plus de publicité qu'habituellement.

2 Discussion générale

M. Dubié, rapporteur, souhaite aborder la question des recettes publicitaires à la RTBF. Il rappelle que la Commission a tenu un débat assez animé sur la question du plafond des recettes publicitaires à la RTBF. Il rappelle la position des uns et des autres en cette matière et le refus notamment de son groupe d'accorder une augmentation du plafond des recettes publicitaires.

L'Administrateur général s'est félicité des moyens apportés à la production indépendante et leur augmentation. Pour ce commissaire, cela signifie clairement une diminution de moyens apportés à la production propre et il se fait l'écho d'inquiétudes évoquées par des agents de la maison. Un certain découragement règne au sein des personnels qui s'occupent de la production en général.

À propos du Tax Shelter, on cite un chiffre de 4 millions d'€. C'est un chiffre important en matière de recettes mais seulement, qui décide d'affecter ces moyens à tel ou tel type de production ?

À propos de « Questions à la Une », cette

émission ne couvre pas toute l'actualité. Il regrette que les grands sujets internationaux ne soient plus couverts par la RTBF. Il n'y a plus de case pour ces productions et pour qu'elles soient vues par les téléspectateurs.

En matière de culture, il déclare rester sur sa faim. C'est un catalogue où il y a tout et n'importe quoi et il le regrette. Il souhaite avoir la position de l'Administrateur général sur la philosophie qui concerne les choix et sur la ventilation de cette programmation. Pour lui, « 50° Nord » n'est qu'un talk-show et ne ressemble pas à un journal télévisé culturel. Il tient à souligner l'importance de l'initiative de l'installation d'un émetteur FM sur Kinshasa et il considère qu'il faut renforcer ces émissions en insistant sur la spécificité du regard belge sur la réalité congolaise.

Le thème de la « concernance » évoqué par l'Administrateur général est important car cela prouve que la RTBF est regardée. « Bye bye Belgium » a clairement permis de voir que, contrairement à ce que déclarent certains détracteurs, la RTBF est regardée et diffuse des émissions interpellantes.

A propos des émissions pour enfants, il demande qui décide du contenu de la définition de ces émissions. Est-ce le CSA ?

A propos de l'émission « C'est du belge », il regrette toujours la diffusion de ce type d'émissions qui ne correspond pas aux missions de service public de la RTBF et singulièrement de ses missions d'information. D'autant que la chaîne privée diffuse ce type de programme.

Enfin, à titre personnel, il regrette qu'il n'y ait pas d'émission sur le jazz.

M. Fontaine évoque l'avis du CSA dans lequel celui-ci réclame des informations utiles sur la notion d'éducation permanente. Comme réagit l'Administrateur général à cette remarque ?

En ce qui concerne l'évolution du taux d'audience, lorsqu'il n'y a pas de grands événements sportifs, pourquoi et comment cette audience évolue et diminue ? Cela veut-il dire que la RTBF n'est considérée que comme une chaîne sportive ou qui ne diffuse que des programmes sportifs ?

A propos de l'objectif de 2006, a-t-il été atteint ?

En ce qui concerne la culture, ce commissaire constate une diminution de l'offre culturelle sur la Deux en télévision. Les téléspectateurs intéressés sont donc transférés vers Arte et ceux que cela intéresse moins ne vont pas suivre ces émissions culturelles, on diminue donc clairement selon lui

l'offre culturelle sur la deuxième chaîne.

Au-delà de l'implantation de l'émetteur FM à Kinshasa, est-ce que d'autres projets en RDC existent ailleurs, par exemple à Lubumbashi, très orienté vers l'Afrique du Sud ? Lubumbashi est une cité d'1,5 millions d'habitants et beaucoup de belges y vivent et il est dès lors intéressant d'envisager une telle extension.

Peut-on distinguer dans le budget de la RTBF, la part consacrée aux missions de service public ?

En ce qui concerne les télévisions locales, les propos du président du CA de la RTBF évoquant l'idée d'un holding commun RTBF-Télévisions locales ont été peu appréciés par les intéressées et c'est peu dire. Comment l'Administrateur général envisage-t-il cette collaboration ?

L'Administrateur général évoque la question d'une fusion probable des rédactions de la radio et de la télévision en créant une newsroom, comment cette fusion va-t-elle s'opérer ?

En ce qui concerne la révision de la directive Télévisions sans frontière, la Commission européenne a réalisé un questionnaire à destination des Etats membres. L'Administrateur général a-t-il été contacté pour y répondre ?

M. Langendries constate entre 2000 et 2007, une augmentation des écrans publicitaires et l'arrivée de la télévision réalité. Il constate aussi un effet linéaire de l'augmentation de l'audimat lors d'événements sportifs et que par ailleurs, la tendance de la baisse de l'audimat de la RTBF est arrêtée depuis fin 2005.

En ce qui concerne l'éducation aux médias, ce point est illustré par le magazine « Décode » qui traite de la médiation et de l'éducation, et c'est une satisfaction.

Il voudrait quelques précisions en ce qui concerne les investissements immobiliers de la RTBF. L'Administrateur général peut-il développer cette activité ?

Il interroge l'Administrateur général sur la vidéo à la demande, est-ce que ce type de service peut-être offert par la RTBF dans l'état de la technique actuelle ?

A propos de la TNT (télévision numérique terrestre) quel est le pourcentage de la population de la Communauté française concerné par ce type de programme ?

Il voudrait également obtenir des précisions sur la question des nouveaux formats en matière de télévision.

A propos de la renégociation des droits du

football, il voudrait en savoir plus quant à l'évolution de la négociation. La RTBF craint-elle de perdre le marché ?

M. Devin remercie l'Administrateur général pour ses explications qui éclairent quant à sa politique de gestion de la RTBF.

Les valeurs de la RTBF sont clairement identifiées quant au contenu, et quand on compare le contenu de l'émission « Bye bye Belgium » et celui de « Desperate housewives », c'est éclairant.

A propos de la publicité et des émissions pour enfants, ce commissaire demande où en sont les discussions avec le CSA ? Existe-t-il une définition de l'émission pour enfants ?

En évoquant l'émission « Bye bye Belgium », il constate que l'on a vu une évolution dans le contenu des critiques adressées à cette émission. Ce qui était tenu pour une fiction irréaliste, a pris une autre couleur lorsque la réalité des urnes a rejoint d'une certaine manière la fiction. Des engagements ont été pris par la RTBF, ont-ils été tenus ?

Que pense l'Administrateur général de la technologie, notamment en matière de numérisation ?

A propos de la synergie Télévisions locales et RTBF, il demande des précisions de la part de l'Administrateur général, où en est-on ?

A propos du Plan Magellan, et sur le financement des centres régionaux, il souhaiterait que l'Administrateur général fasse le point. Il lui semble nécessaire d'organiser une réunion de la Commission sur ce point en particulier afin d'éclairer les commissaires.

La RTBF est clairement la chaîne leader en ce qui concerne la diffusion des documentaires et il s'en réjouit.

A propos des archives, la Commission a entendu l'appel au secours des Télévisions locales, y a-t-il des possibilités de collaboration avec la RTBF ? Si oui, où en est-on ?

Une demande récurrente est examinée régulièrement par la Commission, cela concerne l'accessibilité des sourds et des malentendants aux émissions d'information de la RTBF. Ce commissaire déclare comprendre l'évolution de la situation mais il voudrait savoir s'il n'y a pas moyen de résoudre cette question qui touche pas mal de personnes.

En voyant les chiffres d'audience que l'Administrateur général a montré sur sa projection, on constate un pic. Il correspond souvent à des événements sportifs. Quelle est la stratégie de la RTBF en matière de football ? Il pense avoir compris

qu'il y avait un choc avec Belgacom sur ce sujet et notamment sur le fait de diffuser le dimanche soir le match phare.

A titre personnel, il considère que « 50° Nord » est un talk-show culturel mais un talk-show quand même.

A propos de l'émission « C'est du belge », il ne faudrait pas faire deux fois la même chose, en référence à un autre programme diffusé sur une chaîne concurrente. Est-ce là une définition d'une émission qui correspond à celle d'une mission de service public ?

La Commission a visité toutes les Télévisions locales, elle a visité Belgacom, RTL Tvi, il lui semble nécessaire de visiter également la RTBF. Il se demande pourquoi il n'y a jamais eu d'invitation de la part de la RTBF.

Mme de Groote veut souligner qu'il est important de présenter simultanément ces deux rapports d'activités et elle se réjouit d'entendre le nouvel Administrateur général lorsqu'il aura pris officiellement ses fonctions.

Sur la publicité et la déclaration du Président français Sarkozy de supprimer la publicité sur les chaînes publiques françaises, elle souhaite entendre l'Administrateur général sur la position de la RTBF à propos de la diffusion de la publicité commerciale sur ses antennes. La RTBF est-elle en capacité de pouvoir s'en séparer ? Y a-t-il eu une évaluation en interne et en externe de la perception de la diffusion de la publicité sur la chaîne publique ? Ces réflexions ont-elles eu lieu par courriels ou par d'autres moyens ? Comment s'organise cette évaluation ?

A propos de la production et de la culture, son collègue **M. Dubié** déclare sentir un certain découragement à l'intérieur de la maison en matière de production propre. Comment se fait l'évaluation de ces productions en interne ?

Des membres ont évoqué les Télévisions locales et des synergies avec la RTBF, celles-ci existent-elles ? Existe-t-il aussi des cas de non-collaboration qui ne sont pas exprimés ? Elle a entendu dire que, quand on passe sur une chaîne, en l'occurrence la RTBF, on ne peut pas passer sur une autre par exemple une Télévision locale. Est-ce un mythe ou est-ce la réalité ?

Comment l'Administrateur général se situe-t-il dans le cadre européen en matière de législation et singulièrement en ce qui concerne l'évolution de la directive sur les médias ?

M. Dubié, rapporteur, à titre personnel, demande à l'Administrateur général ce que de-

viennent les plaintes déposées par les téléspectateurs? Qu'attend la RTBF pour résoudre ces plaintes?

M. le Président, à titre personnel, souligne que les rapports d'activités 2005 et 2006 sont basés sur les modalités prévues dans le contrat de gestion négocié par lui.

Il a le sentiment qu'en analysant le top 100 des émissions les plus regardées en 2007, que c'est lorsque la RTBF diffuse des émissions relevant des missions de service public qu'elle retrouve une position dominante.

Le concept de « concernance » évoqué par l'Administrateur général est très intéressant et il souhaiterait avoir un peu plus de détails à ce sujet.

A propos du financement de la fiction « 7ème ciel Belgique », il constate qu'une partie de cette production a pu être assurée par le Tax Shelter fédéral et s'en réjouit.

Il se demande pourquoi l'illustration de Pornokratès de Félicien Rops apparaît lors de la diffusion de la projection Power point quand on évoque l'émission « Bye bye Belgium » ?

A propos de « 50° Nord », c'est effectivement un talk-show et le financement est assuré par la Communauté française et pas par la RTBF. Y a-t-il un apport supplémentaire de financement porté par la RTBF ?

Il voudrait faire part de ses remarques positives en ce qui concerne deux émissions de la RTBF en matière d'actualité culturelle. Il s'agit de « Mille feuilles » et de « Screen ».

A propos de la dimension régionale évoquée par un commissaire, et singulièrement sur la part de la dimension régionale de la RTBF, cette question viendra sûrement en discussion au sein du groupe de travail Wallonie-Bruxelles.

3 Réponses de M. Philippot, Administrateur général de la RTBF

En ce qui concerne la croissance des revenus publicitaires et le plafond autorisé, **M. Philippot** rappelle aux commissaires que le plafond des 25 % avait été introduit à l'époque à la demande de RTL Tvi. Il s'agissait clairement de partager le « gâteau » publicitaire pour assurer à la chaîne privée ses revenus. Il continue à estimer que le plafond devait disparaître à partir du moment où RTL Tvi disparaissait du paysage audiovisuel de la Communauté française.

Comment gérer la pression publicitaire dans

les programmes? Il s'agit de faire appel à deux types de mécanismes de régulation. D'une part le minutage de la diffusion des publicités et d'autre part l'interdiction de certains annonceurs.

En ce qui concerne l'évolution des marchés publicitaires, il tient à indiquer que les coûts de diffusion de publicités augmentent plus vite que l'inflation et, à un moment donné le plafond des 25 % est dépassé mécaniquement. Il tient à rappeler qu'il n'y a jamais eu de coupures publicitaires supplémentaires ou qu'il y ait eu une augmentation du temps de diffusion de publicité. Aujourd'hui, en voyant l'évolution des marchés, on pense qu'on ne peut plus tabler sur une augmentation du marché publicitaire. Il y a clairement un transfert de la publicité de la télévision vers internet et vers les moteurs de recherche. Aujourd'hui, si le plafond publicitaire est levé, il considère pour sa part que la RTBF reste dans le statu quo en ce qui concerne ses revenus publicitaires.

En ce qui concerne la France et la Belgique, la RTBF n'a pas vocation à programmer de la publicité dans ses programmes. Comme responsable audiovisuel, il ne demande pas la pub, et comme spectateur, il n'aime pas la publicité. En tant que manager d'une entreprise audiovisuelle, il estime sa position plus confortable s'il connaît l'entièreté de son budget au 1er janvier de chaque année qui arrive. Le débat de la présence de la publicité sur une chaîne publique est important mais il faut tenir compte de la réalité des marchés. Les chaînes publiques risquent de prendre un bouillon par une déstabilisation des marchés publicitaires. Hors le financement public, quelle est la compétence de la Communauté française? 75 % des audiences et budgets publicitaires échappent à la Communauté française. Sa préoccupation en tant qu'Administrateur général est d'assurer le financement de l'entreprise, sa pérennité et sa légitimité auprès du public. Une télévision ou une radio de service public qui n'est pas écoutée passe à côté de ses objectifs. Il ne faut pas négliger le côté généraliste de la RTBF. Il souligne que l'ensemble du personnel de la RTBF a consenti des efforts extraordinaires afin d'assurer la stabilité économique de l'entreprise compte-tenu des rigueurs exprimées dans le contrat de gestion.

Souvent on compare la RTBF avec la VRT. Il voudrait indiquer que la VRT obtient une dotation de la part de la Communauté flamande d'un montant de 280 millions d'€ , celle de la RTBF étant de 180 millions d'€ . En terme de revenus publicitaires, la RTBF a un revenu estimé entre 50 et 60 millions, la VRT obtiendra une recette de 65 millions d'€ du marché publicitaire. Il faut comparer également le nombre de chaînes de télévi-

sion et de radio. La RTBF a deux chaînes de télévision et cinq chaînes de radio et les temps d'antenne sont identiques entre la VRT et la RTBF. La VRT a deux chaînes de télévision et deux chaînes de radio et obtient 100 millions supplémentaires.

A la question de Mme de Groote sur la perception de la diffusion de publicité par le citoyen, il a demandé s'il y avait une évolution. Cette question est relativement peu présente dans les courriels adressés à la RTBF et dans les plaintes déposées. Il n'y a pas d'évolution significative des plaintes à ce propos.

En ce qui concerne internet, on a cru que les sites payants permettraient de rentabiliser des entreprises; des entreprises de presse ont installé des sites payants pour que les consommateurs puissent avoir accès à leurs articles. Aujourd'hui, l'on constate une marche arrière en ce qui concerne cette optique. La publicité sur internet constitue une source de revenus plus régulière que le paiement d'un abonnement par des internautes pour obtenir des services.

A propos de Casa Kafka, la maison de production qui gère les investissements générés par le Tax Shelter, il indique qu'il existe un marché du film et que son option est de privilégier plutôt le long-métrage. A propos du Tax Shelter, il voudrait indiquer que « 7ème ciel Belgique » a été autofinancé en ce qui concerne sa première saison tandis que « Meltingpot café » a été financé par le Tax Shelter dès sa première saison.

M. Dubié, rapporteur, demande si les moyens techniques attribués à ces réalisations proviennent de la RTBF ?

M. Philippot répond que Casa Kafka est une société anonyme dirigée par Mme Molhant qui a été une experte en matière de gestion au sein de Wallimage et que, par ailleurs, elle connaît extrêmement bien la production cinématographique flamande et ces deux expériences conjuguées en font la personne la plus qualifiée pour gérer cette société anonyme. En ce qui concerne son mode de fonctionnement, il n'y a pas à proprement parler de comité de sélection. Cette société fait son choix sur le marché du film, que celui-ci soit au stade de l'écriture ou de la préproduction.

En ce qui concerne l'actualité internationale en réponse à la question de M. Dubié, il aimerait bien pouvoir diffuser un magazine de ce type mais il faut savoir que ces reportages de 52 minutes et plus nécessitent neuf semaines de tournage d'une équipe. C'est évidemment très coûteux.

M. Dubié, rapporteur, à titre personnel, répond que, pour lui, lorsqu'il était journaliste en

charge de l'actualité internationale, les tournages se déroulaient sur dix jours avec un cameraman et un preneur de son.

M. Philippot répond que Hadja Labib fait un documentaire sur l'Afghanistan et que Thierry Michel travaille à la réalisation d'un projet sur une production sur le Katanga.

Il n'est pas d'accord en ce qui concerne les critiques adressées à « 50° Nord » car il ne s'agit pas seulement d'un talk-show. Cette émission décuple le temps d'antenne que « Javas » attribuait à la diffusion d'actualité culturelle mais elle fait également un travail de fond sur la culture de manière générale. Elle invite aussi des acteurs de la vie culturelle de la Communauté française et met en valeur leur talent.

En matière de culture, il y a une série de magazines spécialisés qui sont diffusés sur les antennes : « Screen », « Décibels », il y a des émissions de rencontre comme « Hep! Taxi! » et enfin, il y a des captations de spectacles vivants.

Sur l'installation d'un émetteur FM à Kinshasa et la présence de la RTBF en RDC, il confirme à M. Fontaine qu'il y a un projet sur Lubumbashi mais qui n'est pas encore abouti.

A la question relative à la proximité de la diffusion de la publicité proche des émissions pour enfants et sur le CSA, il répond que c'est l'effet du décret sur la radiodiffusion de 2003. Il est sain d'avoir un débat régulier avec le régulateur.

Il y a un débat sur la notion d'émission pour enfants. Et la RTBF est demandeuse d'une définition plus claire de l'émission pour enfants. En ce qui concerne l'émission « C'est du belge », elle a été retirée du concept d'éducation permanente où elle n'a rien à faire.

Dans le cadre de l'échange entre les journaux « Le Soir » et « De Standaard », des critiques de télévision flamands ont regardé des émissions de la RTBF. Ils ont eu l'occasion d'émettre des avis en ce qui concerne leur contenu, avis régulièrement positif.

Un commissaire a indiqué qu'il constatait une diminution de l'offre culturelle sur la Deux, il s'agit d'une impression car il y a plus d'heures de diffusion d'émissions culturelles qu'avant le lancement de « 50° Nord ».

En ce qui concerne le questionnaire de la Commission européenne relatif à l'actualisation de la directive Télévision sans frontière, les pays membres l'ont reçu ces derniers jours. Un agent de la RTBF, M. Vandendorpe, travaille au sein de l'Union européenne de radiodiffusion et a eu

une réunion à ce sujet vendredi dernier à Genève. L'Administrateur général se déclare serein par rapport à la démarche de la Commission. Pourquoi est-ce la DG concurrence qui évoque ce sujet ? Parce qu'il s'agit évidemment du marché unique. Depuis toujours, la Commission reconnaît que le financement mixte public/publicité des télévisions publiques ne porte pas atteinte au marché unique. Il rappelle que depuis le début de l'année 2001, 20 plaintes d'opérateurs privés ont été déposées. Ces plaintes ne relèvent pas du hasard et 18 d'entre elles ont été déboutées. Deux plaintes ont été admises pour des motifs techniques. La nouvelle directive sur les médias reconnaît les services linéaires et non linéaires. De nouvelles questions se posent. Est-ce que le service public peut intervenir dans les nouveaux médias ? La Commission européenne répond à cet égard positivement. En Grande-Bretagne, en 2008, l'investissement publicitaire sur internet sera supérieur au reste des médias.

A la question relative à la création de la News room qui est une fusion des rédactions télévision, radio et internet, il ne s'agit pas de réduire le personnel mais il faut arriver sur internet, il y a un potentiel en friche à développer et donc, il faut travailler ensemble. Il s'agit de prolonger le travail en radio et en télévision sur internet avec de nouvelles méthodes de travail.

En matière d'investissements immobiliers, il y avait trois objectifs. D'une part, en ce qui concerne l'immobilier récurrent, procéder à la rénovation, d'autre part, procéder à des rationalisations immobilières et enfin, procéder à des économies d'énergies, assurer une meilleure ergonomie et une réduction du nombre de m, un tiers de m en moins. Il y a également la construction d'un nouveau bâtiment à Charleroi. Il s'agit d'un studio de production dédié aux moyens de production numérique. A Liège, un studio est en voie de construction. Cela représente un investissement de 25 millions d'€ à Liège. La numérisation de la diffusion de la télévision représentera un coût de 45 millions. Ce que représente concrètement le passage d'une chaîne analogique à une chaîne numérique, c'est que l'on n'utilise plus de cassettes pour diffuser des programmes mais bien un serveur numérique.

En ce qui concerne la vidéo à la demande, la RTBF en fait déjà. Ces programmes sont déjà diffusés sur Belgacom et sur Télénet. En ce qui concerne VOO, ce cablo-distributeur ne dispose pas de la technologie pour la mettre à la disposition des téléspectateurs. Des investissements en numérique vont le permettre, il faudra attendre deux ans pour voir les premiers effets de cette évo-

lution.

En ce qui concerne la télévision numérique terrestre « TNT », le taux de couverture est de 82 à 83% avec des zones d'ombres dans certaines parties de la Communauté française. Fin 2011, le taux de couverture de la population atteindra 92 à 93%. Par taux de couverture, il faut entendre qu'un critère de réception est prévu selon la formule que l'on place une antenne intérieure de 30 cm à proximité de la fenêtre au rez-de-chaussée d'un immeuble. Le décodeur de la TNT coûte de 50 à 100 € mais ce coût est en réalité bien moins cher que l'antenne râteau traditionnelle. Pour passer d'un taux de couverture de 82 à 92%, les investissements sont plus élevés que pour passer de 0 à 82%.

En ce qui concerne le contrat de football, on peut considérer que l'influence en termes d'audience sur une année représente un demi % de part de marché, ce qui est le taux moyen de l'impact d'un mondial de football. Il y a bien un pic d'audience en ce qui concerne les événements sportifs. Il convient toutefois de relativiser ces événements dans la mesure où, par exemple, ces événements sportifs suscitent un intérêt d'audience selon le type de pays concerné. Par exemple, en ce qui concerne les jeux olympiques d'hiver, il y a un intérêt manifeste en Suisse et en Allemagne mais pas nécessairement en Belgique. Il n'y a en tout cas, au sein de la RTBF, pas de volonté de mettre plus d'argent pour obtenir des images sportives. Il y a par contre un intérêt pour réaliser un travail de magazine sur le sport.

Il a interpellé Belgacom et l'Union royale footballistique de Belgique pour défendre les magazines du week-end et l'émission « Studio 1 » diffusée le lundi soir. Il n'est pas prêt à investir des sommes folles pour obtenir ces images. Il indique qu'il ne dispose pas encore du cahier des charges en ce qui concerne la retransmission des matches.

A propos de « Bye Bye Belgium », les résultats ont été, suite à cette diffusion, que davantage de journalistes de la RTBF tant en radio qu'en télévision couvrent la partie flamande du pays et l'actualité flamande. Un commissaire a évoqué l'installation du conseil de déontologie celui-ci est en voie de finalisation.

A propos des synergies avec les Télévisions locales, il faut acter les propos du Président du Conseil d'Administration de la RTBF et les réactions au sein de la fédération des Télévisions locales, Vidéotrame. Il ne pense pas être satisfait des relations entre la RTBF et les Télévisions locales. Il ne connaît pas une situation équivalente en Europe sur le fait qu'il y ait 12 télévisions locales et

la RTBF, chaîne de service public, sur un territoire de 4,5 millions d'habitants. Il y a bien des collaborations mais il y a eu aussi des accrochages, très circonscrits et locaux. Un bon exemple de relation entre les deux types de médias, c'est la collaboration lors des élections communales. Il y a eu l'organisation de débats au sein d'un certain nombre de communes. L'Administrateur général considère qu'il y a encore des choses à faire en matière de collaboration.

A propos des documentaires, des agents de la RTBF sont affectés à leur écriture et à leur réalisation. Actuellement, onze documentaires sont en production ou en pré-production et il ne s'agit pas moins de onze collaborateurs qui participent à leur conception.

A propos de l'évaluation des émissions, elle se fait par plusieurs types d'outils, d'une part l'examen des audiences, d'autre part, par la critique journalistique, le regard des professionnels sur les productions et l'étude du panel qui est une analyse qualitative des productions réalisées et présentées.

En ce qui concerne l'analyse du top 100 que certains commissaires ont évoqué, dans certains domaines, il y a des choix à faire et la RTBF assure et assume ces choix. Elle n'a pas, par exemple, voulu acheter les droits de « Desperate housewives », des « Experts », etc... Ce sont des choix éditoriaux, cela ne veut pas dire qu'elle ne veut pas acheter des séries américaines. Par ailleurs, il y a un élément dont il faut tenir compte, c'est la crise de la création en francophonie.

En ce qui concerne les choix éditoriaux, il y a une balance entre les investissements et les audiences.

A la question de M. Miller en ce qui concerne l'utilisation de l'image Pornocratès quand on a évoqué « Bye bye Belgium » dans le powerpoint, il indique que cette vignette fait partie du générique de l'émission « Tout ça ne nous rendra pas le Congo » qui est l'émission qui a produit ce programme.

A propos de « Mille feuilles » et de « Screen », l'adaptation d'horaire a permis d'augmenter l'audience.

Certains commissaires ont évoqué Arte Belgique, en ce qui concerne son financement, la Communauté française paie la production, la RTBF paie le salaire des coordinateurs et notamment de la coordinatrice Carine Bratzlavski.

A propos de la dimension régionale de la RTBF, des investissements sont réalisés en Wallonie et cette visibilité sera accrue lorsque la numé-

risation aura été totalement assurée.

M. Devin revient sur la question relative au sous-titrage en ce qui concerne les personnes sourdes et malentendantes.

M. Fontaine voudrait quelques éclaircissements en ce qui concerne le budget et la part dévolue au service public et en tout cas à ses missions.

M. le Président, à titre personnel, indique que sur le top 100, il reformulera sa question de manière plus large. Il considère qu'à propos de la Commission européenne, le problème du recours à la publicité sur une chaîne de télévision de service public peut être posée.

M. Devin voudrait également obtenir des précisions en ce qui concerne les archives, de même que **M. Dubié**.

Mme de Groote remercie l'Administrateur général pour la franchise de ses réponses et indique qu'il sera important de procéder à l'audition du nouvel Administrateur général dans un laps de temps relativement bref après son installation.

M. Philippot répond qu'en ce qui concerne les comptes 2006, il a été certifié sans réserve par les auditeurs. Il n'y a pas de souci car il y a une amélioration des outils financiers.

A propos des recours introduits en matière de publicité par des chaînes privées au niveau européen, 18 plaintes ont été déposées et rejetées. La Commission européenne admet, pour les chaînes publiques de télévision, la publicité comme une source de revenus. Il n'y a pas eu d'effet de dumping de la part de la RTBF.

Il considère que sur le contenu du top 100, on peut en rediscuter.

A la question relative au sous-titrage des émissions pour les sourds et malentendants, deux solutions se trouvent maintenant disponibles. D'une part le journal en gestuel TNT, d'autre part, le sous-titrage via le biais du télétexte. Il n'y a plus de journal télévisé gestuel sur la Deux mais il est diffusé sur la Trois qui est une chaîne diffusée par TNT et disponible sur internet. En ce qui concerne la diffusion de la Trois sur le câble, il est en attente de la numérisation du câble wallon et bruxellois.

Pour les archives, il n'y a pas encore de solution. Leur numérisation nécessite 20 millions d'investissements, ce qui permettrait de numériser 100.000 heures de programmes mais, à l'heure actuelle, ce budget n'est pas encore bouclé. Il y a cependant bien une analyse claire de la situation.

4 Examen des rapports d'activités.

La Commission de la Culture, de la Jeunesse, de l'Audiovisuel, de l'Aide à la Presse et du Cinéma considère avoir examiné conjointement les rapports d'activités 2005 et 2006 de la RTBF.

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

Le Rapporteur, Le Président,

J. Dubié R. Miller