



UCL Université catholique de Louvain
Faculté de droit et de criminologie

La concurrence entre la presse écrite et les médias audiovisuels de service public sur Internet

Mémoire réalisé par :

Elodie LECROART

Promoteur :

François JONGEN

Plagiat et erreur méthodologique grave

Le plagiat, fût-il de texte non soumis à droit d'auteur, entraîne l'application de la section 7 des articles 87 à 90 du règlement général des études et des examens.

Le plagiat consiste à utiliser des idées, un texte ou une œuvre, même partiellement, sans en mentionner précisément le nom de l'auteur et la source au moment et à l'endroit exact de chaque utilisation*.

En outre, la reproduction littérale de passages d'une œuvre sans les placer entre guillemets, quand bien même l'auteur et la source de cette œuvre seraient mentionnés, constitue une erreur méthodologique grave pouvant entraîner l'échec.

- A ce sujet, voy. notamment <http://www.uclouvain.be/plagiat>.

Remerciements

Je souhaite tout spécialement remercier mon promoteur, Monsieur François JONGEN pour sa grande disponibilité et ses conseils avisés qui m'ont guidés tout au long de la réalisation de ce mémoire. Je tiens ensuite à exprimer ma gratitude à Mesdames Catherine ANCIAUX, Sophie BERQUE, Margaret BORIBON, Sonja GAIDA, Sandrien MAMPAEY et Messieurs Gilles DOUTRELEPONT, Jean-François FURNÉMONT, Daniel HAMMER, Martin KALA, Loïs SIGGEN LOPEZ, et Daniel VAN WYLICK pour le temps qu'ils m'ont accordé et les informations fournies.

J'adresse également toute ma reconnaissance à mes parents pour le soutien moral et l'aide qu'ils m'ont apportés au long de ces cinq années, et en particulier à mon papa pour la relecture de ce mémoire. Je remercie enfin chaleureusement Jean-Sébastien pour sa présence, son écoute et ses encouragements.

Table des matières

Introduction	3
Chapitre 1. La régulation des médias audiovisuels publics au niveau européen	7
1. Evolution du paysage médiatique européen	7
2. Le cadre juridique de l'Union européenne	8
3. Les recommandations du Conseil de l'Europe	12
Chapitre 2. La situation en Belgique francophone	15
1. Présentation des acteurs	15
1.1. La presse écrite quotidienne	15
1.1.1. Présentation	15
1.1.2. : Données économiques	16
1.2. Le radiodiffuseur public – La RTBF	20
1.2.1. Présentation	20
1.2.2. Cadre légal	21
1.2.3. Données économiques	22
2. Le conflit entre les éditeurs de presse écrite et la RTBF	26
2.1. Exposé des faits	26
2.2. Jugement du 30 décembre 2011	27
2.2.1. Premier grief : L'exercice d'activités excédant ses missions légales, son décret statutaire et son contrat de gestion	27
2.2.2. Deuxième grief : L'utilisation illégale des dotations publiques qui lui sont allouées	29
2.2.3. Troisième grief : La violation des règles européennes en matière d'aides publiques et de concurrence et la publicité sur Internet	29
2.3. Analyse du jugement du 30 décembre 2011	30
2.3.1. La définition de la mission de service public	30
2.3.2. L'utilisation de la subvention dont bénéficie le service public	32
2.3.3. L'autorisation de la vente d'espaces publicitaires sur le site internet du service public	33
3. Les suites du conflit	35
3.1. : Les Etats généraux des médias d'information et le plan « Médias 2020 »	35
3.2. : Le nouveau contrat de gestion 2013-2017 de la RTBF	37
3.3. : Le projet de décret modifiant le décret statutaire de la RTBF et la procédure devant la Commission européenne	40
Chapitre 3. Droit comparé	43
1. En Belgique néerlandophone	43
1.1. Présentation des acteurs	43
1.1.1. La presse écrite quotidienne	43
1.1.2. Le radiodiffuseur public - La VRT	44
1.2. Le lobby de la presse et le nouveau contrat de gestion de la VRT 2012-2016	46
2. En Autriche	48
2.1. Présentation des acteurs	48
2.1.1. La presse quotidienne	48
2.1.2. Le radiodiffuseur public - L'ORF	48
2.2. Le conflit entre VÖZ et l'ORF	49
2.2.1. La procédure devant la Commission européenne	49
2.2.2. Le nouveau cadre légal de l'ORF	50
2.3. La décision de la Cour constitutionnelle	51
3. En Suisse romande	52
3.1. Présentation des acteurs	52
3.1.1. La presse écrite quotidienne	52
3.1.2. Le radiodiffuseur public - La SSR	53
3.2. Le conflit entre les éditeurs de presse écrite et la SSR	54
4. Analyse comparée	56
Conclusion	59

Bibliographie 61
Annexes..... 67

Introduction

« *La presse écrite est malade, depuis longtemps* »¹. Tel était le constat dressé par M. HANOTIAU il y a de cela 20 ans en évoquant les difficultés constantes rencontrées par le secteur de la presse : augmentation des coûts de production, concentrations, disparitions de titres,...

Au même moment, le premier navigateur web (*WorldWideWeb*) fait son apparition, mais l'on est encore très loin d'imaginer à l'époque l'impact des évolutions technologiques qui se préparent.

Jusque-là, en effet, les médias d'information traditionnels avaient toujours été délivrés sur des supports bien distincts que sont : le papier, la radio et la télévision². « *Chacun son métier et les vaches seront bien gardées* » semblait être le mot d'ordre même s'il arrivait parfois qu'une entreprise médiatique privée active dans un secteur s'aventure dans un autre pour tenter d'accroître ses bénéfices³.

Mais les développements rapides et inattendus de l'Internet sont venus bouleverser cet écosystème des médias. Grâce à l'apparition des technologies de l'information et de la communication (TIC) qui ont encouragé la convergence des médias, l'on est passé d'une logique du mono-support à une logique de supports polyvalents⁴.

Il n'a, désormais, jamais été aussi facile, rapide et bon marché d'accéder à l'information⁵.

Dans ce nouvel environnement, les éditeurs de presse écrite doivent parvenir à tirer leur épingle du jeu s'ils ne veulent pas être de simples spectateurs de la révolution en cours. Si auparavant leurs principales sources de revenus provenaient du prix payé par les lecteurs pour acheter les journaux imprimés et de la vente d'espaces publicitaires aux annonceurs, la donne a aujourd'hui changé.

Car se côtoient aujourd'hui sur le web, à côté des médias traditionnels, les « *news aggregators* » tels que Yahoo! ou Netvibes qui se contentent de collecter et mettre à jour de l'information provenant d'autres sources, ou encore les *pure players* tels que Rue 89, ou Agora Vox qui ont démarré sur leur activité numérique sans édition papier préalable.

N'ayant plus l'exclusivité d'un support, les éditeurs de presse écrite doivent dès lors tout miser sur leur contenu et s'appuyer sur la renommée de leur marque pour fidéliser un

¹ M. HANOTIAU, « L'audiovisuel est-il plus dangereux que l'écrit? », in X. (sous la dir. de F. JONGEN), *Médias et service public*, Bruxelles, Bruylant, 1992, p. 33.

² ENPA, *Report on Public Service Broadcasters* (confidential), 2011, p. 16.

³ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *Etat des lieux des médias d'information en Belgique francophone*, Bruxelles, Parlement de la Communauté française de Belgique Wallonie-Bruxelles, 2011, p. 165.

⁴ *Ibid.*

⁵ OCDE, *The evolution of news and the Internet*, 2010, p. 12, disponible sur: <http://www.oecd.org>.

consommateur⁶ qui n'a désormais plus qu'à « cliquer » pour passer d'un site d'information à un autre.

De plus, alors qu'auparavant les annonceurs finançaient l'information car il s'agissait du domaine qui captait l'audience maximale, ceux-ci désertent actuellement les vieux médias au profit des sites tels que Google, YouTube,... ou encore de la téléphonie mobile via lesquels ils captent davantage de consommateurs. C'est ainsi qu'une partie des budgets publicitaires de la presse traditionnelle sont perdus à tout jamais.

Dans ce contexte de concurrence rude et de situation financière précaire, la presse écrite fait ce qu'elle peut pour maintenir le cap, et n'hésite pas à se défendre lorsqu'elle estime que d'autres acteurs tentent de contourner les limites d'une concurrence loyale. C'est notamment ce qui s'est passé lors du conflit entre Copiepresse et Google au sujet du service Google News.

Or, depuis quelques années, le comportement d'un autre acteur médiatique agace le secteur de la presse écrite un peu partout en Europe : il s'agit du radiodiffuseur de service public. Car les médias audiovisuels, privés comme publics, ont eux aussi bien entendu pris part à l'évolution technologique afin d'offrir un contenu audiovisuel délinéarisé, de l'information en ligne, mais aussi d'être présents sur les réseaux sociaux et de développer des applications mobiles et autres innovations qui répondent mieux aux besoins et habitudes du public actuel. Cette nouvelle stratégie dite stratégie « *cross-medias* » ne pose, en général, aucun problème lorsque l'acteur audiovisuel est un acteur privé, auquel cas les nouvelles activités entreprises le sont au moyen de fonds propres et entrent dans le champ d'une concurrence saine et loyale. Cela paraît toutefois moins évident lorsque il s'agit du service public de l'audiovisuel qui, au moyen de sa subvention, propose un accès gratuit à ses services en ligne ainsi que des tarifs très avantageux pour les annonceurs.

S'il n'a jamais été contesté que le service public de l'audiovisuel est supposé être universel en termes de contenu et d'accès et se doit d'offrir une variété de programmes et de services rencontrant les besoins de tous les groupes de la société⁷ et qu'il est, pour cette raison essentiel de lui permettre d'exploiter les nouvelles technologies de l'information⁸ ; cela ne doit toutefois pas se faire en concurrençant déloyalement la presse écrite. Or, c'est justement ce que dénoncent certaines associations réunissant les éditeurs de presse écrite à travers l'Europe comme en Autriche, en Suisse, au Royaume-Uni, au Danemark,...

⁶ CSA, *Bilan: Nouveaux médias*, 2012, p. 7, disponible sur: <http://www.csa.be>.

⁷ ENPA, *op. cit.*, p. 10.

⁸ M. RIDINGER, « La mission de service public et les nouveaux médias », IRIS *plus*, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2009-6, p. 2.

L'Internet offre constamment de nouvelles possibilités au secteur des médias, mais il ne doit pas pour autant constituer une zone de non-droit dans laquelle chacun évoluerait selon son bon gré.

Conscients d'une telle problématique et au vu de la multiplication des plaintes des éditeurs de presse écrite, tant l'Union européenne que le Conseil de l'Europe ont adopté des lignes directrices devant permettre aux Etats de s'assurer que l'offre digitale des radiodiffuseurs publics ne fausse pas la concurrence au détriment des services en ligne offerts par le secteur de la presse indépendante⁹. Nous analyserons, dans un premier chapitre, les termes et la portée de ces instruments.

Dans un second chapitre, nous évoquerons l'état du droit belge en la matière, à travers le conflit judiciaire qui a opposé les éditeurs de presse francophones belges à la RTBF en 2010 et les évolutions ayant eu lieu jusqu'à nos jours.

Enfin, dans une approche comparée, nous examinerons dans quelle mesure la Communauté flamande, l'Autriche et la Suisse romande ont été confrontées au même problème et quelles ont été les solutions adoptées.

⁹ ENPA, *op.cit.*, p. 3.

Chapitre 1. La régulation des médias audiovisuels publics au niveau européen

1. Evolution du paysage médiatique européen

Partout en Europe, deux grandes périodes ont toujours été distinguées dans l'histoire des médias audiovisuels. La première, caractérisée par le monopole du service public, se justifiait par des raisons techniques (nombre limité de fréquences) mais également par une préoccupation d'intérêt général : il s'agissait d'assurer la diffusion de programmes éducatifs, de qualité, diversifiés et accessibles à tous, mission pour laquelle une entreprise de service public était la mieux placée¹⁰.

Les années 1980 furent marquées par une seconde période au cours de laquelle sont apparus les premiers opérateurs audiovisuels privés. Cette progressive libéralisation fut rendue possible grâce aux développements des techniques et marqua le début d'une concurrence entre service public d'un côté et acteurs commerciaux de l'autre. Cette co-existence a d'une part, contribué pendant longtemps à garantir un pluralisme des médias, une diversité culturelle et linguistique ainsi qu'une qualité des contenus¹¹ ; mais s'est d'autre part, toujours illustrée (et s'illustre toujours) par des vives querelles au sujet du financement des radiodiffuseurs publics dont les acteurs de radio et télévision privés estiment qu'il est parfois contraire aux règles européennes de concurrence.

Le passage du 20^{ème} au 21^{ème} siècle a, semble-t-il, inauguré une nouvelle période dans le paysage médiatique européen. En effet, l'apparition de l'Internet a fait éclater les frontières existantes entre les différents supports médiatiques et a entamé une ère nouvelle dite « *cross-medias* ». Désormais, il ne faudra plus dire « radiodiffuseurs de service public » mais bien « médias de service public ». Mais un tel bouleversement a également eu pour conséquence de faire entrer en concurrence directe deux acteurs qui ne l'étaient pas auparavant, à savoir les éditeurs de presse écrite et les organismes publics de radiodiffusion qui évoluent désormais sur un même support. L'éternel conflit entre opérateurs audiovisuels privés et publics s'est alors vu ravivé par les médias écrits qui accusent aujourd'hui le service public audiovisuel de concurrence déloyale lorsque celui-ci utilise le financement public qui lui est alloué pour mener de nouvelles activités sur Internet sans lien avec sa mission initiale.

Au fil des années et des avancées technologiques, la forte légitimité du service public n'a donc cessée d'être remise en cause au point de voir deux courants s'opposer aujourd'hui. Les défenseurs du premier courant sont en faveur d'un service public fort qui saisirait l'opportunité

¹⁰ M. HANOT, « Les nouvelles révolutions du service public », *CSA : Bulletin d'information trimestriel*, n°51, 2012, pp. 10-11, disponible sur <http://www.csa.be>.

¹¹ ENPA, *op. cit.*, p. 5.

des nouveaux médias pour offrir tous les types de contenus et être présent sur toutes les plates-formes afin de satisfaire toujours davantage son public, tandis que les représentants de l'autre courant sont partisans d'un service public « restreint » qui serait limité dans son expansion sur le numérique afin d'éviter toute concurrence faussée avec les autres acteurs médiatiques¹².

Dans ce climat de tensions perpétuelles initié dès la fin des années 70' – début 80' et réamorcé à l'heure actuelle, l'Union européenne ainsi que le Conseil de l'Europe ont constamment oeuvré à encadrer la régulation par les Etats de leur(s) média(s) audiovisuel(s) public(s) tout en rappelant le rôle important du service public dans une société pluraliste et démocratique.

Notons par ailleurs qu'il existe, à l'échelle européenne voire même au-delà, divers organismes chargés de représenter et de défendre les intérêts tant des radiodiffuseurs de service public que des éditeurs:

- L'Union Européenne de Radio – Télévision (UER) qui regroupe les organismes de radiodiffusion situés dans 56 pays d'Europe et d'alentour¹³;
- La European Newspaper Publishers' Association (ENPA) dont font partie les éditeurs de journaux et de médias d'information des Etats membres de l'Union européenne mais aussi de Norvège, de Suisse et de Serbie¹⁴;
- La European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) qui constitue un forum de discussions et d'échanges entre organismes régulateurs dans le secteur de l'audiovisuel de pas moins de 47 Etats¹⁵.

2. Le cadre juridique de l'Union européenne

L'Union européenne a pour objectif l'instauration d'un marché commun. A ce titre, elle se doit de veiller à la préservation d'une concurrence saine et loyale sur le marché intérieur et d'interdire les pratiques frauduleuses ou abusives qui menacent de fausser la concurrence¹⁶.

C'est à la Commission européenne que revient, en vertu de l'article 108, §1 du Traité sur le Fonctionnement de l'Union européenne (ex-article 88, §1 TCE), la compétence de contrôler les aides d'Etat déjà existantes. Elle a ainsi, à plusieurs reprises déjà, été amenée à examiner le financement de certains radiodiffuseurs de service public suite aux plaintes émises par des opérateurs radio ou télévisuels privés.

¹² C. PAUWELS, H. KALIMO, K. DONDEERS and B. VAN ROMPUY, *Rethinking European Media and Communications Policy*, Brussels, VUBPRESS, 2009, pp. 187-188.

¹³ Voy. <http://www.ebu.ch>.

¹⁴ Voy. <http://www.enpa.be>.

¹⁵ Voy. <http://www.epra.org>.

¹⁶ M. RIDINGER, *op. cit.*, p. 4.

La base fondamentale de son contrôle se trouve à l'article 107, §1^{er} TFUE (ex-article 87, §1^{er} TCE) qui détermine quels sont les types de compensations des pouvoirs publics qui doivent être considérées comme des aides d'Etat incompatibles avec le marché intérieur et, partant, qui doivent être interdites : « *Sauf dérogations prévues par les traités, sont incompatibles avec le marché intérieur, dans la mesure où elles affectent les échanges entre États membres, les aides accordées par les États ou au moyen de ressources d'État sous quelque forme que ce soit qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions* ».

Trois critères cumulatifs doivent donc être remplis, selon l'article, afin que la contribution soit regardée comme une aide d'Etat : il faut qu'il y ait un transfert de ressources d'Etat, que la mesure confère un avantage à certaines entreprises ou productions et, enfin, qu'un tel soutien soit susceptible d'affecter le marché et la concurrence entre Etats membres.

Une fois que la Commission conclut à l'existence d'une aide d'Etat, il lui faut examiner au cas par cas si une telle aide est incompatible avec le Traité, ou si elle peut bénéficier de l'exception prévue à l'article 106, §2 TFUE (ex-article 86, §2 TCE) qui stipule : « *Les entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général¹⁷ ou présentant le caractère d'un monopole fiscal sont soumises aux règles des traités, notamment aux règles de concurrence, dans les limites où l'application de ces règles ne fait pas échec à l'accomplissement en droit ou en fait de la mission particulière qui leur a été impartie. Le développement des échanges ne doit pas être affecté dans une mesure contraire à l'intérêt de l'Union* ».

Cet article rend ainsi conforme au droit européen l'attribution d'un financement par un Etat à son service public de radiodiffusion pour autant que cette aide soit nécessaire à l'exécution de sa mission de service public et qu'elle n'affecte pas défavorablement le marché.

Enfin, en cas de projet d'un Etat tendant à instituer une nouvelle aide ou à modifier une aide existante, l'article 108, §3 TFUE (ex-article 88, §3 TCE) exige que la Commission en soit avertie afin que celle-ci émette ses observations quant à la compatibilité de cette aide avec le Traité.

Outre ces dispositions générales, et en raison de la particularité du service public de radiodiffusion par rapport au service public d'autres secteurs économiques, divers instruments,

¹⁷ « *Services de nature économique que les autorités publiques des Etats membres, que ce soit au niveau national, régional ou local selon la répartition des compétences entre elles en droit national, soumettent à des obligations spécifiques de service public par le biais d'un mandat et en vertu d'un critère d'intérêt général et afin de s'assurer que ces services soient prestés à des conditions qui ne sont pas nécessairement celles qui prévalent sur le marché* », définition issue de : Guide relatif à l'application aux services d'intérêt économique général, et en particulier aux services sociaux d'intérêt général, des règles de l'Union européenne en matière d'aides d'Etat, de "marchés publics" et de "marché intérieur", SEC (2010), n°1545 final, p. 18.

pour la plupart non juridiquement contraignants, ont été adoptés par les organes communautaires afin de rendre plus explicites les conditions selon lesquelles le financement d'un opérateur audiovisuel public pouvait entrer dans le champ d'application de l'article 106, §2 TFUE¹⁸.

En effet, l'Union européenne est fondée sur différentes valeurs et principes fondamentaux qui sont communs à tous les Etats membres et qui sont énoncés à l'article 2 TUE. Parmi ceux-ci figure le pluralisme qui doit être une caractéristique de toute société où règne la liberté et la démocratie.

De plus, l'article 11 de la Charte des droits fondamentaux¹⁹ de l'Union européenne proclame la liberté d'expression et d'information et garantit la liberté des médias ainsi que leur pluralisme.

Et c'est justement afin de « *préserver le pluralisme dans les médias* » et rappeler le rôle important du service public « *pour les besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société* » que la Communauté européenne a adopté en 1997 un Protocole²⁰ annexé au Traité d'Amsterdam.

Ce Protocole prévoit d'assouplir les règles en matière de concurrence et d'aides d'Etat en faveur des organismes de radiodiffusion publics en déclarant : « *Les dispositions du traité instituant la Communauté européenne sont sans préjudice de la compétence des Etats membres de pourvoir au financement du service public de radiodiffusion dans la mesure où ce financement est accordé aux organismes de radiodiffusion aux fins de l'accomplissement de la mission de service public telle qu'elle a été conférée, définie et organisée par chaque Etat membre et dans la mesure où ce financement n'altère pas les conditions des échanges et de la concurrence dans la Communauté dans une mesure qui serait contraire à l'intérêt commun, étant entendu que la réalisation du mandat de ce service public doit être prise en compte* ».

Dans le même sens, le Conseil a adopté en 1999 une résolution sur la télédiffusion et radiodiffusion de service public²¹ dans laquelle il réaffirme la compétence des Etats membres quant au financement du service public à condition que ce financement soit :

- octroyé pour l'exécution d'une mission de service public dont l'attribution, la définition et l'organisation a été décidée par chaque Etat membre, et
- qu'il n'affecte pas les conditions commerciales et la concurrence au sein de la Communauté d'une manière contraire à l'intérêt général.

¹⁸ C. PAUWELS, H. KALIMO, K. DONDEERS and B. VAN ROMPUY, *Rethinking European Media and Communications Policy*, op. cit., p. 193.

¹⁹ Rappelons que cette Charte n'a pas de valeur juridique contraignante.

²⁰ Protocole sur le système de radiodiffusion publique dans les Etats membres annexé au Traité d'Amsterdam modifiant le Traité sur l'Union européenne, les Traités instituant les Communautés européennes et certains axes connexes, fait à Amsterdam le 2 octobre 1997, approuvé par la loi du 10 août 1998, *M.B.*, 1999, p. 14855.

²¹ Résolution du Conseil et des représentants des gouvernements des Etats membres concernant le service public de radiodiffusion, *J.O.U.E.*, C O30, 25 janvier 1999. Cette résolution n'a pas de valeur juridiquement contraignante.

La résolution énonce également que l'exécution de la mission du service public de radiodiffusion doit continuer à bénéficier des progrès technologiques.

De son côté, la Commission a publié en 2001 une Communication²² dans laquelle elle énonce explicitement les principes à respecter dans l'application des règles relatives aux aides d'Etat au secteur de la radiodiffusion. Elle rappelle à ce titre que « *le but principal de la réglementation dans le secteur audiovisuel consiste à préserver certains objectifs d'intérêt public, tels que le pluralisme, la diversité culturelle et linguistique et la protection des mineurs* ».

Malgré l'apport de ces différents instruments, l'évolution technologique rapide et l'émergence de nouveaux services de médias sur Internet ont donné lieu à une série de plaintes émanant des éditeurs de presse écrite désormais en concurrence avec le service public de radiodiffusion et dénonçant un manque de contrôle et de transparence des activités menées par celui-ci au moyen du financement de l'Etat.

Dans un souci de prévisibilité et de sécurité juridique, mais également dans le but de prendre en considération la jurisprudence déjà rendue en la matière, la Commission ressentit la nécessité de réviser sa Communication de 2001 et, en 2009, une nouvelle Communication²³ vit le jour. Celle-ci a pour but de clarifier les principes pris en compte par la Commission dans son application des articles 107 et 106, paragraphe 2 TFUE et de fournir un certain nombre de recommandations aux Etats membres devant leur permettre de financer leur service public de l'audiovisuel sans perturber le marché.

Dans cette Communication, qui joue aujourd'hui un rôle important en la matière, la Commission rappelle qu'il appartient à chaque Etat membre de définir la mission et le mandat du radiodiffuseur public et que son contrôle se limite à constater une éventuelle « erreur manifeste »²⁴. Elle recommande cependant que soit adoptée une définition claire et précise de ce mandat afin de savoir exactement si l'Etat membre souhaite inclure ou non dans la mission de l'organisme public de radiodiffusion une certaine activité²⁵.

Elle réaffirme également que les Etats membres sont libres de choisir le mode de financement applicable et que seul un contrôle au regard de l'article 106, §2 TFUE pourra être effectué afin de s'assurer qu'il n'y a pas de distorsion de concurrence sur le marché²⁶.

L'innovation majeure de cette Communication est de requérir des Etats membres qu'ils

²² Communication de la Commission concernant certains aspects juridiques liés aux œuvres cinématographiques et autres œuvres audiovisuelles, *J.O.U.E.*, C 320, 15 novembre 2001. Cette Communication n'a pas de valeur juridique contraignante.

²³ Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'Etat, *J.O.U.E.*, C 257, 2 juillet 2009. Cette Communication n'a pas de valeur juridique contraignante.

²⁴ Points 39 et 48 de la Communication n°257.

²⁵ Point 45 de la Communication n°257.

²⁶ Point 59 de la Communication n°257.

mettent en place une procédure d'évaluation préalable (dite « procédure *ex ante* ») fondée sur une consultation publique générale afin de vérifier si les nouveaux services envisagés par l'organisme public de radiodiffusion « *satisfont aux besoins sociaux, démocratiques et culturels de la société, tout en tenant dûment compte de leurs effets potentiels sur les conditions des échanges et de la concurrence* »²⁷. Il s'agit, en d'autres termes, d'évaluer l'impact de ce nouveau service sur le marché et de le mettre en balance avec la valeur ajoutée par ce service pour la société. La Commission ajoute qu'une telle évaluation ne peut être objective que si elle est réalisée par un organe indépendant²⁸.

En 2010, le Parlement adopta à son tour une résolution sur la radiodiffusion de service public à l'ère du numérique et l'avenir du système double²⁹. Celle-ci réaffirme l'importance pour l'intérêt général et le pluralisme médiatique de l'existence d'un système double efficace, comportant un véritable équilibre entre diffuseurs de service public et diffuseurs commerciaux.

De par cette résolution, le Parlement rappelle aussi que « *conformément au principe de la neutralité technologique, les radiodiffuseurs de service public doivent pouvoir, dans le cadre de la mission qui leur est assignée, offrir leurs services, y compris de nouveaux services, sur toutes les plateformes* »³⁰.

Comme nous le verrons, les principes relevés par les diverses instances européennes ne sont pas toujours suivis par les Etats membres. A l'heure de la convergence des médias, la plupart des opérateurs privés en Europe, et notamment les médias écrits, sont dérangés par les activités menées par le service public sur les nouveaux supports et requièrent plus de contrôle ainsi que la mise en place d'un « *public value test* » concernant les nouvelles activités menées par l'entreprise publique qui soit effectué par des autorités indépendantes, comme le requiert la Communication de 2009³¹.

3. Les recommandations³² du Conseil de l'Europe

Le Conseil de l'Europe, au même titre que l'Union européenne, est soucieux du respect du droit à la liberté d'expression et d'information garanti par l'article 10 de la Convention de sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés fondamentales³³ et reconnaît également le rôle spécifique du service public de radiodiffusion pour promouvoir les valeurs des sociétés

²⁷ Point 84 de la Communication n°257.

²⁸ Point 89 de la Communication n°257.

²⁹ Résolution du Parlement européen sur la radiodiffusion de service public à l'ère du numérique: l'avenir du système double, *J.O.U.E.*, C 99, 25 novembre 2010.

³⁰ Point 11 de la Résolution n° 99.

³¹ ENPA, *op. cit.*, p. 9.

³² Les recommandations, tant du Conseil des Ministres que de l'Assemblée parlementaire n'ont pas de valeur juridique contraignante.

³³ Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950, approuvé par la loi du 13 mai 1955, *M.B.*, 19 août 1955.

démocratiques, notamment celle du pluralisme, de la cohésion sociale et de la diversité culturelle.

Dans une recommandation de 2007³⁴, le Conseil des Ministres a énoncé les grands principes directeurs concernant la mission des médias de service public dans la société de l'information. Parmi ceux-ci figurent notamment le principe d'universalité (ou d'accès universel) qui doit permettre aux médias de service public d'être présents sur les plates-formes importantes et de disposer des moyens nécessaires à cet effet. La recommandation évoque aussi les conditions juridiques, techniques, financières et enfin organisationnelles requises pour accomplir la mission des médias de service public, comme l'établissement d'une définition claire de la mission ainsi qu'un financement approprié.

L'Assemblée parlementaire a, quant à elle, constaté dans sa recommandation 1878 (2009) relative au financement de la radiodiffusion de service public³⁵ la tendance actuelle de certains opérateurs privés à vouloir restreindre le pouvoir des Etats membres en matière de définition des missions, de la structure et du financement des organismes publics de radiodiffusion. Face aux diverses plaintes menées devant la Commission européenne par des opérateurs commerciaux, l'Assemblée parlementaire rappelle le principe de subsidiarité qui prévaut en la matière et invite les Etats membres à légiférer pour une plus grande sécurité juridique.

³⁴ Recommandation (2007) 3 du Comité des ministres aux Etats membres sur la mission des médias de service public dans la société de l'information, adoptée le 31 janvier 2007, disponible sur: <http://www.coe.int>.

³⁵ Recommandation 1878 (2009) de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe sur le Financement de la radiodiffusion de service public, adoptée le 25 juin 2009, disponible sur: <http://assembly.coe.int>.

Chapitre 2. La situation en Belgique francophone

1. Présentation des acteurs

1.1. La presse écrite quotidienne

1.1.1. Présentation

Sur un marché restreint à un lectorat de quelques 4,4 millions de personnes et très perméable aux médias français³⁶, la presse écrite francophone n'a pas échappé au phénomène de concentration et de disparition de titres. Aujourd'hui, l'offre en Communauté française³⁷ est ainsi aux mains de trois groupes de presse que sont Rossel, Les Editions de l'Avenir et IPM³⁸. Ensemble, ils produisent sept titres ou groupes de titres que sont:

- Le Soir ;
- Sud Presse (La Meuse, La Nouvelle Gazette, La Province, La Capitale et Nord Eclair) ;
- L'Echo³⁹ ;
- Metro⁴⁰ ;
- La Libre Belgique ;
- La Dernière Heure – Les Sports ;
- L'Avenir (Vers L'Avenir, Le Jour et Le Courier).

Révolution technologique oblige, les éditeurs ont, depuis quelques années maintenant, investi le support numérique pour rendre disponible leur contenu d'information via ordinateurs, tablettes et smartphones selon une formule mi-gratuite, mi-payante (*freemium*). En termes d'audience, les sites des quotidiens belges francophones détiennent 60% des parts de marché des sites d'information en Communauté française et entretiennent donc une position de leaders⁴¹.

Depuis 1999, les éditeurs de journaux francophones et germanophone⁴² se sont regroupés dans la scrl « Les Journaux Francophones Belges » (JFB). Celle-ci a pour mission de représenter le secteur auprès des différents niveaux de pouvoir, de défendre les intérêts

³⁶ A. ROEKENS, *Rapport synthétique du 1^{er} atelier « Marchés, acteurs, stratégies » des Etats Généraux des Médias d'information*, 2011, disponible sur : <http://egmedia.pcf.be>.

³⁷ L'article 2 de la Constitution utilisant toujours les termes de « Communauté française », nous n'emploierons pas l'expression « Fédération Wallonie-Bruxelles » dans ce mémoire.

³⁸ S. HOEBEKE et B. MOUFFE, *Le droit de la presse: presse écrite, presse audiovisuelle, presse électronique*, 2^e éd., Louvain-la-Neuve, Academia-Bruylant, 2005, p. 13.

³⁹ Produit par la société Mediafin détenue en joint-venture par Rossel et De Persgroep du côté flamand.

⁴⁰ Quotidien gratuit produit par la société anonyme Mass Transit Media détenue en joint-venture par Rossel et Concentra du côté flamand.

⁴¹ Propos recueillis lors de l'interview de Daniel VAN WYLIÏCK (voy. annexe n°4). Selon lui, ce chiffre passe à 85% si l'on ne prend pas en compte les sites d'RTL et de la RTBF.

⁴² Il n'y a actuellement qu'un éditeur germanophone, à savoir Grenz-Echo, qui produit un quotidien du même nom.

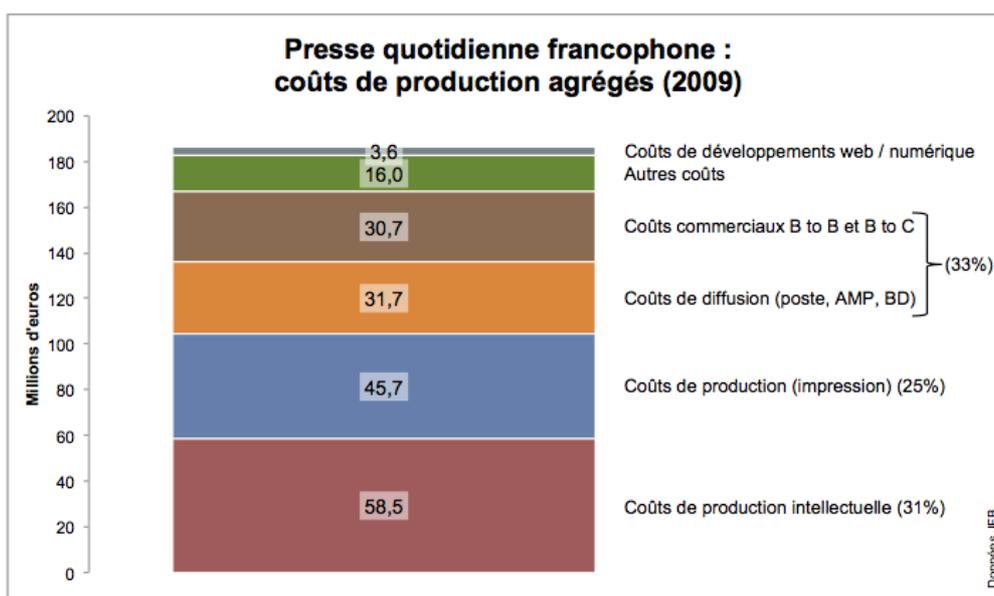
communs des éditeurs du Sud du pays, de dynamiser l'image de la presse quotidienne et d'en assurer la promotion à tous les niveaux⁴³.

1.1.2. : Données économiques

Afin de mieux comprendre les réalités auxquelles doivent faire face les éditeurs de journaux à l'heure actuelle, et en nous basant pour cela principalement sur le travail accompli par F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX dans le cadre du Rapport introductif⁴⁴ aux Etats Généraux des Médias d'Information, nous présenterons dans cette section quelques données économiques relatives au secteur de la presse écrite quotidienne francophone.

- Coûts

Comme nous le montre ce premier schéma⁴⁵, l'essentiel des charges assumées par les éditeurs de presse écrite provient des coûts de production intellectuelle, des coûts d'impression et des coûts de diffusion. Par contre, les coûts engendrés par le développement d'un journal sur le support numérique sont pratiquement inexistants (3,6% en 2009).



- Recettes

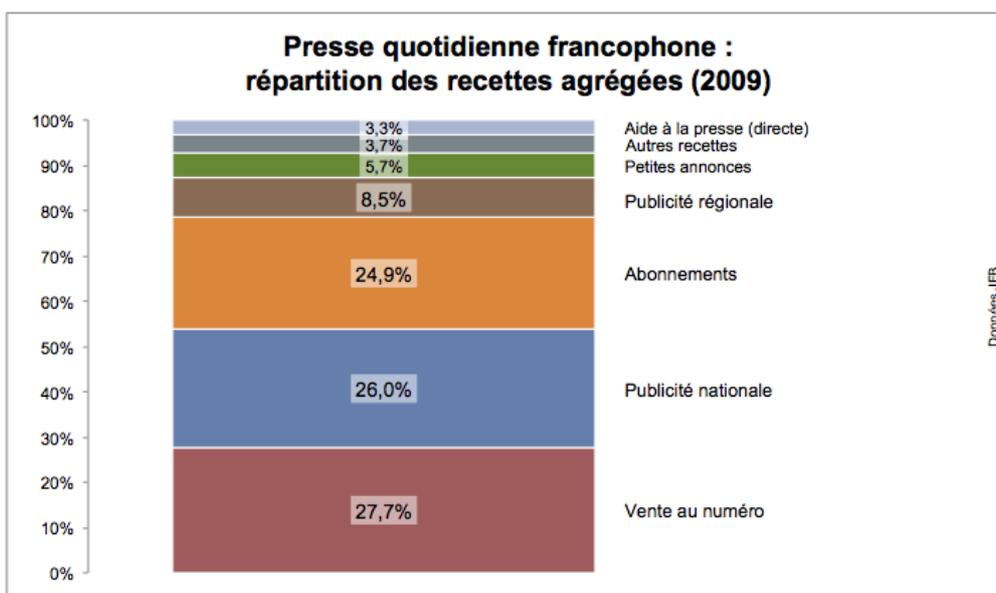
Le second schéma⁴⁶ nous indique que la vente au numéro, la publicité nationale ainsi que les abonnements constituent les principales rentrées financières de nos quotidiens.

⁴³ Voy. <http://www.jfb.be>.

⁴⁴ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op.cit.*

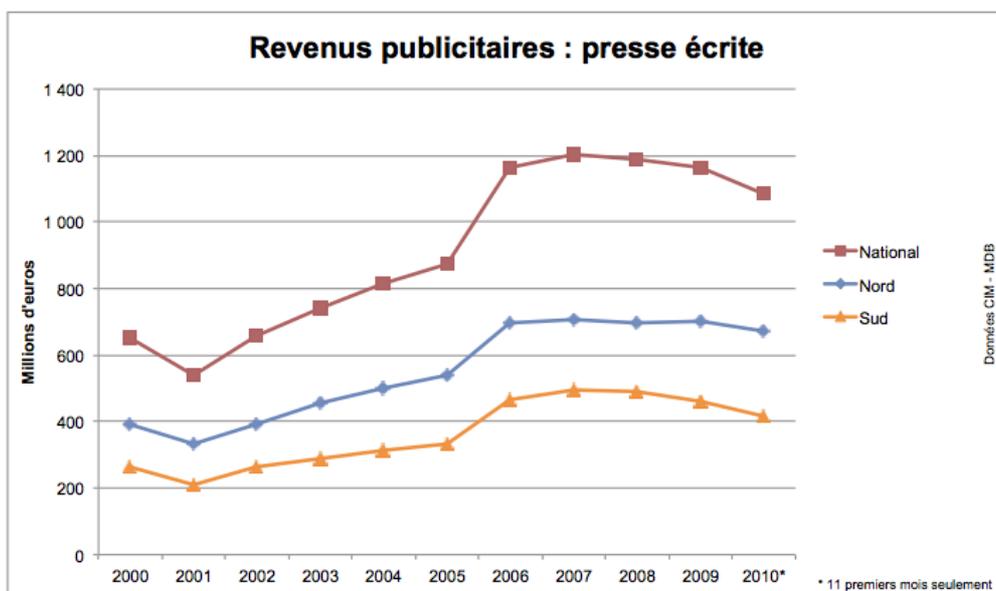
⁴⁵ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p. 15.

⁴⁶ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p. 17.



Toutefois, avec les conséquences de la crise économique, de la baisse du lectorat et de la généralisation du numérique, la vente au numéro papier est en baisse et les éditeurs cherchent, dans un avenir proche, à monétiser davantage leur contenu en ligne par la mise en place de formules *premium* ou de *paywall* afin de compenser cette perte.

De même, le schéma suivant⁴⁷ nous illustre que le marché publicitaire, s'il a connu une croissance générale jusqu'en 2007, est actuellement en décroissance ce qui inquiète également les groupes de presse.



Concrètement, si nous prenons l'exemple du quotidien Le Soir, son chiffre d'affaires atteignait, lorsque le support papier prédominait, les 50 millions d'euros avec environ 20 millions d'euros

⁴⁷ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p. 142.

de revenus publicitaires et 20 millions de ventes papier. Aujourd'hui, sur le support numérique qui constitue l'avenir des médias, le quotidien atteint péniblement 1 million d'euros de vente de contenu et aux alentours de 3,5 millions d'euros de publicité. Cela représente au total à peine 5 millions d'euros comparés à 50 millions auparavant⁴⁸.

- Aides à la presse

Outre la vente et la publicité, le secteur de la presse écrite compte également parmi ses revenus des aides publiques qui peuvent être soit directes, soit indirectes.

A l'origine, l'aide directe à la presse provenait de deux sources différentes. D'une part, la loi du 19 juillet 1979⁴⁹ avait mis en place une aide dont l'objectif était de soutenir les journaux quotidiens à faible tirage et dont les recettes publicitaires étaient limitées afin de maintenir une diversité dans la presse quotidienne d'opinion⁵⁰.

D'autre part, suite à l'autorisation de diffusion de la publicité commerciale, d'abord à RTL-TVi⁵¹ en 1987, et ensuite à la RTBF⁵² en 1989, une aide compensatoire a été mise en place au profit de la presse écrite quotidienne via le système dit « TVB ». Ce système consistait à transférer une partie des recettes de la publicité commerciale des opérateurs de radiotélévision à la presse écrite quotidienne pour la compenser forfaitairement de la perte des revenus liée à cette introduction de la publicité commerciale. Il se maintiendra jusqu'en 1996⁵³.

En 2004, la Communauté française, les éditeurs de presse écrite quotidienne et les chaînes de télévision s'accordent pour mettre en place un nouveau système d'aide à la presse après quelques années de commercialisation libre des espaces publicitaires. Un nouveau décret du 31 mars 2004⁵⁴ voit donc le jour et prévoit l'octroi aux éditeurs d'une somme de 6,2 millions d'euros indexée chaque année à partir de l'exercice budgétaire 2005⁵⁵. Jusqu'en 2007, ce montant proviendra toujours en partie des revenus publicitaires des chaînes de radiotélévision mais diminuera à mesure que la Communauté française l'alimentera par ses propres fonds pour être totalement supportée par elle en 2008. Cette somme est désormais gérée par le Centre de l'aide à la presse écrite de la Communauté française. En échange de cet accord, les

⁴⁸ Propos recueillis lors de l'interview de D. VAN WYLLICK (voy. annexe n°4).

⁴⁹ Loi du 19 juillet 1979 tendant à maintenir la diversité dans la presse quotidienne d'opinion, *M.B.*, 26 juillet 1979, p. 8324.

⁵⁰ Proposition de décret relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2003-2004, n° 500/1 du 10 février 2004, p. 2.

⁵¹ A.R. du 19 juin 1987 pris sur base de la loi du 6 février 1987 relative aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, *M.B.*, 3 avril 1987, p. 4939.

⁵² Décret du 4 juillet 1989 modifiant le décret du 12 décembre 1977 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (R.T.B.F.) et la loi du 6 février 1987 relative aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, *M.B.*, 31 août 1989, p. 14979.

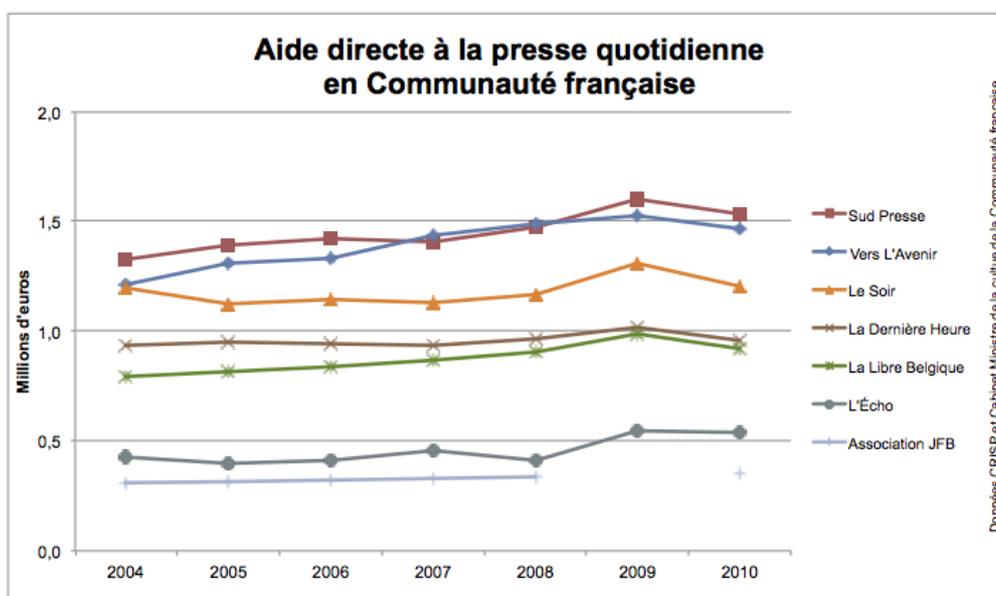
⁵³ M. GASSÉE, « L'aide directe à la presse en Communauté française (1973-2005) », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 2005/8 n° 1873, pp. 23-27.

⁵⁴ Décret du 31 mars 2004 relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, *M.B.*, 13 mai 2004, p. 38424.

⁵⁵ Article 5 du décret.

journaux ont renoncé aux multiples procès amorcés contre les sociétés de radiotélévision et contre la Communauté française⁵⁶. Aujourd'hui, ce soutien financier de la presse écrite par les pouvoirs publics est considéré comme une véritable mission d'intérêt général dans une société guidée par les principes de pluralisme et de liberté d'expression⁵⁷.

Le schéma suivant⁵⁸ nous montre, par quotidien, l'évolution de l'aide directe de 2004 à 2010. Notons que par groupe de presse, ce soutien représente environ 2% du chiffre d'affaires total.



Même si depuis 2004, le total de l'aide accordée a connu une croissance sensible, les éditeurs de presse écrite n'ont pas été épargnés par la crise financière de 2008. Ainsi, face à la situation économique difficile que traversent les médias, il avait été décidé en 2009 de procéder au paiement accéléré de l'aide, aux entreprises de presse (dont seul IPM avait bénéficié) qui en faisaient la demande, rendu alors possible par une modification du décret de 2004⁵⁹. Le même scénario a été reproduit en 2010 en assurant le paiement de l'aide à la presse pendant l'année de référence plutôt qu'au début de l'exercice suivant comme cela se faisait auparavant⁶⁰.

Outre l'aide à la presse directe, il existe également des aides indirectes telles que l'aide à la création d'imprimeries, un taux réduit de la TVA à 6% pour les journaux, des tarifs postaux préférentiels,...

⁵⁶ M. GASSÉE, *op. cit.*, pp. 30-31.

⁵⁷ S.-P. DE COSTER, « Le soutien de la presse écrite », in X. (sous la dir. de F. JONGEN), *Médias et service public*, Bruxelles, Bruylant, 1992, p. 49.

⁵⁸ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p. 60.

⁵⁹ Article 14 bis du Décret du 30 avril 2009 modifiant le décret du 31 mars 2004 relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, *M.B.*, 6 août 2009, p. 52406.

⁶⁰ Communiqué de presse du cabinet de la Ministre Fadila LAANAN, 1^{er} juillet 2010, disponible sur : <http://www.laanan.cfwb.be>.

⁶¹ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p. 63.

1.2. Le radiodiffuseur public – La RTBF

1.2.1. Présentation

A l'instar des autres pays d'Europe, le paysage audiovisuel belge a connu deux périodes. La radiodiffusion de service public a tout d'abord été concentrée dans les mains de l'INR, Institut National de Radiodiffusion, créé en 1930. Cet organisme gouvernemental unitaire détenait alors le monopole de l'exploitation de la radio, notamment pour des raisons techniques (nombre limité de fréquences), et recevait pour ce faire un financement de la part de l'Etat belge. A partir de 1937, un directeur de gestion différent fut désigné pour les programmes francophones et néerlandophones. En 1953, la télévision est apparue et la mission du service public fut élargie. Il régnait alors un large consensus social et une forte légitimité autour du concept de service public, celui-ci s'articulant autour de valeurs comme l'accès universel, la diversité, la qualité, l'absence de but lucratif et devant garantir avant tout la poursuite de l'intérêt général⁶².

En 1960, cette structure unitaire toucha à sa fin par une loi du 18 mai (loi Harmel)⁶³ qui créa alors deux instituts autonomes munis d'un budget propre: la RTB (Radio-Télévision Belge) et la BRT (Belgische Radio-en Televisieomroep). Avec la réforme de l'Etat en 1970 qui consacra l'existence dans la Constitution des trois « Communautés culturelles », l'unité audiovisuelle belge disparut définitivement. En effet, les communautés deviennent, en 1971, seules compétentes en matière de radiodiffusion et de télévision au titre de matières culturelles⁶⁴. En Communauté française, un décret est adopté en 1977⁶⁵ qui institue un établissement public doté de la personnalité juridique et chargé du service public de la radio-télévision de la Communauté française, la Radio-Télévision Belge Francophone (RTBF) est née⁶⁶. Dans la même période, le service public commença peu à peu à perdre de sa légitimité et un vent de libéralisation se fit sentir comme partout en Europe⁶⁷. C'est alors que le décret Monfils du 17 juillet 1987⁶⁸ autorisa les télévisions privées et illustra le début de la co-existence entre service public et service privé de l'audiovisuel.

⁶² X., *De publieke omroepopdracht gewikt en gewogen: Publieksbevraving over de toekomstige taak van de VRT*, Universiteit Antwerpen en Media, policy & culture, 2010, pp. 6-7.

⁶³ Loi organique du 18 mai 1960 des Instituts de la Radiodiffusion - Télévision belge, *M.B.*, 21 mai 1960.

⁶⁴ Le Gouvernement fédéral reste compétent pour les communications gouvernementales et pour la publicité commerciale qui sera transférée aux communautés par la loi spéciale du 8 août 1988.

⁶⁵ Décret du 12 décembre 1977 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté culturelle française (R.T.B.F.), *M.B.*, 14 janvier 1978, p. 365.

⁶⁶ R. ANDERSEN, « Le contrôle administratif de l'audiovisuel », in X. (sous la dir. de F. JONGEN), *Médias et service public*, Bruxelles, Bruylant, 1992, p. 287.

⁶⁷ F. ANTOINE, *Les Radios et les Télévisions de Belgique*, Bruxelles, Kluwer, 2000, pp. 10-11.

⁶⁸ Décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, *M.B.*, 22 août 1987, p. 12505.

1.2.2. Cadre légal

La RTBF est aujourd'hui régie par un décret du 14 juillet 1997⁶⁹ qui définit son statut et ses missions. Elle y est décrite comme étant « *une entreprise publique autonome à caractère culturel de la Communauté française* »⁷⁰. Son objet social consiste en « *l'exploitation, notamment par la production et la diffusion de programmes de radio et de télévision, de services de radiodiffusion sonore et télévisuelle* »⁷¹.

Un contrat de gestion, renégocié tous les 5 ans avec le Gouvernement de la Communauté française, a pour but de préciser et quantifier les droits et obligations de chacune des parties en tenant compte de l'évolution du marché. Ainsi, les précédents contrats de gestion ont couvert respectivement les périodes allant de 1997 à 2001, 2002 à 2006 et 2007 à 2012⁷². Le quatrième contrat de gestion en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2013 expirera, en principe, en 2017.

En tant que service public, la RTBF doit, selon l'article 3 du décret, proposer « *une offre au public, notamment à l'ensemble des francophones de Belgique, de programmes de radio et de télévision, par voie hertzienne, par câble, par satellite ou tout autre moyen technique similaire qui permet d'assurer l'accès, à des conditions respectant le principe d'égalité entre les usagers, à tous les programmes généraux et spécifiques de l'entreprise correspondant à sa mission de service public* ». Cette offre comprend notamment « *des émissions d'information générale, internationale, européenne, fédérale, communautaire, régionale* ». En outre, l'entreprise doit veiller « *à ce que la qualité et la diversité des émissions offertes permettent de rassembler des publics les plus larges possibles, d'être un facteur de cohésion sociale* ». Enfin, notons que l'article 3 précise que la RTBF doit « *être une référence en matière d'innovation* ».

Ainsi, suite à l'évolution numérique, la RTBF, en plus de ses chaînes de télévision et de radio, s'est développée sur Internet. Il y a 5 ans, un département d'abord nommé « Nouveaux Médias » et ensuite « RTBF Interactive » a vu le jour et compte aujourd'hui à peu près 30 personnes qui, au sein de l'entreprise, sont entièrement dédiées à l'offre numérique. En ce qui concerne l'information, la RTBF dispose désormais de pages info et sport (www.rtbfb.be/info et www.rtbfb.be/sport). D'autres sites thématiques ont également vu le jour. Des applications mobiles sont bien sûr disponibles pour Iphone et Android. Enfin, la RTBF utilise également les réseaux sociaux et reprend, par exemple, sur son site www.rtbfb.be/facebook l'ensemble des pages Facebook relatives à la télévision, à la radio ou au web qu'elle propose.

⁶⁹ Décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio - Télévision belge de la Communauté française (RTBF), *M.B.*, 28 août 1997, p. 22018.

⁷⁰ Article 1^{er}, alinéa 1 du décret.

⁷¹ Article 1^{er}, alinéa 2 du décret.

⁷² Le contrat de gestion 2007-2011 fut prolongé d'un an conformément au décret statutaire de la RTBF.

Lors de la rédaction du décret statutaire de la RTBF en 1997, il était très difficile voire impossible d’imaginer les développements technologiques et leurs impacts sur les modes de consommation de la population qui auraient lieu quelques années plus tard. Pour cette raison, aucune disposition ne faisait à l’époque clairement référence à l’Internet et aux supports mobiles.

Par contre, dès le deuxième contrat de gestion couvrant la période 2002-2006⁷³, il était spécialement mentionné que la RTBF « crée et développe un portail Internet de référence en Communauté Wallonie-Bruxelles » permettant, entre autres, « de diffuser en ligne une ou plusieurs de ses chaînes de radio et/ ou de télévision » (article 5, §1, b)).

Le troisième contrat de gestion qui fut en vigueur de 2007 à 2011⁷⁴ et prolongé jusqu’en 2012 a repris cette formulation générale selon laquelle la RTBF développe « une offre Internet de référence » (article 31.4) et a été plus loin en déclarant qu’elle diffuse « ses services de médias audiovisuels linéaires et ses services de médias audiovisuels non linéaires⁷⁵ sur tous les réseaux de diffusion et distribution qu’elle juge adéquats, en fonction des évolutions technologiques du marché » (article 33.2).

L’article 18.3 b) disposait quant à lui clairement que la RTBF « diffuse au moins en ligne :

1. Des pages actualisées régulièrement relayant les journaux et séquences d’informations provenant des diverses rédactions de la RTBF et constituant une extension de ces journaux et séquences ;
2. Des dossiers thématiques ;
3. Des contenus audiovisuels spécifiques, actualisés dans la mesure du possible ».

1.2.3. Données économiques

A nouveau, nous nous référons principalement aux travaux menés par F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX dans le cadre des EGMI afin de présenter quelques-uns des chiffres représentant les coûts et recettes de la RTBF.

Précisons d’emblée qu’il ne nous a pas été possible d’obtenir de chiffres précis concernant le développement de la RTBF sur Internet, les personnes contactées n’étant pas autorisées à nous les dévoiler.

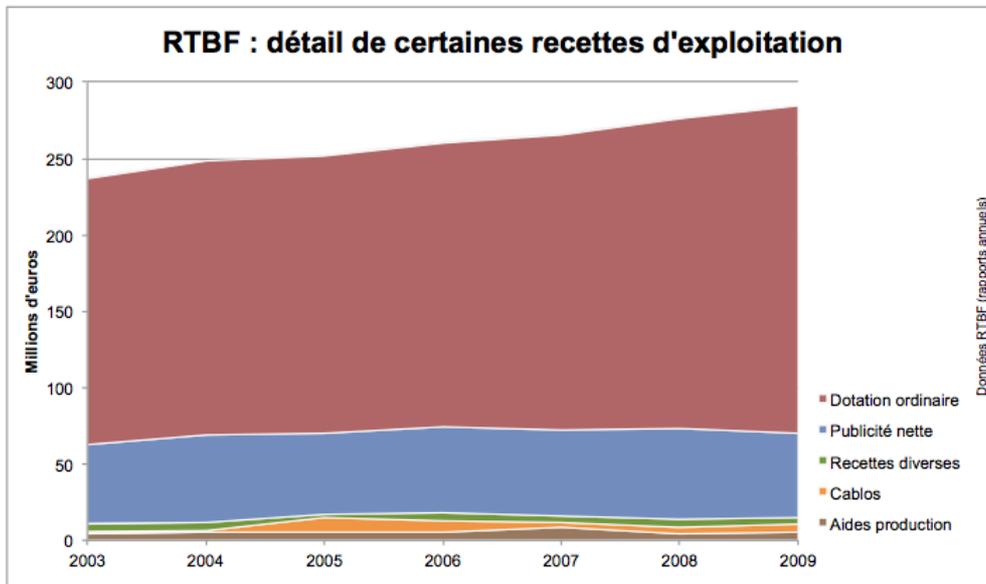
⁷³ Contrat de gestion de la RTBF pour les années 2002 à 2006 tel qu’approuvé par le Gouvernement de la Communauté française le 11 octobre 2001, *M.B.*, 5 mars 2002, p. 8383.

⁷⁴ Contrat de gestion de la RTBF pour les années 2007 à 2011 tel qu’approuvé par le Gouvernement de la Communauté française le 13 octobre 2006, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2006-2007, n° 310/1 ; *M.B.*, 4 décembre 2006, p. 66904.

⁷⁵ L’article 2, l) du contrat de gestion définit le service de média audiovisuel non linéaire comme étant : « [un] service de radiodiffusion sonore ou télévisuelle, par lequel l’utilisateur décide du moment où un programme ou un contenu audiovisuel est transmis sur la base d’un éventail de contenus sélectionnés par la RTBF, tel que, par exemple la vidéo à la demande ou la radio à la demande ».

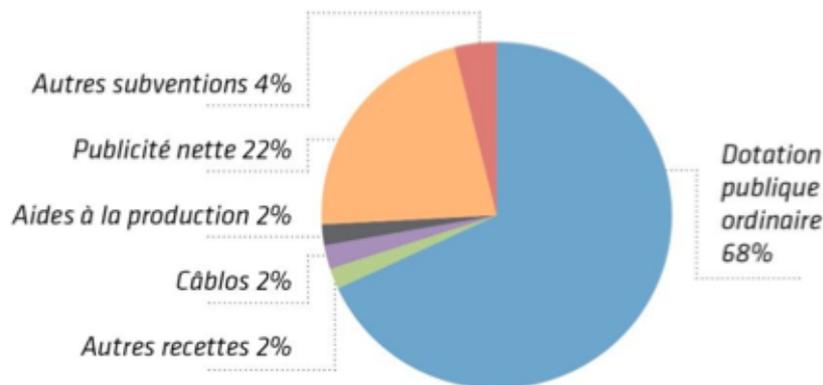
- Recettes

Afin d'assurer sa mission, la RTBF dispose en tout de six sources de financement que sont les dotations, la publicité, les aides à la production, les recettes des distributeurs, les prestations de services et les recettes de locations⁷⁶. Les deux plus importantes, comme nous le montre le schéma suivant⁷⁷, sont la dotation ordinaire et la publicité.



En termes de pourcentage, cela représente pour l'année 2010⁷⁸:

Figure 17 : Répartition des recettes d'exploitation de la RTBF (2010)



Source : Rapport de gestion RTBF 2010

La dotation ordinaire qui, en 2012, s'élevait à 210,1 millions d'euros⁷⁹, constitue la contrepartie allouée par la Communauté française pour la réalisation par la RTBF de ses

⁷⁶ CSA, *Eléments constitutifs du nouveau contrat de gestion de la RTBF – Audition du 8 mars 2012 – Commission audiovisuel du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles*, p. 57.

⁷⁷ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p. 76.

⁷⁸ CSA, *La Communication commerciale dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles: Synthèse et évolutions 2010-2011, 2012*, p. 16, disponible sur: <http://www.csa.be>.

missions de service public, conformément à l'article 8 du décret statutaire. Elle est définie comme étant une « *juste compensation pour couvrir une partie des coûts occasionnés par la réalisation de ces missions de service public et consistant en subvention annuelle (...)* »⁸⁰. Cette dotation est, en principe, indexée annuellement.

Il faut noter que, suite à la crise financière de 2008, la RTBF a été soumise à des restrictions budgétaires. En effet, en raison du contexte économique difficile que traversait la Communauté française, celle-ci s'est vue obligée de revoir le financement prévu dans le contrat de gestion 2007-2011 pour la RTBF. Un Plan triennal de Solidarité (PTS)⁸¹ a ainsi été négocié fin 2009 pour les années 2010 à 2012 afin de faire les économies nécessaires. En contrepartie, la Communauté française a revu certaines obligations du service public et a permis à la RTBF d'avoir accès à d'autres sources, non publiques, de financement pour garantir la poursuite de ses missions⁸².

Concernant les recettes publicitaires, bien qu'autorisées et constituant un complément à la subvention annuelle de l'entreprise, celles-ci ne peuvent constituer une priorité pour l'entreprise. En effet, la RTBF 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* »⁸³.

Initialement, l'article 27 §2 du décret statutaire contenait un plafond des recettes totales tirées de la publicité non commerciale, du parrainage, de la publicité commerciale et autres opérations publicitaires fixé à 25% maximum de l'ensemble des recettes de l'entreprise. Toutefois, un décret du 19 juillet 2007⁸⁴ a fait disparaître ce plafond du décret statutaire⁸⁵. Pour autant, un plafond a été maintenu dans le contrat de gestion alors en vigueur qui prévoit que les recettes nettes de publicité de la RTBF en radio et en télévision ne peuvent excéder 30% des recettes totales à partir de 2010⁸⁶. Cette modification s'explique par le fait qu'afin « *de pouvoir faire face à l'augmentation des coûts de ses missions de service public qui dépasse les capacités d'indexation financière de sa subvention par la Communauté française, la RTBF doit pouvoir suivre les évolutions du marché et des pratiques et techniques publicitaires et augmenter la part des recettes publicitaires dans son budget* »⁸⁷.

⁷⁹ *Rapport de Gestion*, RTBF, 2012, disponible sur <http://www.rtbef.be>.

⁸⁰ Article 50.1 du contrat de gestion 2007-2011.

⁸¹ Introduit par un avenant au contrat de gestion.

⁸² Communiqué de presse du cabinet de la Ministre Fadila LAANAN, 17 décembre 2009, disponible sur : <http://www.laanan.cfwb.be>.

⁸³ Article 55.1 du contrat de gestion 2007-2011.

⁸⁴ Décret du 19 juillet 2007 modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio - Télévision belge de la Communauté française, *M.B.*, 5 septembre 2007, p. 46285.

⁸⁵ F. JONGEN, « Modification des décrets sur la radiodiffusion et sur la RTBF », *Iris*, 2007-9: 6/7, disponible sur : <http://merlin.obs.coe.int>.

⁸⁶ Article 55.4 du contrat de gestion 2007-2011 qui prévoit une augmentation progressive du plafond de 2007 à 2010.

⁸⁷ Article 55.3 du contrat de gestion 2007-2011.

D'autre part, suite à l'évolution des médias, la RTBF a été autorisée à insérer de la communication publicitaire dans ses services de médias audiovisuels non linéaires⁸⁸.

Or, si la télévision est actuellement le média qui génère le plus de ressources publicitaires, elle a, comme la presse écrite, également souffert d'une baisse de ce type de revenus ces dernières années⁸⁹.

Quant aux recettes publicitaires provenant d'Internet, bien qu'en hausse constante, elles ne représentent pour le moment qu'une faible part des recettes publicitaires totales, comme nous le montre le tableau suivant (1,5% en 2010)⁹⁰.

Figure 18 : Ventilation des recettes publicitaires nettes de la RTBF (millions €)

	2008	2009	2010	% en 2010
Télévision	40,34	36,2	41,84	65,7%
Radio	18,44	18,17	20,77	32,6%
Télétexte	0,07	0,1	0,1	0,2%
Internet	0,48	0,65	0,94	1,5%
TOTAL	59,34	55,11	63,63	100%
Total recettes de l'entreprise (€)	284	291	295	
% des recettes nettes de publicité dans le total des recettes de l'entreprise	20,89%	18,97%	21,60%	

Source : Rapports de gestion RTBF

Ainsi, si en 2011 le total des revenus publicitaires de la RTBF s'élevait à environ 64 millions d'euros tous médias confondus, la publicité sur le web ne rapportait qu'1,4 million d'euros.

- Coûts

En ce qui concerne les coûts de la RTBF, la rémunération du personnel ainsi que les charges sociales constituent une part significative des dépenses totales estimée à presque 60%.

Par contre, il est évident que le développement sur Internet représente un budget de très loin inférieur à un budget télévisé étant donné que les billets écrits, les sons et les vidéos sont déjà produits pour les supports radio et télévisés.

⁸⁸ Article 59 du contrat de gestion 2007-2011.

⁸⁹ CSA, *Bilan: TV*, 2010, p. 50, disponible sur: <http://www.csa.be>.

⁹⁰ CSA, *La Communication commerciale dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles: Synthèse et évolutions 2010-2011*, 2012, p. 17.

2. Le conflit entre les éditeurs de presse écrite et la RTBF

En 2010, les Journaux Francophones Belges ainsi que chaque éditeur de presse imprimée francophone et germanophone à titre individuel ont poursuivi en justice l'entreprise de radio-télévision publique, la RTBF, au motif de concurrence déloyale sur Internet.

2.1. Exposé des faits

Depuis la fin des années 90, la RTBF dispose d'un site internet d'information qui était d'abord uniquement fourni en textes, puis, avec les progrès technologiques, d'images fixes, de sons et de vidéos.

Mais, comme nous l'avons vu, ce n'est qu'à partir de 2008-2009 et suite à une réflexion stratégique au sein de l'entreprise que celle-ci se dédia plus activement au prolongement de ses activités sur Internet et les nouveaux supports.

Le 13 janvier 2010, afin de marquer ce nouveau tournant et ne laisser aucun doute de sa présence sur le web, le radiodiffuseur public décida de changer sa marque « RTBF » au profit de l'appellation « rtbf.be » et se lança véritablement dans la diffusion d'information écrite sur son site.

Les éditeurs de journaux, amenés désormais eux aussi à exercer leur métier de diffusion de l'information via le support numérique, y virent un acte de concurrence déloyale étant donné que, d'une part, le décret statutaire de l'entreprise publique n'avait pas été modifié et ne prévoyait pas parmi les missions de la RTBF celle de « presse écrite en ligne » et que, d'autre part, la RTBF utilisait pour exercer une telle activité une partie de sa subvention alors que la presse écrite ne perçoit pas une telle aide ou en tout cas pas aussi importante.

Par conséquent, les Journaux Francophones Belges adressèrent à la RTBF en date du 25 février 2010 un courrier la mettant en demeure de cesser immédiatement toute activité de presse écrite en ligne et de suspendre toute exploitation publicitaire de ses sites.

Suite à cela, en mars 2010, la Ministre en charge de l'audiovisuel Fadila LAANAN proposa aux parties d'organiser une médiation. Frédéric DELCOR, Secrétaire général du Ministère de la Communauté française, à la fois Commissaire du Gouvernement auprès de la RTBF et Directeur du Centre de l'aide à la presse écrite, fut alors chargé de réconcilier les parties. Un texte fut proposé mais n'aboutit pas au consensus. Des amendements furent ensuite apportés au premier texte dans l'espoir qu'une seconde médiation, sous l'égide de Gilles DOUTRELEPONT, obtiendrait plus de succès mais en vain⁹¹. En effet, la RTBF venait de lancer son portail culturel

⁹¹ Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

(www.rtbf.be/culture) en mai 2010, ce qui fut considéré par les JFB comme un acte déloyal rendant tout accord à l'amiable impossible.

N'apercevant plus d'autre moyen possible pour se faire entendre, les Journaux Francophones Belges ont alors introduit une action en cessation à l'encontre de la RTBF devant le tribunal de commerce de Charleroi.

Avant dire droit, les demandeurs souhaitent entendre ordonner à la RTBF l'ouverture de sa comptabilité analytique afin de déterminer les sources de financement utilisées pour les activités de presse écrite en ligne de l'entreprise et plus spécifiquement d'examiner dans quelle mesure les subventions publiques et les recettes publicitaires y contribuaient.

Dans un premier jugement du 24 novembre 2010⁹², le tribunal a rejeté la demande des éditeurs étant donné qu'il n'était pas contesté par la RTBF que ses activités sur Internet étaient financées en partie par les subventions dont elle bénéficie.

Sur le fond, les demandeurs souhaitent que le tribunal ordonne à la RTBF de cesser tout type d'activité de presse écrite en ligne, en particulier sur son site d'information « rtbf.be/Info », mais aussi sur les réseaux sociaux ou sur ses blogs, en ce compris les contenus écrits accompagnant les concours, jeux vidéo ou encore les services tels que la nécrologie.

2.2. Jugement du 30 décembre 2011

Se fondant sur la loi du 16 janvier 2003 portant création d'une Banque carrefour des entreprises et sur l'article 95 de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur⁹³, lequel interdit à une entreprise tout acte contraire aux pratiques honnêtes du marché qui porterait atteinte aux intérêts professionnels d'une autre entreprise, les JFB ont adressé trois griefs à la RTBF devant le tribunal de commerce de Charleroi.

Par un jugement du 30 décembre 2011⁹⁴, le tribunal a répondu comme suit à la plainte des éditeurs :

2.2.1. Premier grief : L'exercice d'activités excédant ses missions légales, son décret statutaire et son contrat de gestion

Les JFB reprochent dans un premier temps à la RTBF d'exercer, de part sa présence sur le web, un nouveau métier qu'est celui de « presse écrite en ligne » qui excéderait les missions de service public définies par son décret statutaire de 1997. Selon eux, ces missions sont

⁹² Comm. Charleroi, 24 novembre 2010, *J.L.M.B.*, 27 avril 2012, p. 796.

⁹³ Loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur, *M.B.*, 12 avril 2010, p. 20803.

⁹⁴ Comm. Charleroi (Président), 30 décembre 2011, *J.L.M.B.*, 27 avril 2012, p. 792.

définies par le seul article 2 dudit décret qui prévoit : « *L'entreprise assure le service public de radio et de télévision de la Communauté française de Belgique* ».

Ils ajoutent que le contrat de gestion, étant une norme hiérarchiquement inférieure qui a pour seul objet de « *déterminer les règles et modalités selon lesquelles la RTBF remplit les missions qui lui sont confiées par la Communauté française* »⁹⁵, ne peut pas valablement autoriser une activité qui sortirait du champ d'application du décret.

Ils invoquent à ce titre le principe de spécialité qui s'impose aux personnes morales de droit privé ou de droit public et qui les oblige à limiter leur action à la réalisation de l'objet qui leur a été assigné par les statuts ou par la loi.

Or, autant pour les personnes morales de droit privé que d'intérêt public, la jurisprudence du Conseil d'Etat⁹⁶ et de la Cour de cassation donne à ce principe une interprétation souple afin d'autoriser la mise en oeuvre par la personne morale d'autres activités que son activité principale à condition qu'il s'agisse d'une activité en lien indirect avec l'objet qui lui est assigné ou considérée comme « *accessoire* » à sa mission principale.

Et tribunal, examinant les missions qui ont été confiées par le décret à la RTBF, a observé que l'article 1^{er}, alinéa 3 du décret lui permet d'exercer « *toute activité de quelque nature que ce soit qui se rapporte directement ou indirectement à [son objet social] ou qui contribue à en assurer ou en faciliter la réalisation* ».

Le tribunal en déduit par conséquent que les activités accessoires de la RTBF sont définies de manière si large qu'elles permettent de couvrir tout type d'activité ayant un lien quelconque avec ce que la radiotélévision publique traite à l'antenne et, d'autre part, que cette activité déployée sur Internet reste bien accessoire à son *core business*.

Les activités de la RTBF n'ont donc pas été considérées par le tribunal comme des activités nouvelles non prévues par le décret et ont donc été déclarées conformes au principe de spécialité des personnes morales.

⁹⁵ Article 3 du contrat de gestion 2007-2011

⁹⁶ Voir C.E., arrêt *SNCB* n°4701 du 6 octobre 1955, *R.P.S.*, 1957, p.220, obs. P. ORIANNE, p. 223. Il constitue l'arrêt de principe rendu sur le principe de spécialité des personnes morales de service public. Dans l'affaire, la S.N.C.B., jugeant les prix rendus par les soumissionnaires d'un marché de fournitures trop élevés avait décidé d'entreprendre la fabrication des matériaux elle-même. Un des soumissionnaires avait alors introduit une requête en annulation de la décision auprès du Conseil d'Etat, estimant que par cet acte, la S.N.C.B. dépassait le cadre de son objet statutaire. Le Conseil d'Etat n'a pas suivi cet avis considérant que « les renouvellements de matériel nécessaire » constituaient une activité annexe demeurant dans le cadre de sa mission.

2.2.2. Deuxième grief : L'utilisation illégale des dotations publiques qui lui sont allouées

Le deuxième argument des éditeurs de journaux se fonde sur l'utilisation partielle mais selon eux illégale par la RTBF de sa subvention pour offrir un accès gratuit à ses plates-formes en ligne. Selon les JFB, cela ne rentrerait pas dans le champ d'application de l'article 2 du décret⁹⁷ qui définit strictement les missions subventionnées de la RTBF et qui ne vise que les activités de radiotélévision et non pas les activités qui s'y rapportent indirectement.

Se basant sur ses développements précédents, le tribunal rappelle que toutes les activités actuellement menées par la RTBF peuvent être reliées d'une façon ou d'une autre, même indirecte, à ses missions de service public en raison de la définition large de ces mêmes missions. Ces activités accessoires suivent donc, une fois encore, le même régime que l'activité principale.

Le tribunal reconnaît donc qu'en l'état actuel du décret de la RTBF et de la jurisprudence du Conseil d'Etat et de la Cour de cassation, l'entreprise ne s'adonne pas à une utilisation illégale de sa subvention lorsqu'elle se développe sur Internet.

2.2.3. Troisième grief : La violation des règles européennes en matière d'aides publiques et de concurrence et la publicité sur Internet

Le troisième grief présenté par les JFB se fonde sur les normes de droit européen applicables en matière d'aides d'Etat pour affirmer que les aides que se réalloue la RTBF à elle-même pour financer son activité sur Internet constituent, au regard de l'article 108, §3 du TFUE, des aides nouvelles devant faire l'objet d'une notification préalable à la Commission européenne. Constatant l'absence d'une telle démarche, ils considèrent le tribunal compétent pour interdire la mise à exécution de ladite aide.

Le tribunal, ayant précédemment conclu que la RTBF n'avait pas entamé de nouvelles activités par le biais de son site internet, considère qu'aucune notification préalable n'était nécessaire dans le cas d'espèce.

Pour le surplus, il se déclare sans juridiction pour connaître de l'éventuelle incompatibilité de l'aide accordée à la RTBF avec les règles européennes puisque cela relève, comme nous l'avons expliqué au chapitre premier, des prérogatives de la Commission européenne.

En dernier lieu, le tribunal examine la question relative à la publicité diffusée sur le support numérique et a constaté que le contrat de gestion 2007-2011 prévoyait bien une telle

⁹⁷ Article 2: « L'entreprise assure le service public de radio et de télévision de la Communauté française de Belgique ».

possibilité puisque l'article 59 autorise la RTBF à « *insérer, dans ses services de médias audiovisuels non linéaires, de la communication publicitaire* ».

En définitive, le tribunal a déclaré non-fondées l'ensemble des demandes des éditeurs de presse écrite.

Ceux-ci ont toutefois décidé de porter l'affaire devant la Cour d'appel de Mons qui, à l'heure où ce mémoire est écrit, ne s'est pas encore prononcée, les plaidoiries étant prévues pour le 2 décembre 2013⁹⁸.

Ajoutons d'ores et déjà que, parallèlement à cette action en cessation, les éditeurs ont, en date du 17 février 2011, adressé une plainte auprès de la Commission européenne. Selon eux, le financement par la RTBF de ses activités de presse écrite en ligne au moyen de la dotation publique viole en effet les règles de droit européen relatives aux aides d'Etat. La procédure et les échanges de lettres entre la Commission et la Belgique sont actuellement en cours et restent confidentiels.

2.3. Analyse du jugement du 30 décembre 2011

A travers le jugement rendu sur le fond par le tribunal de commerce de Charleroi et, suite aux propos recueillis auprès des différentes personnes concernées par le litige que nous avons pu rencontrer⁹⁹, trois enjeux majeurs doivent selon nous être examinés plus en profondeur afin de mieux comprendre le différend opposant les deux parties.

2.3.1. La définition de la mission de service public

Ce que reprochent les éditeurs de presse écrite à la RTBF est d'exercer de nouvelles activités, notamment de « *presse écrite en ligne* », sur les plates-formes numériques alors que ces activités ne relèvent pas de ses missions originales telles que définies par le décret statutaire de 1997.

Or, comme l'a remarqué à plusieurs reprises le tribunal, le spectre diffus qui entoure ces missions dans le décret lui permet d'exercer n'importe quel type d'activité qui présenterait un lien, fut-ce indirect, avec son *core business*.

En effet, depuis le départ, le gouvernement et la RTBF n'ont fait que préciser le contour de l'offre en ligne de cette dernière dans le contrat de gestion alors qu'en principe, seule une modification du décret par le Parlement a le pouvoir d'élargir ses missions.

⁹⁸ Information recueillie auprès de C. ANCIAUX, juriste de la s.c.r.l. « Les Journaux Francophones Belges ».

⁹⁹ Ont accepté de répondre à nos questions : M. BORIBON et C. ANCIAUX pour les JFB, D. VAN WYLYCK pour le groupe Rossel, G. DOUTRELEPONT pour le cabinet de la Ministre de l'Audiovisuel et S. BERQUE pour le département « RTBF Interactive ». N'a pas souhaité s'exprimer sur le sujet : S.-P. DE COSTER pour le service juridique de la RTBF.

N'aurait-il pas fallu, dès lors, en prendre la mesure il y a de cela bien longtemps, lorsque la RTBF a décidé d'investir les nouveaux médias au même titre que la télévision et la radio ? D'autant plus que le droit européen, et notamment la Communication de la Commission relative à la radiodiffusion recommande aux Etats d'adopter une définition des missions du média audiovisuel de service public qui soit claire et précise.

Cela n'est, en Communauté française, visiblement pas le cas. Pour M. BORIBON, Secrétaire générale des JFB, le constat est simple : « *Depuis des années, la RTBF fait les choses sans autorisation, et puis seulement après on régularise. Elle a annoncé en grande pompe que désormais elle devenait rtbf.be alors qu'il n'y avait rien ni dans son contrat de gestion et surtout pas dans son décret l'instituant qui avait été modifié* »¹⁰⁰.

Il n'est bien sûr pas contesté par les éditeurs de presse que la RTBF doit pouvoir prolonger ses activités audiovisuelles sur le support digital, mais une telle présence doit-elle pour autant nécessairement inclure des services tels que de la « presse écrite en ligne », de la nécrologie, des offres d'emploi,... services qui jusqu'alors constituaient l'apanage des médias écrits? Selon Daniel VAN WYLUCK, Directeur éditorial du groupe Rossel, en faisant cela, la RTBF ne fait rien d'autre que de la « *destruction de valeur* »¹⁰¹ dès lors que pour les éditeurs, ces activités constituent un chiffre d'affaires important.

Face à ces arguments, S. BERQUE, responsable de la communication et des contenus transmédiés du département RTBF Interactive nous explique que, pour l'entreprise, le concept même de « presse écrite en ligne » dont se servent les éditeurs n'existe pas et constitue même une aberration. Selon elle, la RTBF n'exerce donc pas un nouveau métier de presse écrite mais fournit simplement de l'information en ligne car elle se doit, en tant que service public, d'informer tous les publics, que ce soit en télévision, en radio ou désormais aussi sur les nouveaux supports dont fait partie le site info de la RTBF. Quant aux services tels que bourse, offres d'emploi et autres, ils constituent d'après elle des services additionnels aux services d'information¹⁰².

Mais pour M. BORIBON, il est clair que « *la RTBF n'a pas aujourd'hui cette vocation-là. Si on décide qu'elle doit l'avoir, cela doit faire l'objet d'un débat préalable car la Commission européenne dit que toute nouvelle activité qu'un service public imagine de mettre en place doit être évalué pour voir s'il ne crée pas une distorsion de concurrence sur le marché* »¹⁰³.

¹⁰⁰ Propos recueillis lors de l'interview de M. BORIBON (voy. annexe n°1).

¹⁰¹ Propos recueillis lors de l'interview de D. VAN WYLUCK (voy. annexe n°4).

¹⁰² Propos recueillis lors de l'interview de S. BERQUE (voy. annexe n° 5).

¹⁰³ Propos recueillis lors de l'interview de M. BORIBON (voy. annexe n°1).

En effet, comme nous l'avons vu dans le chapitre premier, outre une définition claire et précise de la mission de service public, la Commission recommande également, en cas d'introduction d'un nouveau service important, la mise en place d'un « *Public value test* » afin de vérifier si ce service répond aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société et ne provoque pas de distorsion de concurrence¹⁰⁴. Elle a ainsi par exemple considéré, dans le cas du Danemark, que des offres de produits commerciaux tels que jeux ou forums de discussion ne servaient pas les intérêts démocratiques, sociaux et culturels de la société¹⁰⁵.

Le Gouvernement et le Parlement de la Communauté française n'ont-ils pas, par conséquent, manqué à leurs obligations en ne modifiant pas le cadre des missions de l'entreprise publique au vue des avancées technologiques et en se contentant simplement de modifier les contrats de gestion successifs sans respecter la procédure voulue au niveau européen?

Lorsque nous posons la question à G. DOUTRELEPONT, ancien Directeur du cabinet de la Ministre de l'Audiovisuel, il nous répond « *qu'avant la plainte des JFB (à la Commission européenne), il était déjà prévu de longue date de modifier le décret statutaire de la RTBF. Parmi les éléments qui devaient être modifiés, nous souhaitions introduire des éléments relatifs à l'activité sur internet. Mais à partir du moment où il y avait plainte, introduire une modification décrétole aurait rendu illisibles les discussions avec la Commission européenne* »¹⁰⁶.

Au vu de ces éléments, il semblerait que les missions de la RTBF ne soient pas prêtes d'être davantage détaillées dans son décret statutaire, à tout le moins, pas avant que la Commission européenne ne se soit prononcée et ait requis une modification législative en la matière. En attendant, le mal n'a-t-il pas déjà été fait puisque depuis des années, l'entreprise peut développer pratiquement n'importe quel type de service qu'elle juge intéressant au titre d'activité accessoire à sa mission principale ?

2.3.2. L'utilisation de la subvention dont bénéficie le service public

Nous l'avons vu, la RTBF se voit accorder un financement annuel par les pouvoirs publics. Comme le rappelle G. DOUTRELEPONT, en raison de cette dotation, « *la RTBF a l'obligation d'offrir une information indépendante en touchant tous les publics, ce qui veut dire les publics âgés, jeunes, dans les zones rurales comme dans les zones urbaines* »¹⁰⁷. A ses yeux, cette obligation est la preuve évidente qu'avec l'évolution des modes de consommation, le public pourrait reprocher à la RTBF de ne pas être présente sur Internet et, partant, qu'elle n'utiliserait pas sa dotation à bon escient¹⁰⁸. C'est donc le principe de neutralité technologique

¹⁰⁴ M. RIDINGER, *op.cit.*, p. 11.

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 7.

¹⁰⁶ Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

¹⁰⁷ *Ibid.*

¹⁰⁸ *Ibid.*

qui sert de justification à la présence du service public sur Internet et, par là, le financement de ses activités au moyen de la dotation.

Mais pour M. BORIBON, la RTBF ne doit pas, pour cette raison, « *se positionner comme un concurrent pur et dur d'opérateurs privés qui eux, n'ont pas 3 milliards d'avance comme elle* »¹⁰⁹. Et d'ajouter « *qu'il n'est pas acceptable que de l'argent public serve à mettre en place des modèles gratuits qui viendraient concurrencer les modèles payants* »¹¹⁰.

En effet, la monétisation des contenus numériques des médias écrits devrait, à l'avenir, constituer leur plus grande source de revenus. Mais un tel modèle économique se révélera impossible si de son côté, la RTBF propose gratuitement, grâce à sa dotation, une offre aussi fournie en matière et en expertise que les sites des médias écrits et qui devrait normalement justifier un prix¹¹¹.

Or, la RTBF n'envisage pas de faire payer ses services d'information en ligne car, comme l'affirme clairement S. BERQUE : « *Notre rôle, c'est d'être accessible pour tous les publics, ce qui veut dire que nous devons être gratuits* »¹¹².

Encore une fois, il reviendra à la Commission européenne, au terme de son enquête, de déterminer si toutes les activités en ligne menées par la RTBF répondent aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la population et peuvent, à ce titre, être financées au moyen de la dotation que lui verse chaque année la Communauté française ; ou si certains services doivent être strictement distingués de sa mission de service public et ainsi être développés avec des fonds propres.

2.3.3. L'autorisation de la vente d'espaces publicitaires sur le site internet du service public

Rappelons-le, le tribunal de commerce de Charleroi a estimé que la RTBF pouvait diffuser de la publicité sur son site internet étant donné que cela était compris dans la notion de « services non linéaires » contenue à l'article 59 du contrat de gestion 2007-2011. Or, nous l'avons vu, les recettes publicitaires constituent, pour les médias écrits, une part importante de leur financement. N'y a-t-il pas là une réelle inquiétude à se faire quant à la survie du secteur de la presse écrite si une grande partie des revenus publicitaires est absorbée par le service public ?

Lorsque la question est posée à M. BORIBON, sa réponse est claire : « *Cela fait 30 ans que je dis que la RTBF ne devrait pas avoir de publicité du tout. Pour moi, un service public doit être financé par sa dotation (...). Quand on a octroyé la publicité à la RTBF en radio et en*

¹⁰⁹ Propos recueillis lors de l'interview de M. BORIBON (voy. annexe n°1).

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ Propos recueillis lors de l'interview de D. VAN WYLIÏCK (voy. annexe n°4).

¹¹² Propos recueillis lors de l'interview de S. BERQUE (voy. annexe n° 5).

télévision, on a mis des balises claires. A l'époque, on a prévu un dispositif de compensation pour la presse parce que l'on a évalué à ce moment-là l'impact que cela aurait. Et sur internet, où sont-elles ces balises ? »¹¹³.

Mais d'après G. DOUTRELEPONT, le recours à un tel mécanisme est inévitable : « *Le Gouvernement et la RTBF elle-même ne sont pas heureux d'avoir de la publicité sur internet, ni en radio ni en télévision d'ailleurs. Simplement, il faut bien se rendre compte de la situation dans laquelle nous sommes. La publicité sur internet, en radio et en télévision ramène entre 60 et 64 millions d'euros pas an. Se priver de la publicité, c'est devoir trouver un montant équivalent ailleurs et combler le temps de publicité par autre chose. Une étude externe a été réalisée par le consultant Deloitte pour voir s'il y avait des alternatives à cette solution. Elles sont peu plausibles et peu efficaces. (...) Autant du point de vue idéologique une RTBF sans publicité serait l'idéal, autant pragmatiquement dans une période de crise très importante des finances de l'Etat, c'est simplement inconcevable »¹¹⁴.*

Et, au final, il nous faut aussi nous demander si le fait d'interdire à la RTBF d'exploiter des espaces publicitaires sur le web bénéficierait tant que ça au secteur de la presse écrite ? Rien n'est moins sûr car de nombreux autres acteurs présents sur la toile sont désormais susceptibles de capter ces revenus au détriment des éditeurs.

C'est ce que nous confirme d'ailleurs S. BERQUE en prenant l'exemple tout proche de France-Télévision pour qui le fait de ne plus faire de publicité n'a non seulement pas été favorable aux acteurs privés mais a, en plus, plutôt déstructuré le marché. De son point de vue, la taille du marché publicitaire belge est à ce point réduite que l'arrêt par la RTBF de ses activités publicitaires en ligne ne changerait en rien la situation des médias écrits francophones¹¹⁵.

Pour le Directeur éditorial de Rossel, il ne s'agit pas de remettre en question l'entièreté de la publicité à la RTBF, d'autant selon lui que « *cela ne serait pas très bon pour RTL dont nous sommes actionnaires »¹¹⁶. Aussi, il ne voit pas d'inconvénients à ce que les publicités destinées au support audiovisuel soient prolongées sur le numérique. Par contre, il souhaiterait qu'une telle activité soit « *totalelement limitée au prolongement de leur activité de base et que la RTBF ne fasse pas de bannering ou autre format publicitaire spécialement créés pour les sites de presse écrite d'information »¹¹⁷.**

¹¹³ Propos recueillis lors de l'interview de M. BORIBON (voy. annexe n°1).

¹¹⁴ Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

¹¹⁵ Propos recueillis lors de l'interview de S. BERQUE (voy. annexe n° 5).

¹¹⁶ Propos recueillis lors de l'interview de D. VAN WYLICK (voy. annexe n°4).

¹¹⁷ *Ibid.*

3. Les suites du conflit

Le temps a passé depuis les deux jugements rendus par le tribunal de commerce de Charleroi en 2010 et 2011. Certaines évolutions ont eu lieu depuis et doivent être prises en compte dans notre étude.

3.1. : Les Etats généraux des médias d'information et le plan « Médias 2020 »

Les Etats généraux des médias d'information (EGMI) ont été initiés par le Parlement de la Communauté française¹¹⁸ dans le but de « *répondre aux bouleversements qui affectent le monde des médias, la presse en particulier* »¹¹⁹.

Dès janvier 2009, certains éditeurs de presse écrite réclamaient en effet au Gouvernement une augmentation de l'aide à la presse. Après 5 ans d'application du décret relatif à cette aide, l'heure était donc, entre autres, à l'évaluation du système afin d'examiner si les moyens alloués à la presse écrite étaient suffisants face au contexte technologique en pleine mutation et aux difficultés financières structurelles et conjoncturelles rencontrées par le secteur¹²⁰. Mais d'autres thèmes relatifs aux conditions du métier de journaliste, par exemple, devaient aussi être abordés.

Les travaux ont officiellement été lancés en décembre 2010 et, en mars 2011, un rapport introductif¹²¹ reprenant l'état des lieux des médias d'information en Belgique francophone était présenté aux différents intervenants (pouvoirs publics, associations professionnelles, éditeurs et experts).

Cet inventaire du paysage médiatique constituait une première et devait servir de base aux différents ateliers programmés :

- 1° « Acteurs, Marchés et Stratégies » qui s'est déroulé d'avril à juin 2011 ;
- 2° « Formation et Statut des journalistes » qui s'est tenu d'octobre 2011 à mars 2012 ;
- 3° « Liberté d'expression » dont le rapport final a été présenté le 20 juin 2013.

Une session spéciale devrait maintenant reprendre l'ensemble des recommandations issues des ateliers et aboutir à une publication officielle du Parlement de la Communauté française.

Suite au premier atelier qui abordait les enjeux de la modification du secteur des médias à l'ère du numérique, des défis économiques des différents acteurs et des moyens à mettre en

¹¹⁸ Proposition de résolution du 16 février 2009 visant à initier sans délai les Etats généraux de la presse et des médias, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2008-2009, N°655/1.

¹¹⁹ Voy. <http://egmedia.pcf.be>.

¹²⁰ Proposition de résolution du 16 février 2009 visant à initier sans délai les Etats généraux de la presse et des médias, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2008-2009, N°655/1, p.4.

¹²¹ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*

oeuvre pour continuer à offrir une information de qualité, pluraliste et accessible, les experts dans leurs recommandations du 6 septembre 2011¹²², ont appelé, notamment, à :

- poursuivre par les éditeurs la mise en place d'un accès allant du modèle gratuit au modèle payant du contenu¹²³ ;
- instaurer des partenariats entre les acteurs de presse écrite et les acteurs audiovisuels ayant pour objet des échanges de contenus et/ ou de publicité¹²⁴ ;
- augmenter l'aide à la presse de manière significative¹²⁵ ;
- actualiser la définition des missions de service public tout en soutenant le développement de celles-ci sur le support digital¹²⁶.

Succédant à ces recommandations et au second atelier, une proposition de résolution a été adoptée le 7 mars 2012¹²⁷ rappelant « à quel point un équilibre permettant le bon développement des acteurs du paysage des médias d'information, qu'ils soient publics ou privés, audiovisuels ou écrits, voire numériques est essentiel »¹²⁸.

Et afin de garantir cet équilibre et parmi les priorités relevées, le Parlement demanda au gouvernement « d'augmenter significativement le montant réservé aux aides à la presse »¹²⁹ via un plan progressif de revalorisation d'aide à la presse.

C'est ainsi qu'un plan « Médias 2020 » fut négocié entre les éditeurs de presse écrite et le cabinet de la Ministre de l'Audiovisuel et contenait des mesures telles que l'augmentation de l'aide directe par paliers pour atteindre les 10 millions d'euros à l'horizon 2016, des mesures de soutien à la formation et la création d'un Observatoire des médias¹³⁰.

Or, lors du conclave budgétaire survenu en 2012, les différents partis de la majorité n'ont pas formalisé l'accord sur la revalorisation de l'aide à la presse. La Ministre LAANAN a cependant, pour l'année 2012, comblé la différence pour atteindre les 8 millions qui avaient été annoncés.

Pour la Secrétaire générale des JFB, M. BORIBON, le Gouvernement n'a pas du tout tenu compte des résultats des premiers ateliers. Elle déplore d'ailleurs que cela fasse plus de 4 ans que les éditeurs tirent la sonnette d'alarme et mettent en évidence les risques majeurs encourus par rapport au pluralisme de la presse sans que le Gouvernement ne prenne ses responsabilités¹³¹.

¹²² N. TOUSSAINT DESMOULINS, C. DOUTRELEPONT, B. GREVISSE, *Rapport du 1^{er} atelier « Acteurs, Marchés et Stratégies »*, 2011, disponible sur: <http://egmedia.pcf.be>.

¹²³ *Ibid.*, p.14.

¹²⁴ *Ibid.*, p.16.

¹²⁵ *Ibid.*, p.19.

¹²⁶ *Ibid.*, p.26.

¹²⁷ Proposition de résolution du 7 mars 2012 relative au suivi du premier atelier « Acteurs, Marchés et Stratégies » des États généraux des médias d'information, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n° 331/1.

¹²⁸ *Ibid.*, p.3.

¹²⁹ *Ibid.*, p.8.

¹³⁰ M. SIMONIS, « Médias 2020: les éditeurs tirent leur plan tous seuls », *Journalistes*, n°139, 2012, disponible sur: <http://www.ajp.be/egmi>.

¹³¹ Propos recueillis lors de l'interview de M. BORIBON (voy. annexe n°1).

Mais du côté de la Communauté française, l'on se dit conscient du danger pour le pluralisme de l'information et des défis qu'ont à relever les éditeurs pour être présents sur Internet. Et c'est pour cette raison que l'aide a bénéficié d'une augmentation d'1 million d'euros alors que tous les budgets publics sont actuellement réduits en raison de la crise¹³².

3.2. : Le nouveau contrat de gestion 2013-2017 de la RTBF

En 2012, le Plan triennal de Solidarité de la RTBF touchait à sa fin et, avec lui, le contrat de gestion 2007-2011 prolongé d'un an. Il fallait donc négocier dans les plus brefs délais un nouveau contrat de gestion qui entrerait en vigueur au 1^{er} janvier 2013 afin de ne pas créer de vide juridique insécurisant tant pour la RTBF que pour le gouvernement.

Selon la Ministre de l'Audiovisuel, au moins 4 éléments étaient venus modifier le contexte médiatique depuis la négociation du dernier contrat en 2006 et devaient être pris en compte dans les discussions. Il s'agissait bien évidemment de la révolution technologique qui avait bouleversé le secteur de l'information, de la crise financière traversée en 2008 et ses conséquences tant pour la Communauté française que pour la RTBF, des modifications intervenues au sein du cadre juridique européen, notamment avec la Communication de la Commission de 2009 et, enfin, de l'évolution des acteurs en Communauté française¹³³.

Le 26 décembre 2012, et après des mois de négociations, un texte fixant le quatrième contrat de gestion de la RTBF¹³⁴ fut conclu avec le gouvernement.

Toutefois, étant donné que l'issue de la procédure menée par la Commission européenne était toujours incertaine, les parties ne pouvaient, selon G. DOUTRELEPONT, « *s'engager dans un processus définitif du contrat de gestion* »¹³⁵. Le nouveau texte a donc été soumis à la Commission européenne « *en totale transparence, tant par rapport à la RTBF que par rapport à la Direction générale de la concurrence et le cabinet du commissaire en charge de la concurrence* »¹³⁶. Pour autant, selon lui, il est évident que « *dans le futur, sur base de l'issue des discussions entre l'Etat membre et la Commission européenne, il conviendra d'adapter et le décret et le contrat de gestion, pas nécessairement en allant plus ou moins loin, mais simplement en faisant glisser, c'est une des demandes de la Commission européenne, certains éléments du contrat de gestion vers le décret parce que cela relève davantage du législatif que de l'exécutif* »¹³⁷.

¹³² Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

¹³³ Rapport de Commission: Contrat de gestion de la RTBF 2013-2017 – Eléments constitutifs du 4 juillet 2012, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n° 347/2, p. 2.

¹³⁴ Contrat de gestion de la RTBF pour les années 2013 à 2017 tel qu'approuvé par le Gouvernement de la Communauté française le 21 décembre 2012, *M.B.*, 1^{er} mars 2013, p. 13043.

¹³⁵ Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

¹³⁶ *Ibid.*

¹³⁷ *Ibid.*

Parmi les ajouts et modifications majeurs faits au texte précédent, nous pouvons notamment relever ce qui suit :

En ce qui concerne l'étendue de sa mission de service public, désormais, il est inscrit que la RTBF « *propose son offre de services audiovisuels sur toute plateforme de diffusion ou de distribution fixe, portable et mobile, lui permettant d'exercer ses missions de service public (...)* »¹³⁸ et, devant être un vecteur de veille et de développement technologique : « *elle s'attelle à offrir aux citoyens des services rencontrant de nouveaux besoins et utilisant des technologies récentes, (...)* »¹³⁹.

La RTBF s'adresse de cette manière à tous les publics¹⁴⁰ et développe et exploite « *une offre en ligne de référence en Fédération Wallonie-Bruxelles, faisant de l'internet et de ses réseaux sociaux, des médias à part entière aux côtés de la radio et de la télévision, permettant de mettre en œuvre des synergies stratégiques avec ses services de médias audiovisuels linéaires et non linéaires et permettant de soutenir, enrichir, prolonger, compléter et/ou anticiper ces mêmes services de médias audiovisuels* »¹⁴¹.

Elle est notamment autorisée à mettre à disposition des internautes « *des forums, chats, blogs, rubriques de commentaires, pages de réseaux sociaux, (...)* ; *des informations services, tels que météo, bourse, info-traffic, trafic aérien, avis environnementaux, avis d'urbanisme, offres d'emploi, (...)* ; *de la publicité et des jeux-concours, dans les limites visées à l'article 75 du présent contrat de gestion* »¹⁴².

Quant au système d'évaluation *ex ante* demandé par la Commission européenne dans sa Communication, il a été mis en place à l'article 45 dans l'attente, selon le texte, d'être transposé dans une norme à valeur législative, à savoir un décret modifiant le décret statutaire de la RTBF. L'article prévoit qu'avant de lancer tout nouveau service audiovisuel ou de modifier un service existant, l'administrateur général doit en informer le conseil d'administration. Si ce dernier juge du caractère important du nouveau service ou du caractère substantiel de la modification du service existant, il met en oeuvre la procédure en désignant un groupe d'experts indépendants chargé de mener une consultation publique afin d'évaluer l'incidence du nouveau service sur le marché en Communauté française et de la mettre en balance avec la valeur ajoutée de ce service pour la société. Le conseil d'administration décide ensuite de suivre ou non l'avis des experts et, s'il décide de mettre en oeuvre le nouveau service ou la modification malgré l'avis négatif de ceux-ci, il doit s'en remettre au gouvernement qui

¹³⁸ L'article 6.1. b) 2 du contrat de gestion.

¹³⁹ Article 8 g) du contrat de gestion.

¹⁴⁰ Article 20 du contrat de gestion.

¹⁴¹ Article 42. 4 du contrat de gestion.

¹⁴² Article 42.4 d), i), j) du contrat de gestion.

adoptera une décision définitive. Un avenant au contrat de gestion devra être introduit pour tout nouveau service entrepris. Le groupe d'experts se compose de trois personnes désignées par le bureau du CSA en raison de leurs compétences dans les domaines des médias et des nouvelles technologies de l'information. Le président du CSA et le Secrétaire général du Ministère de la Communauté française participent également à l'examen mais sans exercer de droit de vote.

Nous savons que l'introduction de cette procédure préalable conformément au droit européen constituait l'une des revendications du secteur de la presse écrite envers la RTBF. Toutefois, D. VAN WYLUCK se dit sceptique et craint que le mécanisme ne soit déjà bloqué au niveau du conseil d'administration¹⁴³. M. BORIBON partage cet avis selon lequel l'article 45 ne tiendrait pas compte des critères énoncés par la Commission pour que la procédure soit impartiale.¹⁴⁴ Lorsque nous demandons à G. DOUTRELEPONT si cette procédure *ex ante* satisfait la Commission européenne, étant donné que le contrat de gestion a été établi sous sa surveillance, il nous répond que c'est un point qui fait encore l'objet de débats¹⁴⁵.

En ce qui concerne les partenariats avec la presse écrite, l'article 53 est, lui aussi, plus précis que l'ancien article 40 puisqu'il explicite concrètement en quoi peuvent consister ces collaborations, comme par exemple :

« (...) b) en des synergies reposant sur des échanges de contenus et des échanges d'espaces promotionnels, selon des modalités à définir entre les parties ;

c) en des collaborations et mises en valeur réciproques, entre autres par des renvois mutuels d'hyperliens et de trafic entre sites d'information ;

Selon des modalités à définir avec la presse écrite imprimée, la RTBF envisagera favorablement la diffusion gratuite d'une campagne d'intérêt général par an en faveur de la presse écrite imprimée en général ».

Alors que la dotation ordinaire a été revue à la baisse¹⁴⁶ (209,9 millions d'euros pour 2013 contre 210,1 millions d'euros en 2012), la publicité sur Internet, elle, subsiste malgré la proposition, dans les négociations, de l'interdire autour des contenus écrits¹⁴⁷.

L'article 75, alinéa 3 prévoit toutefois qu'afin « de préserver les recettes de publicité des éditeurs de presse écrite imprimée sur internet, dans un souci de maintien du pluralisme de la presse écrite imprimée, la Fédération Wallonie-Bruxelles impose à la RTBF de verser à un fonds intitulé « fonds de soutien aux médias d'information » les recettes nettes de publicité sous forme de « displays » autour des contenus écrits de son site d'information

¹⁴³ Propos recueillis lors de l'interview de D. VAN WYLUCK (voy. annexe n°4).

¹⁴⁴ Propos recueillis lors de l'interview de M. BORIBON (voy. annexe n°1).

¹⁴⁵ Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

¹⁴⁶ Article 65 du contrat de gestion 2013-2017.

¹⁴⁷ Question de Mr P.-Y. JEHOLET à Mme. I. MEERHAEGHE du 12 juillet 2012, CRI, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n°21, p.26.

www.rtbf.be/info, qui dépassent un montant de 600.000 euros par an (indexé); (...) ».

Or, pour D. VAN WYLUCK, une telle mesure n'est pas satisfaisante étant donné que « *l'accord de 600 000 euros est tout à fait contournable par la RTBF* »¹⁴⁸. D'après lui, la chaîne publique se permettrait de faire de bons prix aux annonceurs étant donné qu'elle ne serait pas suffisamment limitée en termes d'espace publicitaire¹⁴⁹. A la question de savoir qu'elle serait alors la solution, celui-ci répond : « *Plutôt que de mettre un plafond publicitaire en termes de chiffre d'affaires, il faudrait les deux : un plafond en valeur et un plafond en espace parce que sinon ils peuvent se permettre de brader les prix* ».

Il apparaît donc que les modifications apportées dans le cadre du nouveau contrat de gestion ne rencontrent pas les attentes des médias écrits en termes de limitation des prérogatives de l'entreprise publique de radiodiffusion et que seule une intervention au niveau européen pourrait encore faire droit à leurs revendications.

3.3. : Le projet de décret modifiant le décret statutaire de la RTBF et la procédure devant la Commission européenne

A diverses reprises nous avons évoqué l'idée d'une modification du décret statutaire de la RTBF dans le but de le rendre plus conforme à ses missions et besoins actuels. Selon G. DOUTRELEPONT, il s'agit d'un processus entamé depuis 2009 mais qui n'a abouti en un projet de décret sur le bureau du Parlement que le 11 janvier 2012¹⁵⁰, soit quelques jours après la décision du tribunal de commerce de Charleroi. Mais l'affaire devant la Commission européenne étant toujours pendante, la Communauté française a préféré suspendre son adoption et présenter le texte à la Commission¹⁵¹ afin d'entendre ses remarques à son propos.

Outre des dispositions relatives à l'organisation d'élections sociales au sein de la RTBF, le projet de décret contient un système d'évaluation *ex ante* semblable à celui actuellement prévu dans le contrat de gestion. Il prévoit également de remplacer les termes de l'article 3, alinéa 1^{er} « *par voie hertzienne, par câble, par satellite ou tout autre moyen technique similaire* » par « *quels que soient les moyens de communications électroniques mis en oeuvre pour assurer leur diffusion, leur distribution et leur réception* » afin d'y intégrer le principe de neutralité technologique¹⁵².

Bien qu'une fuite parue dans la presse à la fin du mois de juin fasse état de la volonté du Gouvernement de la Communauté française, dans un courrier confidentiel adressé à la

¹⁴⁸ Propos recueillis lors de l'interview de D. VAN WYLUCK (voy. annexe n°4).

¹⁴⁹ *Ibid.*

¹⁵⁰ Projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n°309 du 11 janvier 2012.

¹⁵¹ Dans sa version modifiée en date du 20 septembre 2012.

¹⁵² Projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française, *Exposé des motifs, Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n°309 du 11 janvier 2012, pp. 3-4.

Commission européenne, de « *redéfinir les missions du service public en matière d'Internet en mettant l'accent sur les images et les sons, et en renforçant le lien entre les contenus internet et les programmes de radio et de télévision de la RTBF* »¹⁵³, rien n'est actuellement confirmé du côté de la Communauté française.

Cependant, au cours de notre entretien, G. DOUTRELEPONT nous avouera toutefois que dans les discussions en cours avec la Commission européenne, certaines limitations par rapport à l'importance des textes sur le site internet sont envisagées¹⁵⁴.

Le flou persiste indubitablement sur l'évolution du cadre juridique du média de service public francophone et il faudra sans doute encore attendre de longs mois avant de voir un texte définitif être adopté. En attendant, la Communauté française a déjà dû débloquer 320 000 euros pour assurer sa défense au niveau européen¹⁵⁵. Nous ne pouvons que nous demander si cet argent n'aurait pas pu profiter, d'une autre manière, à l'ensemble du secteur médiatique francophone...

¹⁵³ F. CHARDON, « Les activités de la RTBF sur le web vont devoir être revues », <http://www.lalibre.be>, 22 juin 2013.

¹⁵⁴ Propos recueillis lors de l'interview de G. DOUTRELEPONT (voy. annexe n°2).

¹⁵⁵ Question de Mr P.-Y. JEHOLET à Mme F. LAANAN du 13 mars 2013, *CRI*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2012-2013, n°11, pp.5-6.

Chapitre 3. Droit comparé

1. En Belgique néerlandophone

1.1. Présentation des acteurs

1.1.1. La presse écrite quotidienne

- Présentation

Le secteur de la presse écrite flamande était, jusqu'il y a peu, représenté par trois groupes que sont le groupe Corelio (De Standaard, Het Nieuwsblad et De Gentenaar) ; le groupe Concentra (Het Belang van Limburg et Gazet van Antwerpen) et enfin le groupe De Persgroep Publishing (De Morgen, De Nieuwe Gazet en Het Laatste Nieuws). La société éditrice Mediafin qui produit De Tijd, et l'Echo en Communauté française, est détenue en joint-venture par De Persgroep et Rossel. Le quotidien gratuit Metro est lui édité par Mass Transit Media NV, société détenue en joint-venture par Concentra et Rossel¹⁵⁶.

En juin 2013 toutefois, Corelio et Concentra ont annoncé leur fusion dans une joint-venture baptisée « Mediahuis » pour leurs activités de presse écrite et digitale¹⁵⁷. Ce rapprochement se justifie selon eux par la nécessité de créer des économies d'échelle afin de pouvoir investir dans des améliorations de produit et renforcer leur présence sur les nouveaux médias¹⁵⁸.

Les groupes de presse flamands sont, eux aussi, réunis au sein d'une association qui a pour but de défendre leurs intérêts. Celle-ci est nommée « De Vlaamse Nieuwsmedia »¹⁵⁹.

En 2009 également, suite à la crise financière, avaient pris place les premiers « Staten-Generaal van de Media » dans le but d'évaluer les défis actuels et futurs des médias en Flandre. En 2011, l'expérience fut renouvelée sous le thème « Sterker door samenwerking »¹⁶⁰. Dans les deux cas, les débats se sont déroulés au cours d'une seule après-midi.

- Données économiques

Tout comme leurs homologues francophones, les éditeurs de presse écrite flamands bénéficient d'aides directes et indirectes des pouvoirs publics.

¹⁵⁶ X., *Finaal rapport : Bedrijfseconomische marktimpact van de VRT*, Vlaamse Overheid – Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, Brussel, 2010, pp. 27-28.

¹⁵⁷ Les autres activités continueront à être gérées de manière indépendante.

¹⁵⁸ Voy. <http://www.concentra.be/concentra-en-corelio>.

¹⁵⁹ Voy. <http://www.vlaamsenieuwsmedia.be>.

¹⁶⁰ Interventions disponibles sur: <http://www.cjcm.vlaanderen.be/media/evenementen/statengeneraalmedia>.

Ainsi, en 2011, sur proposition de la Ministre en charge des Médias, Ingrid Lieten, le Gouvernement flamand a débloqué la somme d'1 million d'euros en faveur du projet « Media-academie » destiné à promouvoir la formation dans le secteur de la presse écrite. Les bénéficiaires de ce projet sont les 4 associations actives dans le secteur en Flandre : De Vlaamse Nieuwsmedia, The Ppress, UPP en VUKPP¹⁶¹. En 2012, un nouveau montant d'1 million d'euros a, à nouveau, été consacré à leur profit^{162 et 163}.

Werkingsubsidie voor Media-Academie

Naam begunstigde	Bedrag
The Ppress	293.000,00
Union des Editeurs de la Presse périodique - Unie van de Uitgevers van de Periodieke Pers	65.100,00
Vereniging van de Uitgevers der Katholieke Periodieke Pers	65.100,00
Vlaamse Nieuwsmedia	576.800,00

D'autres initiatives d'aide à la presse existent par ailleurs, comme l'opération « Kranten in de klas » ou encore le Fonds Pascal Decroos qui soutient un journalisme de qualité et d'investigation¹⁶⁴. Ils se sont vus respectivement attribuer la somme d'1,4 million d'euros et la somme de 300 000 euros en 2012¹⁶⁵.

Du côté des aides indirectes, il existe également des tarifs postaux préférentiels, une TVA à 0% et les revenus provenant des campagnes gouvernementales diffusées dans les médias.

1.1.2. Le radiodiffuseur public - La VRT

- Présentation

Du côté flamand, le monopole de la BRT (successeur de l'INR/NIR) prit définitivement fin en 1987 suite au « kabeldecreet »¹⁶⁶ qui autorisa les télévisions commerciales¹⁶⁷. En 1991, la BRT fut rebaptisée BRTN, Belgische Radio- en Televisieomroep Nederlandstalige Uitzendingen. Ensuite, deux décrets de 1995 et 1997 appelés respectivement « Minidecreet »¹⁶⁸ et « Maxidecreet »¹⁶⁹ ont totalement réformé la structure de la radiodiffusion publique flamande

¹⁶¹ Beleidsbrief : Media – Beleidsprioriteiten 2012-2013, *Parl. doc.*, Vlaamse parl., sess. 2012-2013, n°1764/1, p. 13.

¹⁶² VRM, *Jaarverslag 2012*, p. 46, disponible sur : <http://www.vrmrapporten.be>.

¹⁶³ Schéma: VRM, *op.cit.*, p. 49.

¹⁶⁴ F. ANTOINE et F. HEYNDERICKX, *op. cit.*, p.66.

¹⁶⁵ VRM, *Jaarverslag 2012*, p. 46.

¹⁶⁶ Decreet van 28 januari 1987 betreffende het overbrengen van klank – en televisieprogramma's in de radiodistributie – en teledistributienetten en betreffende de erkenning van niet-openbare televisieverenigingen, *B.S.*, 19 maart 1987, b.4196.

¹⁶⁷ X., *De publieke omroepopdracht gewikt en gewogen: Publieksbevraging over de toekomstige taak van de VRT*, *op. cit.*, p. 7.

¹⁶⁸ Decreet van 22 december 1995 tot wijziging van sommige bepalingen van Titel I en Titel II van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 25 januari 1995, *B.S.*, 12 januari 1996, b. 694.

¹⁶⁹ Decreet van 29 april 1997 betreffende de omzetting van de BRTN in een naamloze vennootschap van publiek recht, *B. S.*, 1st mei 1997, b. 10620.

en lui attribuant un nouveau statut. La BRTN est alors devenue une société anonyme de droit public nommée « VRT », Vlaamse Radio- en Televisieomroep. En même temps était conclu le premier contrat de gestion entre la VRT et le Gouvernement flamand¹⁷⁰.

Aujourd'hui, la VRT dispose de 3 chaînes de télévision (Eén, Canvas et Ketnet), de 5 radios (Radio 1, Radio 2, Klara, MNM et Studio Brussel), de sites internet d'information (Deredactie.be), de sport (Sporza.be) et de culture (Cobra.be).

- Cadre légal

La VRT est régie par un décret du 27 mars 2009¹⁷¹ relatif à la radiodiffusion et à la télévision ainsi que par le contrat de gestion qu'elle renégocie tous les 5 ans avec le Gouvernement de la Communauté flamande.

Son objet social est défini à l'article 6 dudit décret qui prévoit qu'il consiste à « *assurer, dans les limites de la mission de l'organisme public de radiodiffusion, définie ci-après, des programmes de radio, des programmes de télévision et d'autres types de programmes, ainsi que l'exercice d'activités qui, directement ou indirectement, y contribuent, (...). En sa qualité d'organisme public de radiodiffusion, la VRT a pour mission d'atteindre le plus d'utilisateurs des médias possible en offrant une diversité de programmes de qualité suscitant l'intérêt des utilisateurs des médias et y satisfaisant. (...) La VRT suit de près les développements technologiques, de sorte à offrir aux téléspectateurs et aux auditeurs de ses programmes, lorsque cela semble utile et souhaitable, également en utilisant de nouvelles applications médiatiques. La mission publique de la VRT comprend également toute activité pouvant contribuer directement ou indirectement à la réalisation de son objet social (...)* »¹⁷².

- Données économiques

En ce qui concerne son financement, la VRT perçoit une dotation du pouvoir public flamand déterminée par le contrat de gestion en cours¹⁷³. En 2012, celle-ci atteignait les 293,4 millions d'euros¹⁷⁴.

A côté de sa dotation, elle se finance par la publicité en radio, par le sponsoring en radio et en télévision et par le merchandising. Les revenus provenant de la publicité à la radio et du sponsoring à la télévision sont limités par le contrat de gestion. Ainsi, l'article 36 §1 du contrat de gestion 2007-2011 prévoyait un plafond de maximum 40,9 millions d'euros net (indexés) par an pour la vente d'espaces publicitaires en radio. Le sponsoring en télévision était lui limité à 10 millions à partir de 2008. De plus, il était prévu par l'article 37 que si ces revenus

¹⁷⁰ F. ANTOINE, *Les Radios et les Télévisions de Belgique*, op. cit., p. 190.

¹⁷¹ Decreet van 27 maart 2009 betreffende radio- omroep en televisie, B.S., 30 april 2009, b. 34470.

¹⁷² Version traduite du Mediadecreet.

¹⁷³ Article 16 du décret.

¹⁷⁴ Article 10.1 du Contrat de gestion 2012-2016

n'atteignaient pas 90% du plafond mentionné, une procédure d'alarme serait lancée et que la différence serait payée par la Communauté flamande. Notons encore que la publicité à la télévision est, elle, interdite.

Comme nous le verrons, le contrat de gestion entré en vigueur au 1^{er} janvier 2012 a introduit certaines modifications par rapport à ces données.

1.2. Le lobby de la presse et le nouveau contrat de gestion de la VRT 2012-2016

Tout comme au Sud du pays, les éditeurs de presse écrite flamands ont fait valoir que les activités menées par le service public de l'audiovisuel, la VRT, sur Internet et l'ensemble des nouvelles plates-formes, entraînaient une distorsion de concurrence et mettaient à mal le pluralisme des médias. Certains comportements ont particulièrement irrité les acteurs de presse privés, comme le lancement par la VRT de ses applications pour iPad alors que rien ne l'autorisait dans son cadre légal de l'époque.

Contrairement à ce qu'il s'est produit en Communauté française toutefois, aucune procédure judiciaire n'a été entamée par les éditeurs de journaux. Par contre, le lobby de la presse était bien décidé à faire entendre ses arguments au gouvernement flamand dans le cadre des négociations sur le futur contrat de gestion 2012-2016 de la VRT afin de voir se préciser les missions du service public sur les nouveaux médias.

Ainsi, dès le 8 décembre 2010, et dans la perspective du renouvellement du contrat de gestion de la VRT, les éditeurs de presse écrite et de magazines font parvenir au Gouvernement flamand un mémorandum destiné à engager la discussion sur un certain nombre de points qu'ils jugent cruciaux pour le maintien d'un paysage médiatique flamand pluraliste et ne pas aboutir, comme au Sud du pays, à une action judiciaire.

Ce mémorandum¹⁷⁵ contient alors 5 revendications majeures qui peuvent être synthétisés comme suit :

Tout d'abord, ils invoquent la nécessité d'établir une définition claire et une démarcation nette de la mission de service public de la VRT. Ils souhaiteraient à cet égard une interprétation restrictive des habilitations donnée à l'entreprise publique pour que le principe ne soit plus celui du « *Tout ce qui n'est pas interdit est autorisé* » mais bien du « *Tout ce qui n'est pas expressément autorisé est potentiellement néfaste pour la concurrence* ».

¹⁷⁵ Mémorandum van de vlaamse private mediabedrijven aan de vlaamse regering inzake de beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de VRT en de vlaamse gemeenschap, 8 december 2010 qui nous a été transmis par S. MAMPAEY, Directrice administrative et juridique de De Vlaamse Nieuwsmedia.

A cette fin, ils plaident pour l'introduction dans le futur contrat de gestion d'un mécanisme d'évaluation *ex ante* pour tout nouveau service ou toute modification substantielle d'un service existant afin que l'article 18 du décret, qui se veut conforme à l'exigence de la Commission européenne, ne reste pas lettre morte¹⁷⁶. En effet, cet article dispose en son §1^{er} que « *La VRT ne peut entreprendre de nouveaux services ou activités non couverts par le contrat de gestion, qu'après accord explicite du Gouvernement flamand* ».

En second lieu, ils rappellent que la mission principale de la VRT est, et doit rester, celle d'offrir des programmes de radio et de télévision. Ils ne contestent en aucun cas la légitimité de sa présence sur Internet ou sur les nouvelles plates-formes à condition que l'objectif soit de renforcer cette offre et que le contenu diffusé soit donc exclusivement et directement en lien avec les programmes radio et télévisés.

Le troisième point évoque la publicité qui, comme nous le savons, constitue la principale source de financement de la presse écrite. Or, le fait que la VRT exploite de la publicité en ligne et sur les nouvelles plates-formes sans aucune limitation alors qu'elle est subventionnée engendre une distorsion de concurrence inacceptable selon les éditeurs de presse écrite flamands.

Le fait que le service public développe des activités rédactionnelles régionales constitue le quatrième point d'achoppement pour les éditeurs de journaux qui, depuis longtemps, sont le fournisseur le plus important d'information régionale. Pour eux, cela revient à créer une offre double alimentée par un même contenu. Cela témoigne, selon eux, d'une mauvaise utilisation de la subvention dont le service public bénéficie.

Enfin, dans une ultime revendication, ils appellent à ce que les dépenses effectuées en matière d'innovation ne servent pas à faire de la VRT un leader dans ce domaine au détriment des opérateurs privés et ne les empêche pas de construire de nouveaux modèles économiques viables, tels des offres de contenu payant.

Le contrat de gestion finalement adopté à, dans une certaine mesure, fait droit aux demandes des éditeurs de presse écrite.

En ce qui concerne la revendication d'une définition plus claire de la mission de service public, celle-ci a été entendue dès lors que l'article 6.1.5 qui détaille l'offre thématique en ligne stipule désormais expressément qu'elle consiste en textes, images et sons avec un focus sur l'image.

¹⁷⁶ L'insertion de cet article fait suite à l'enquête menée par la Commission européenne suite aux plaintes de plusieurs radios privées flamandes en 2004 au sujet du financement de la VRT et du caractère trop vague de la définition de sa mission de service public. La Commission a, en outre, considéré qu'il n'existait pas d'évaluation satisfaisante permettant de savoir si les services des nouveaux médias répondaient aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la population Voy.§ 175 et s. de la Décision de la Commission européenne concernant le financement du radiodiffuseur public VRT, COMP, n°725 final, 27 février 2008.

Une telle insertion permet en principe d'éviter que la VRT ne puisse trop empiéter sur les domaines de prédilection de la presse écrite.

De plus, l'article 16 met en oeuvre une procédure d'évaluation *ex ante* en cas de nouveau service envisagé par la VRT qui ne serait pas prévu par le contrat de gestion. A cette fin, il précise au moyen de listes exemplatives ce qui doit, ou ne doit pas, être considéré comme un nouveau service¹⁷⁷. La procédure prévoit que la VRT élabore un projet dans lequel elle explique les raisons pour lesquelles elle souhaite créer un service innovant, la valeur ajoutée que celui-ci va apporter et ses effets attendus sur le marché. Le projet est ensuite soumis à l'approbation du Gouvernement flamand qui, conformément à l'article 18, §2 du décret, requiert l'avis du « Vlaamse Regulator voor de Media »¹⁷⁸ avant de prendre sa décision.

En ce qui concerne la publicité, malgré l'augmentation de la dotation, le Gouvernement n'a pas interdit la publicité sur Internet. Il a instauré un plafond de 68,4 millions d'euros pour les communications commerciales dans lesquelles la publicité en ligne est incluse et prévoit toujours un système de compensation au cas où les recettes n'atteindraient pas 85% de ce plafond.

2. En Autriche

2.1. Présentation des acteurs

2.1.1. La presse quotidienne

En Autriche, la presse écrite journalière est réunie au sein d'une association créée en 1946, la Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), qui traite de tous les sujets importants concernant les éditeurs, rédacteurs et journalistes. Elle défend ainsi l'intérêt commun de ses membres au niveau national, régional et local et participe à l'élaboration constructive de la régulation des médias en Autriche. Outre 16 journaux quotidiens, elle réunit également 47 journaux ou magazines hebdomadaires et mensuels¹⁷⁹.

2.1.2. Le radiodiffuseur public - L'ORF

Le paysage radio et télévisuel autrichien est caractérisé par la forte position sur le marché de la fondation de droit public ORF (Österreichischer Rundfunk), chargée du service public de l'audiovisuel mais aussi par une forte imprégnation de chaînes de télévisions étrangères¹⁸⁰.

¹⁷⁷ Figure parmi les nouveaux services, la création d'un site internet thématique par exemple.

¹⁷⁸ Il s'agit d'un organe indépendant, conformément à la volonté de la Commission européenne.

¹⁷⁹ <http://en.voez.at>

¹⁸⁰ ENPA, *op. cit.* p.20.

Le financement de la chaîne publique provient, pour environ 60% du *Programmngelt*, à savoir un financement public sur base de redevances et, pour le reste, des activités commerciales et revenus divers¹⁸¹.

En 2012, selon le rapport annuel de la fondation, le chiffre d'affaires de la société-mère était de 937,4 millions d'euros dont 595,5 millions provenaient du *Programmngelt* et 210,7 millions de la publicité¹⁸².

Quant au portail internet ORF.at, il s'agit du site média le plus visité en Autriche¹⁸³. Outre de l'information, il fournit une multitude d'autres services tels que chats, conseillers en ligne, vente de sonneries gsm, e-cards, jeux, services de rencontre,...

2.2. Le conflit entre VÖZ et l'ORF

2.2.1. La procédure devant la Commission européenne

En 2004 l'association des éditeurs VÖZ a introduit une plainte à l'encontre d'ORF devant la Commission européenne concernant sa mission de service public et son financement. En 2005, d'autres opérateurs médias privés ont également contesté ce financement devant la Commission¹⁸⁴.

Selon l'association VÖZ, les services en ligne proposés par ORF tels que les jeux, les services de rencontres, les programmes informatiques, les sonneries GSM ou les services SMS, ne feraient pas partie de sa mission de service public et ne devraient, de ce fait, pas être financés par de l'argent public. Elle dénonce dès lors une définition insuffisante de la mission de service public et un manque de contrôle de l'exécution de cette mission¹⁸⁵. Ainsi, étant donné que ces services s'éloignent manifestement de la mission principale de radio et de télévision de l'ORF, l'Autriche aurait dû préalablement notifier l'existence d'une aide nouvelle conformément au droit européen¹⁸⁶. Les éditeurs ajoutent à cela que l'autorisation faite à ORF d'exploiter de la publicité sur son site internet n'a fait qu'accentuer la distorsion de concurrence à leur détriment.

Dans sa décision préliminaire, la Commission a estimé que la mission de service public contenue dans la loi sur l'ORF (*ORF-Gesetz*) concernant les services en ligne et les chaînes thématiques était trop vague et qu'il fallait la définir plus précisément en prenant en compte

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² ORF-Jahresbericht 2012, mars 2013, disponible sur : <http://orf.at>.

¹⁸³ IMCA, Etude « Présence et stratégies des médias de service public sur les services numériques » dans le cadre du Colloque européen sur les médias de service public à l'ère du numérique organisé à Strasbourg les 17 et 18 juillet 2008, disponible sur : http://archive.dgmic.culture.gouv.fr/article.php3?id_article=1331, p. 118.

¹⁸⁴ Voy. Décision de la Commission européenne concernant le financement de ORF, *COMP*, n° 8113, 28 octobre 2009 (version en anglais). Les deux plaintes ont été jointes.

¹⁸⁵ § 77 de la décision.

¹⁸⁶ § 78 de la décision.

l'offre déjà existante sur le marché et en indiquant dans quelle mesure ces services en ligne répondent aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société autrichienne¹⁸⁷.

La Commission a également mis en doute le caractère suffisant du contrôle de l'utilisation des fonds publics pour que ceux-ci ne dépassent pas ce qui est nécessaire à l'accomplissement de la mission du radiodiffuseur public et ne constituent donc pas une surcompensation¹⁸⁸.

En conclusion, la Commission a déclaré qu'il n'y avait pas de mécanismes adéquats pour s'assurer que le financement public des services en ligne et autres nouvelles activités audiovisuelles significatives ne crée pas de distorsion de concurrence¹⁸⁹.

En réponse aux recommandations de la Commission, l'Autriche a proposé de réaliser une série de modifications de la législation pour que celle-ci contienne à l'avenir :

-une liste exhaustive des services en ligne qui ne sont pas considérés comme nouveaux et des modifications de ces services qui ne sont pas significatives conformément à la Communication de la Commission de 2009;

-une procédure de consultation publique préalable à l'insertion de tout nouveau service ;

-une liste noire des activités commerciales en ligne qui ne font pas partie de la mission de service public et qui ne peuvent donc être financées par de l'argent public¹⁹⁰.

La Commission, satisfaite des engagements pris par l'Autriche, a mis fin à son enquête.

2.2.2 Le nouveau cadre légal de l'ORF

Tenant sa parole, l'Autriche a fait entrer en vigueur en octobre 2010 les modifications relatives à la loi sur l'ORF. Les dispositions actuelles contiennent les éléments suivants :

A l'article 4 e (1), la loi spécifie que pour remplir sa mission de service public, l'ORF propose une offre en ligne dont le contenu renforce ou est directement en lien avec ses chaînes radio ou télévisées. Le point (2) ajoute toutefois que le contenu d'information ne peut être présenté de façon semblable à celui des versions électroniques des journaux écrits.

L'article 4 f (2), quant à lui, dresse la liste des services qui ne peuvent être rendus au titre de la mission de service public de l'ORF en ce qu'ils ne répondent pas aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société, tels que notamment les portails de rencontre, les offres d'emploi, les jeux et paris, les services SMS et la présence sur les réseaux sociaux.

¹⁸⁷ § 83 de la décision.

¹⁸⁸ § 86 de la décision.

¹⁸⁹ §176 de la décision.

¹⁹⁰ §180 et suivants de la décision.

De cette manière, le législateur autrichien a souhaité clairement distinguer les activités qui sont couvertes par le mandat de service public de l'ORF des activités purement commerciales qui elles, ne peuvent être mises en oeuvre sous la marque « ORF » ou au moyen de tout autre marque créée avec des fonds publics¹⁹¹.

En cas de nouveau service ou de modification substantielle d'un service existant, une procédure préalable est désormais prévue à l'article 6 de la loi. C'est l'autorité régulatrice indépendante autrichienne pour la radiodiffusion (KommAustria) qui approuvera ou non la mise en place de ce service¹⁹².

Enfin, en matière de publicité sur internet, l'article 18 (1) prévoit une limitation des recettes qui, à partir du 1^{er} janvier 2013, est de 4% de la somme perçue au titre du *Programmengelt*.

2.3. La décision de la Cour constitutionnelle

Le 25 janvier 2012, KommAustria, l'autorité responsable de la régulation de l'ORF, rendait une décision selon laquelle les services en ligne offerts par l'ORF sur le réseau social Facebook en lien avec ses émissions radios et télévisées étaient contraires à l'article 4 f (2) (25) de la loi sur l'ORF qui dresse la liste des services qui ne peuvent être proposés par l'ORF au titre de sa mission de service public¹⁹³.

Les recours intentés par l'ORF devant le *Bundeskommunikationssenat*, l'autorité fédérale suprême de l'audiovisuel, et devant le tribunal administratif autrichien ont tous deux confirmé la décision selon laquelle les pages Facebook des chaînes du radiodiffuseur entraient dans le champ d'application de l'article 4 f (2) (25) qui interdit toute coopération avec les réseaux sociaux. L'ORF a alors décidé de porter l'affaire devant la Cour constitutionnelle (*Verfassungsgerichtshof*)¹⁹⁴.

Or, le 26 juillet 2013, la Cour a rendu sa décision en déclarant inconstitutionnelle cette interdiction faite à l'ORF d'être présente avec sa marque sur Facebook. Selon la Cour, cette interprétation serait en effet contraire au droit à la liberté d'expression et à la liberté de radiodiffusion¹⁹⁵.

¹⁹¹ Article 9 b de la loi sur l'ORF.

¹⁹² ENPA, *op. cit.* p.20.

¹⁹³ H. KARL, « Les pages facebook de l'ORF sont jugées contraires à la législation », Iris 2012-3:1/9, disponible sur : <http://merlin.obs.coe.int>.

¹⁹⁴ M. LENGYEL, « Administrative Court confirm "facebook ban" for the ORF », Iris, 2013-1:1/6, disponible sur : <http://merlin.obs.coe.int>.

¹⁹⁵ Communiqué de presse de la Cour constitutionnelle autrichienne du 26 juillet 2013, disponible sur : <http://www.vfgh.at>. La décision G 34/2013-10 complète est disponible en allemand sur le même site.

3. En Suisse romande

La Confédération suisse est un Etat dont l'organisation politico-institutionnelle est basée, contrairement à son appellation, sur le modèle du fédéralisme. En effet, le pays se compose de 26 cantons qui disposent chacun de leur propre constitution et se voient attribuer les compétences qui ne reviennent pas au niveau fédéral. De plus, le pays compte trois langues officielles que sont l'allemand, le français et l'italien et quatre langues nationales avec le romanche.

Dans ce paysage complexe, le secteur des médias, tant publics que privés, est une compétence réglée au niveau fédéral. Au sein du Gouvernement fédéral, la matière revient au Département de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication dirigé par Doris LEUTHARD.

Rappelons que la Suisse, ne faisant pas partie des 28 Etats membres de l'Union européenne, n'est pas soumise aux dispositions qui ont été développées dans le chapitre premier du présent travail concernant l'Union européenne.

3.1. Présentation des acteurs

3.1.1. La presse écrite quotidienne

En Suisse, la presse écrite constitue encore à l'heure actuelle le média le plus consulté devant l'Internet et la télévision¹⁹⁶. C'est également celui qui perçoit le plus de recettes publicitaires, notamment en presse quotidienne. Toutefois, comme partout, la publicité et la vente au numéro et d'abonnements sont en recul.

La presse suisse bénéficie de deux types d'aides indirectes qui sont d'une part, une réduction du taux de la TVA sur les produits de presse et, d'autre part, de tarifs postaux préférentiels¹⁹⁷. En effet, la Confédération alloue chaque année 50 millions de francs suisses à la Poste pour que celle-ci accorde des rabais postaux à certains journaux qui voient ainsi leurs coûts totaux diminuer de 10 à 15%.

Contrairement à la presse quotidienne belge, les éditeurs de journaux suisses ne bénéficient d'aucune aide directe. Ils y sont même plutôt opposés selon Daniel HAMMER, Secrétaire général de MÉDIAS SUISSES, car selon lui : « *L'aide directe a un corollaire qui est l'immiscion de l'Etat dans les affaires des éditeurs* ». Mais cette position pourrait cependant être revue, notamment par les plus petits groupes de presse, face à la baisse du nombre de tirages. En 2010, un rapport avait déjà été présenté sur l'évaluation de l'aide à la presse depuis 2008 et sur les

¹⁹⁶ Voy. <http://www.media-f.ch>.

¹⁹⁷ Article 15 de la Loi sur la Poste du 17 décembre 2010, R.O., 2010, p.4993.

modèles alternatifs envisageables¹⁹⁸. L'année prochaine, le Gouvernement fédéral donnera à nouveau un rapport aux chambres du Parlement pour explorer d'autres formes d'aide.

Comme ailleurs, il existe une association des médias privés romands nommée MÉDIAS SUISSES qui regroupe les éditeurs de la presse écrite quotidienne ou périodique de Suisse romande et qui oeuvre, entre autres, à la mise en place de conditions-cadre favorables à la presse écrite, l'anticipation de l'évolution économique, sociale et juridique, l'établissement de relations de travail de manière à favoriser un climat de paix sociale avec son partenaire social, mais surtout les prestations de service à ses membres¹⁹⁹.

3.1.2. Le radiodiffuseur public - La SSR

Le service public de l'audiovisuel en Suisse a été confié à la *SRG SSR*, une entreprise média de droit privé gérée selon les principes des sociétés anonymes. Son mandat est défini par la Constitution fédérale mais aussi par une loi sur la radio et la télévision (LRTV), une ordonnance sur la radio et la télévision (ORTV) et par une concession.

La SSR offre, dans toutes les langues du pays, des programmes de radio et de télévision ainsi que d'autres services journalistiques.

Le rôle particulier joué par la SSR en tant que service audiovisuel public est reflété dans la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV) qui lui consacre des dispositions spécifiques. Son mandat y est notamment défini à l'article 24 qui dispose que :

« 1. La SSR remplit le mandat constitutionnel dans le domaine de la radio et de la télévision. Elle doit en particulier:

a. fournir à l'ensemble de la population des programmes de radio et de télévision complets et de même valeur dans les trois langues officielles;

b. promouvoir la compréhension, la cohésion et l'échange entre les différentes parties du pays, les communautés linguistiques, les cultures et les groupes sociaux, et tenir compte des particularités du pays et des besoins des cantons;

c. resserrer les liens qui unissent les Suisses de l'étranger à la Suisse, promouvoir le rayonnement de la Suisse à l'étranger et y favoriser la compréhension pour ses intérêts (...) ».

Afin de remplir sa mission de service public et conformément à l'article 34 de la LRTV, la SSR se finance en majeure partie par la redevance de réception, même si d'autres sources de financement sont possibles.

¹⁹⁸ Voy.: Ecoplan, *Evaluation de l'aide à la presse depuis 2008 et modèles alternatifs*, Berne, 2010, disponible sur: <http://www.bakom.admin.ch>.

¹⁹⁹ Voy. <http://www.mediassuissses.ch>.

Dans les faits, 70% du financement de la SSR provient de cette redevance tandis que les 30% restant sont issus de ses activités commerciales. En termes de chiffres, cela représente 1,2 milliards de francs suisses pour la redevance et 600 millions de publicité télévisuelle et autres affaires commerciales.

La division francophone de la SSR, la Radio Télévision Suisse (RTS), est dirigée par Gilles MARCHAND et propose quatre chaînes de radio, deux chaînes de télévision et plusieurs plates-formes interactives. Les programmes de la RTS sont ainsi destinés au public francophone suisse, principalement situé en Suisse romande (1,7 million d'habitants). La RTS dispose d'un budget annuel de l'ordre des 380 millions de francs.

3.2. Le conflit entre les éditeurs de presse écrite et la SSR

A l'image de la Belgique, la Suisse romande a connu une période de tension opposant la RTS aux éditeurs de presse écrite au sujet du développement de l'opérateur public sur Internet. « *Tout a commencé en juin 2010 - nous raconte Daniel HAMMER - par un communiqué de presse du Gouvernement fédéral sur l'intention d'autoriser l'exploitation par la SSR de la publicité sur internet* »²⁰⁰.

Il est important de préciser qu'en Suisse, la publicité représente 65 à 70% du chiffre d'affaires des journaux francophones suisses. C'est ainsi que la publicité est strictement limitée à la télévision et interdite à la radio pour la SSR par les articles 22 et 23 de l'ordonnance sur la radio et la télévision.

Une telle autorisation fut donc très mal perçue par le secteur de la presse privée qui y vit une atteinte directe à sa principale source de financement. Etant donné le blocage qu'une telle annonce avait engendré, Doris LEUTHARD, la Conseillère fédérale responsable du secteur de la communication, enjoignit les parties à se mettre autour de la table afin de trouver une solution. Les discussions portaient non seulement sur la publicité mais également sur la possibilité pour la SSR de produire une offre indépendante sur les plates-formes numériques, ce que les éditeurs refusaient tout aussi farouchement.

Jusqu'alors, la concession dont était dotée la SSR spécifiait au sujet de ses offres en ligne qu'elles devaient nécessairement présenter un lien temporel et thématique direct avec les émissions diffusées ou avoir servi de base à ces émissions²⁰¹.

Un des arguments défendus par le secteur de la presse était que les revenus de la SSR étaient en augmentation constante depuis 2001 alors que les éditeurs au niveau national avaient perdu, en matière de recettes publicitaires, près d'1 milliard de francs suisses en 10 ans.

²⁰⁰ Propos recueillis lors de l'interview téléphonique de D. HAMMER (Voy. annexe n°3).

²⁰¹ Article 13 de la Concession du 28 novembre 2007 octroyée à SRG SSR idée suisse, R.O., 2007, p. 1789.

Finalement, après plus de deux ans de conflit et aucun accord n'ayant pu être trouvé, le Conseil fédéral trancha l'affaire en modifiant le texte de la concession en prévoyant davantage de liberté pour la SSR dans son offre en ligne.

Ainsi, le nouveau texte en vigueur depuis le 1^{er} juin 2013 prévoit désormais à l'article 13 que:

« 1. *L'offre en ligne se compose essentiellement de contenus audio et de contenus audiovisuels.*

2. *Les contenus en ligne se rapportant à des émissions présentent un lien temporel et thématique direct avec des émissions ou des parties d'émissions de nature journalistique. Les textes doivent indiquer à quelle émission ils se rapportent.*

3. *Dans les contenus en ligne sans référence à une émission, les textes traitant de l'actualité, du sport et des informations régionales et locales ne doivent pas excéder 1000 caractères.*

4. *75% des textes en ligne dont la date de publication est inférieure à 30 jours présentent un lien avec un contenu audio ou un contenu audiovisuel.*

5. *Les jeux et les forums de discussion ne peuvent être proposés que s'ils présentent un lien temporel et thématique direct avec une émission. Les marchés en ligne sont interdits.*

(...) ».

Dans un document explicatif relatif à la modification de la concession, le Conseil fédéral explique que : « *Les contenus en ligne de la SSR doivent se composer essentiellement de contributions audio et audiovisuelles, conformément à ses activités en tant qu'entreprise* » et que : « *La SSR ne peut pas proposer un journal en ligne ressemblant à un produit de presse* ».

Par contre, les journaux francophones suisses ont obtenu de la Ministre fédérale qu'elle n'abroge pas l'interdiction faite à la SSR d'exploiter de la publicité sur son site internet. Le problème, selon Daniel HAMMER, est que « *juridiquement, l'interdiction figure dans une ordonnance, qui est le moyen le plus faible en droit suisse. C'est une norme qui peut être modifiée par le Gouvernement* »²⁰². Ainsi, le Conseil fédéral se réserve la possibilité de revenir sur cette décision si les revenus publicitaires de la SSR venaient à décliner par exemple.

Mais en principe, le Gouvernement ne devrait pas revenir sur sa position, du moins pas avant que la concession ne soit remise à l'ordre du jour en 2016-2017.

D'ici là, les journaux devraient passer au modèle payant, tout comme le journal *Le Temps* qui désormais n'est disponible en ligne que moyennant un abonnement.

²⁰² Propos recueillis lors de l'interview téléphonique de D. HAMMER (Voy. annexe n°3).

Comme partout ailleurs, en Suisse, la définition du mandat et des contours de la mission du service public de l'audiovisuel n'échappe pas au débat politique. En effet, si les libéraux et conservateurs sont en faveur de la privatisation et de la dérégulation du système des médias, les sociaux-démocrates, eux, défendent un service public fort qui soit aussi indépendant que possible de la pression commerciale²⁰³.

4. Analyse comparée

Comme nous avons pu le constater, un certain nombre d'Etats en Europe sont confrontés aux mêmes revendications du secteur de la presse écrite à l'égard des activités du radiodiffuseur public sur les nouveaux médias qui sortent de ses attributions originales.

Outre ceux que nous avons brièvement présentés, d'autres pays tels que l'Allemagne, la France, la Finlande, le Royaume-Uni, les Pays-Bas ou encore l'Irlande ont connu ou connaissent des agitations semblables qui, si elles n'aboutissent pas toujours devant un juge ou devant la Commission européenne, ont au moins le mérite d'ouvrir des débats sérieux sur la définition de la mission de service public à l'ère du numérique.

Il est bien sûr admis partout, et cela est renforcé par les instruments adoptés au niveau de l'Union européenne et du Conseil de l'Europe, que le service public de l'audiovisuel peut, et doit même, être présent sur Internet et sur les nouvelles plates-formes en raison de sa mission d'intérêt général et des principes de neutralité technologique et d'universalité.

Mais la question qui se pose alors partout est de savoir dans quelle mesure admettre cette présence pour ne pas faire trop d'ombre aux médias privés et, en particulier à la presse écrite, qui doivent, eux aussi, bénéficier du virage technologique.

S'il est très difficile de comparer un Etat ou une partie d'Etat à un autre, tant en raison de la taille du marché qui peut très fortement varier, que des spécificités politiques, linguistiques et culturelles qui lui sont propres, il est toutefois possible, sur base de notre étude, de dégager certaines tendances.

En effet, d'une manière générale, les revendications de la presse écrite sont partout les mêmes : avoir une définition plus précise et plus claire du mandat de service public en ce qui concerne l'offre de services en ligne et sur les nouvelles plates-formes ; la mise en oeuvre, dans les Etats membres de l'Union européenne, d'une procédure d'évaluation préalable à l'introduction de tout nouveau service ou de toute modification substantielle d'un service existant par un organe indépendant afin d'en examiner l'impact sur le marché ; une utilisation du financement public restreinte aux activités répondant aux besoins démocratiques, sociaux

²⁰³ ENPA, *op. cit.*, pp. 69-70.

et culturels de la population, et enfin ; une interdiction ou à tout le moins une limitation de l'exploitation de publicité par l'organisme public de radiodiffusion sur son site internet.

Et, dans tous les cas que nous avons vu, les pouvoirs publics ont été amenés, à un moment ou un autre, à réviser le cadre légal existant.

Partout, il a été jugé nécessaire d'adopter des mesures afin que l'opérateur audiovisuel public ne puisse trop empiéter sur le terrain de la presse écrite. Ainsi, en Flandre, il a été spécifié que l'offre en ligne de la VRT devait avant tout privilégier l'image. En Autriche et en Suisse, il est expressément stipulé que cette offre ne peut pas ressembler à un produit de presse similaire à ceux offerts par les éditeurs de presse écrite.

Cette mesure est parfois renforcée par des critères quantitatifs comme en Suisse où une limite de 1000 caractères a été introduite pour le contenu en ligne sans lien direct avec les émissions de la SSR ; ou par des listes exhaustives des services ne faisant pas partie de la mission de service public et ne pouvant pas être développés sous la marque du radiodiffuseur, comme en Autriche.

En ce qui concerne la publicité sur Internet, la Suisse fait partie des pays d'Europe qui sont parvenus à maintenir son interdiction alors que tant la Flandre que l'Autriche ont opté pour une logique de plafond des revenus publicitaires (et non de l'espace publicitaire comme le souhaitent, à l'instar de D. VAN WYLYCK en Communauté française, les éditeurs de presse autrichiens).

Enfin, nous ne pouvons que constater l'influence, toujours plus prégnante, du droit de l'Union européenne et principalement du Protocole d'Amsterdam et de la Communication de la Commission européenne de 2009 sur les Etats membres. La compétence de contrôle de la Commission n'est pas feinte. Elle a déjà, à maintes reprises, été chargée d'examiner le cadre légal de plusieurs organismes publics de radiodiffusion et a poussé plusieurs Etats, comme la Flandre et l'Autriche, à mettre en oeuvre une procédure d'évaluation préalable via un organe indépendant.

Parmi ces solutions, certaines peuvent-elles dès lors être envisagée pour la Communauté française ? Car sur base de ce que nous avons pu observer, il est fort à parier que la Commission considérera la définition de la mission de service public de la RTBF trop vague et imprécise et demandera à la Communauté française de prendre des mesures concrètes afin que l'offre web de la RTBF ne puisse être en tout point identique à celle développée par les éditeurs.

Nous avons, à cet égard, déjà évoqué la fuite survenue dans un échange de lettres entre la Communauté française et la Commission au mois de juin dernier. Selon le journaliste qui divulgue cette fuite, la lettre expliquerait clairement que : « *Les services concernés devront désormais mettre l'accent sur les images et les sons, et faire le lien avec les programmes de radio et de télévision de la RTBF* »²⁰⁴. Il pourrait s'agir là d'une première mesure à prendre par la RTBF.

Une autre solution envisageable et qui a également déjà été évoquée par G. DOUTRELEPONT serait de fixer une limite de caractères écrits sans lien avec les émissions radio ou télévisuelles pouvant figurer sur le site de la RTBF.

Nous pouvons également nous attendre à ce que la RTBF doivent clairement distinguer les services faisant partie de sa mission d'intérêt général d'autres activités commerciales telles que les services d'offres d'emploi ou de rencontre qui ne pourront plus être financées au moyen de la dotation allouée par les pouvoirs publics.

Enfin, comme dit précédemment, le Parlement de la Communauté française devra, tôt ou tard, revoir le décret statutaire de la RTBF devenu bien archaïque au vu des nombreuses évolutions ayant eu lieu afin d'y faire apparaître, notamment, la procédure *ex ante*.

²⁰⁴ F. CHARDON, *op. cit.*

Conclusion

L'Internet a révolutionné les médias traditionnels et notre manière de consommer l'information. Tant les médias privés que publics se sont lancés dans une course au numérique pour parvenir à se positionner sur les nouveaux supports et à développer une stratégie qui leur permette d'être rentables.

Pour la presse écrite, depuis longtemps affectée par les conséquences de difficultés structurelles et conjoncturelles, cela signifie parvenir à fidéliser ses lecteurs sur le support numérique et à converger vers une offre totalement payante dans une société déjà très accoutumée à l'accès à l'information généralement gratuit sur Internet.

Pour le service public, cela consiste à continuer à remplir sa mission d'intérêt général et de rendre ses services d'information ou autres accessibles à tous les publics, y compris sur le web.

Les deux positions, bien que légitimes, ne peuvent qu'entrer en conflit lorsque le contenu proposé est le même mais est gratuit d'un côté et se veut payant de l'autre.

Nous l'avons vu, certains pays sont parvenus à trouver un équilibre qui laisse à chacune des parties la possibilité d'exercer son métier et d'innover sans être trop néfaste pour l'autre. Mais cela ne semble pas être aussi facile partout.

En Communauté française, force est de constater que le décret définissant le statut et les missions de la RTBF est resté, au fil des années, bien silencieux quant au développement de l'entreprise sur les nouveaux médias et que le tribunal de commerce n'a pu, dans le cadre du litige, que constater la large marge de manoeuvre laissée au service public.

Depuis longtemps pourtant, le droit européen, par le Protocole d'Amsterdam en 1997, et plus récemment par la Communication de la Commission européenne de 2009, enjoint les Etats membres à définir clairement les missions de leurs médias de service public et à veiller à ce que leur financement n'outrepasse pas ce qui est nécessaire pour remplir une telle mission.

Aussi nous devons attendre désormais que la Communauté française parvienne, dans ses discussions avec la Commission, à définir un *modus vivendi* qui satisfasse celle-ci et mette fin à sa procédure d'enquête. Il faudra alors ensuite que le législateur rende effectifs ces engagements en modifiant le décret statutaire de la RTBF ; ce qui risque de prendre encore un certain temps alors que l'évolution de l'Internet ne cesse de créer de nouvelles situations qui nécessiteront sûrement, elles aussi, une adaptation du droit.

Bibliographie

Législation et documents officiels :

- Union européenne :

TFUE, art. 106, §2 ; 107, §1^{er} ; 108, §1^{er} et §3.

TUE, art. 2.

Protocole sur le système de radiodiffusion publique dans les Etats membres annexé au Traité d'Amsterdam modifiant le Traité sur l'Union européenne, les Traités instituant les Communautés européennes et certains axes connexes, fait à Amsterdam le 2 octobre 1997, approuvé par la loi du 10 août 1998, *M.B.*, 1999, p. 14855.

Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, art. 11.

Résolution du Conseil et des représentants des gouvernements des Etats membres concernant le service public de radiodiffusion, *J.O.U.E.*, C O30, 25 janvier 1999.

Communication de la Commission concernant certains aspects juridiques liés aux œuvres cinématographiques et autres œuvres audiovisuelles, *J.O.U.E.*, C 320, 15 novembre 2001.

Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'Etat, *J.O.U.E.*, C 257, 2 juillet 2009.

Résolution du Parlement européen du 25 novembre 2010 sur la radiodiffusion de service public à l'ère du numérique: l'avenir du système double, *J.O.U.E.*, C 99, 3 avril 2012.

Décision de la Commission européenne concernant le financement du radiodiffuseur public VRT, *COMP*, n°725 final, 27 février 2008.

Décision de la Commission européenne concernant le financement de ORF, *COMP*, n° 8113, 28 octobre 2009 (version en anglais).

Guide relatif à l'application aux services d'intérêt économique général, et en particulier aux services sociaux d'intérêt général, des règles de l'Union européenne en matière d'aides d'État, de "marchés publics" et de "marché intérieur", *SEC* (2010), n°1545 final.

- Conseil de l'Europe :

Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950, approuvé par la loi du 13 mai 1955, *M.B.*, 19 août 1955, art.10.

Recommandation (2007) 3 du Comité des ministres aux Etats membres sur la mission des médias de service public dans la société de l'information, adoptée le 31 janvier 2007, disponible sur: <http://www.coe.int>.

Recommandation 1878 (2009) de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe sur le Financement de la radiodiffusion de service public, adoptée le 25 juin 2009, disponible sur: <http://assembly.coe.int>.

- Belgique :

Proposition de décret relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2003-2004, n° 500/1 du 10 février 2004.

Projet de décret modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n°309 du 11 janvier 2012.

Loi organique du 18 mai 1960 des Instituts de la Radiodiffusion - Télévision belge, *M.B.*, 21 mai 1960.

Décret du 12 décembre 1977 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté culturelle française (R.T.B.F.), *M.B.*, 14 janvier 1978, p. 365.

Loi du 19 juillet 1979 tendant à maintenir la diversité dans la presse quotidienne d'opinion, *M.B.*, 26 juillet 1979, p. 8324.

Decreet van 28 januari 1987 betreffende het overbrengen van klank – en televisieprogramma's in de radiodistributie – en teledistributienetten en betreffende de erkenning van niet-openbare televisieverenigingen, *B.S.*, 19 maart 1987, b. 4196.

Loi du 6 février 1987 relative aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, *M.B.*, 3 avril 1987, p. 4939.

Décret du 17 juillet 1987 sur l'audiovisuel, *M.B.*, 22 août 1987, p. 12505.

Décret du 4 juillet 1989 modifiant le décret du 12 décembre 1977 portant statut de la Radio-Télévision belge de la Communauté française (R.T.B.F.) et la loi du 6 février 1987 relative aux réseaux de radiodistribution et de télédistribution et à la publicité commerciale à la radio et à la télévision, *M.B.*, 31 août 1989, p. 14979.

Decreet van 22 december 1995 tot wijziging van sommige bepalingen van Titel I en Titel II van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 25 januari 1995, *B.S.*, 12 januari 1996, b. 694.

Decreet van 29 april 1997 betreffende de omzetting van de BRTN in een naamloze vennootschap van publiek recht, *B. S.*, 1st mei 1997, b. 10620.

Décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio - Télévision belge de la Communauté française (RTBF), *M.B.*, 28 août 1997, p. 22018.

Décret du 31 mars 2004 relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, *M.B.*, 13 mai 2004, p. 38424.

Décret du 19 juillet 2007 modifiant le décret du 14 juillet 1997 portant statut de la Radio - Télévision belge de la Communauté française, *M.B.*, 5 septembre 2007, p. 46285.

Decreet van 27 maart 2009 betreffende radio- omroep en televisie, *B.S.*, 30 april 2009, b. 34470.

Décret du 30 avril 2009 modifiant le décret du 31 mars 2004 relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, *M.B.*, 6 août 2009, p. 52406.

Loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur, *M.B.*, 12 avril 2010, p. 20803.

Contrat de gestion de la RTBF pour les années 2002 à 2006 tel qu'approuvé par le Gouvernement de la Communauté française le 11 octobre 2001, *M.B.*, 5 mars 2002, p. 8383.

Contrat de gestion de la RTBF pour les années 2007 à 2011 tel qu'approuvé par le Gouvernement de la Communauté française le 13 octobre 2006, *M.B.*, 4 décembre 2006, p. 66904.

Contrat de gestion de la RTBF pour les années 2013 à 2017 tel qu'approuvé par le Gouvernement de la Communauté française le 21 décembre 2012, *M.B.*, 1^{er} mars 2013, p. 13043.

Proposition de résolution du 16 février 2009 visant à initier sans délai les Etats généraux de la presse et des médias, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2008-2009, n°655/1.

Proposition de résolution du 7 mars 2012 relative au suivi du premier atelier « Acteurs, Marchés et Stratégies » des Etats généraux des médias d'information, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n° 331/1.

Rapport de Commission: Contrat de gestion de la RTBF 2013-2017 – Eléments constitutifs du 4 juillet 2012, *Doc.*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n° 347/2.

Beleidsbrief : Media – Beleidsprioriteiten 2012-2013, *Doc.*, Vlaamse parl., sess. 2012-2013, n°1764/1, p. 13.

Question de Mr P.-Y. JEHOLET à Mme I. MEERHAEGHE du 12 juillet 2012, *CRI*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2011-2012, n°21.

Question de Mr P.-Y. JEHOLET à Mme F. LAANAN du 13 mars 2013, *CRI*, Parl. Comm. fr., sess. ord. 2012-2013, n°11.

- *Autriche* :

ORF- Gesetz, art. 4 e (1) et (2) ; 4 f (2) ; 6 ; 9 b ; 18 (1).

- *Suisse* :

Loi sur la Poste du 17 décembre 2010, *R.O.*, 2010, p.4993.

Concession du 28 novembre 2007 octroyée à SRG SSR idée suisse, *R.O.*, 2007, p. 1789

Jurisprudence :

- *Belgique* :

Comm. Charleroi, 24 novembre 2010, *J.L.M.B.*, 27 avril 2012, p. 796.

Comm. Charleroi (Président), 30 décembre 2011, *J.L.M.B.*, 27 avril 2012, p.792.

C.E., arrêt *SNCB* n°4701 du 6 octobre 1955 , *R.P.S.*, 1957, p.220, obs. P. ORIANNE, p. 223.

- *Autriche*

Verfassungsgerichtshof, G 34/2013-10, 27 juillet 2013, <http://www.vfgh.at>

Doctrine :

ANTOINE F., *Les Radios et les Télévisions de Belgique*, Bruxelles, Kluwer, 2000.

ANTOINE F. et HEYNDERICKX F., *Etat des lieux des médias d'information en Belgique francophone*, Bruxelles, Parlement de la Communauté française de Belgique Wallonie-Bruxelles, 2011.

CSA, *La Communication commerciale dans les médias audiovisuels de la Fédération Wallonie-Bruxelles: Synthèse et évolutions 2010-2011*, 2012.

CSA, *Eléments constitutifs du nouveau contrat de gestion de la RTBF – Audition du 8 mars 2012 – Commission audiovisuel du Parlement de la Fédération Wallonie-Bruxelles*.

CSA, *Bilan: TV*, 2010, disponible sur: <http://www.csa.be>

CSA, *Bilan: Nouveaux médias*, 2012, disponible sur: <http://www.csa.be>

DE COSTER S.-P. , « Le soutien de la presse écrite », in X. (sous la dir. de F. JONGEN), *Médias et service public*, Bruxelles, Bruylant, 1992.

DEGAND A., *Quand la RTBF.be s'appelait encore RTBF*, La Newsletter de l'ORM n°1, mars 2010.

Ecoplan, *Evaluation de l'aide à la presse depuis 2008 et modèles alternatifs*, 2010, disponible sur: <http://www.bakom.admin.ch>.

ENPA, *Report on Public Service Broadcasters* (confidential), 2011.

GASSEE M., « L'aide directe à la presse en Communauté française (1973-2005) », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 2005/8 n° 1873.

HANOT M., « Les nouvelles révolutions du service public », *CSA-Bulletin d'information trimestriel*, n°51, 2012.

HOEBEKE S. et MOUFFE B., *Le droit de la presse: presse écrite, presse audiovisuelle, presse électronique*, 2^e éd., Louvain-la-Neuve, Academia-Bruylant, 2005.

JONGEN F., « Modification des décrets sur la radiodiffusion et sur la RTBF », *Iris*, 2007-9: 6/7, disponible sur : <http://merlin.obs.coe.int>.

KARL H., « Les pages facebook de l'ORF sont jugées contraires à la législation », *Iris* 2012-3:1/9, disponible sur : <http://merlin.obs.coe.int>.

LENGYEL M., « Administrative Court confirm "facebook ban" for the ORF », *Iris*, 2013-1:1/6, disponible sur : <http://merlin.obs.coe.int>.

NIKOLTCHEV S., *Public Service Media in a Connected Environment: Different Shades of Using Opportunities*, EPRA, 2013.

OCDE, *The evolution of news and the Internet*, 2010, disponible sur : <http://www.oecd.org>.

PAUWELS C., KALIMO H., DONDEERS K. and VAN ROMPUY B., *Rethinking European Media and Communications Policy*, Brussels, VUBPRESS, 2009.

RIDINGER M., « La mission de service public et les nouveaux médias », *IRIS plus*, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2009-6.

ROEKENS A., *Rapport synthétique du 1^{er} atelier « Marchés, acteurs, stratégies » des Etats Généraux des Médias d'information*, 2011.

SIMONIS M., « Médias 2020: les éditeurs tirent leur plan tous seuls », *Journalistes*, n°139, 2012, disponible sur: <http://www.ajp.be/egmi>.

TOUSSAINT DESMOULINS N., DOUTRELEPONT C., GREVISSE B., *Rapport du 1^{er} atelier « Acteurs, Marchés, et Stratégies »*, 2011, disponible sur : <http://egmedia.pcf.be>.

VLAAMSE NIEUWSMEDIA, « Digitale toekomst van de openbare omroep », *Legal Newsletter*, 31 mei 2011.

X. (sous la dir. de JONGEN F.), *Médias et service public*, Bruxelles, Bruylant, 1992.

X., *De publieke omroepopdracht gewikt en gewogen: Publieksbevraging over de toekomstige taak van de VRT*, Universiteit Antwerpen en Media, policy & culture, mei 2010.

X., *Finaal rapport : Bedrijfseconomische marktimpact van de VRT*, Vlaamse Overheid – Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media, Brussel, 2010, pp. 27-28.

Interviews :

BORIBON M. et ANCIAUX C., le 19 novembre 2012 (Annexe n°1)

DOUTRELEPONT G., le 26 juin 2013 (Annexe n°2)

HAMMER D., le 3 juillet 2013, (Annexe n°3)

VAN WYLICK D., le 4 juillet 2013 (Annexe n°4)

BERQUE S., le 2 août 2013 (Annexe n°5)

Divers :

IMCA, Etude « Présence et stratégies des médias de service public sur les services numériques » dans le cadre du colloque européen sur les médias de service public à l'ère du numérique organisé à Strasbourg les 17 et 18 juillet 2008, disponible sur : http://archive.dgmic.culture.gouv.fr/article.php3?id_article=1331

Communiqué de presse du cabinet de la Ministre Fadila LAANAN, 17 décembre 2009, disponible sur : <http://www.laanan.cfwb.be>.

Memorandum van de vlaamse private mediabedrijven aan de vlaamse regering inzake de beheersovereenkomst 2012-2016 tussen de VRT en de vlaamse gemeenschap, 8 december 2010.

Communiqué de presse du cabinet de la Ministre Fadila LAANAN, 1^{er} juillet 2010, disponible sur : <http://www.laanan.cfwb.be>.

RTBF, Rapport de gestion, 2012, disponible sur : <http://www.rtbef.be>.

VRM, Jaarverslag 2012, disponible sur : <http://www.vrmrapporten.be>.

ORF-Jahresbericht 2012, (mars 2013), disponible sur: <http://zukunft.orf.at>.

CHARDON F., « Les activités de la RTBF sur le web vont devoir être revues », <http://www.lalibre.be>, 22 juin 2013.

Communiqué de presse de la Cour constitutionnelle autrichienne du 26 juillet 2013, disponible sur: <http://www.vfgh.at>.

Sites internet :

<http://www.ebu.ch>

<http://www.enpa.be>

<http://www.epra.org>

<http://www.jfb.be>

<http://www.vlaamsenieuwsmedia.be>

<http://www.mediassuisses.ch>

<http://www.media-f.ch>

<http://www.concentra.be>

<http://www.cjism.vlaanderen.be>

<http://egmedia.pcf.be>

Annexes

Annexe 1 : Interview de Margaret BORIBON et de Catherine ANCIAUX respectivement Secrétaire générale et juriste des Journaux Francophones Belges (JFB), le 19 novembre 2012.

Elodie Lecroart (E.L.) : Que reprochent les Journaux Francophones Belges (JFB) à la RTBF dans le conflit qui les oppose depuis 2010, quels sont les arguments avancés par les JFB pour interdire à la RTBF qu'elle publie du contenu écrit sur son site d'information ?

Margaret Boribon (M.B.) : Pour faire simple et court, la RTBF est une radio-télévision de service public et à ce titre, elle est censée faire de la radio et de la télévision. Elle n'est pas censée produire des petits pois ou n'importe quoi d'autre. Or, depuis des années, la RTBF fait les choses, sans autorisation, et puis après on régularise. C'est comme ça depuis très longtemps. Et ici, ça a été la même chose, la RTBF a annoncé *urbi et orbi* en grandes pompes que désormais elle devenait *rtbf.be* et que c'était tout en numérique alors qu'il n'y avait absolument rien, ni dans son contrat de gestion qui avait été modifié, ni dans son décret l'instituant. Et c'est comme ça tout le temps ! Donc, à un moment donné, c'est vrai qu'il faut dire « stop ». Comme je l'ai dit aux Etats Généraux des Médias d'Information (EGMI), je suis la plus grande défenderesse du service public, à tout point de vue : hôpitaux, chemins de fers et audiovisuel aussi. Mais c'est pour quoi à ce moment-là ? C'est pour faire ce qui rend service au public, pas la même chose que n'importe quel autre opérateur. Je ne dis pas que la RTBF ne doit faire que ce que le privé ne fait pas, ce n'est pas cela que je dis. Mais elle ne doit certainement pas se positionner comme un concurrent pur et dur d'opérateurs privés qui eux n'ont pas trois milliards d'avance comme elle.

E.L. : Vous reprochez à la RTBF de publier du contenu écrit sur son site alors que ce n'est pas sa mission, mais les éditeurs de presse écrite publient désormais des vidéos sur leurs sites, n'y a-t-il pas là un paradoxe ?

M.B. : Non, les journaux privés peuvent faire absolument ce qu'ils veulent, ce sont des entreprises privées ! Si demain, Rossel décide d'ouvrir une usine de petits pois, elle en a parfaitement le droit. C'est une entreprise privée, elle peut créer des filiales, elle peut se lancer dans n'importe quelle activité. La RTBF n'est pas une entreprise privée. La RTBF est un service public, elle est là pour utiliser les deniers publics pour rendre service au public, pas autre chose. Et c'est là où il y a une déformation. Alors que les éditeurs fassent du son, de l'audiovisuel, c'est évident parce que la convergence des technologies est là. Ce serait quand même un peu absurde de se dire que nous n'allons pas faire d'audiovisuel parce que nous c'est le papier. Non, ça fait trente ans que je répète que les éditeurs ne sont pas des imprimeurs. Ils sont des imprimeurs par l'effet de l'histoire, du hasard, mais ils sont avant tout des producteurs d'information quelle que soit la forme et le support. Leur métier, c'est de mettre

en forme l'information journalistique professionnelle et de la donner au public et d'essayer d'être aussi indépendants que possible de tous les pouvoirs et de tous les lobbys et d'être justement financièrement dans une situation suffisamment saine que pour préserver cette indépendance.

E.L. : Donc, vous ne vous opposez pas vraiment à ce que la RTBF publie du contenu écrit sur son site à partir du moment où elle le ferait avec un financement propre qui soit bien distinct de sa dotation ?

M.B. : Non, nous disons simplement que la RTBF n'a pas aujourd'hui cette vocation-là et que si on décide qu'elle doit l'avoir, ça doit faire l'objet d'un débat préalable. La Commission européenne dit qu'avant qu'un service public ne mette en place de nouvelles activités, il faut vérifier que cela ne crée pas une distorsion de concurrence sur le marché.

E.L. : Et qui va vérifier cela en pratique ?

M.B. : La Commission dit qu'il faut mettre en place une procédure que l'on appelle « *impact assessment* ». Il s'agit d'évaluer l'impact qu'aura une telle activité déployée par le service public sur le marché publicitaire, sur les activités des autres opérateurs, etc. Et ce n'est que si cet *impact assessment* ne montre pas de distorsion de concurrence que l'on peut imaginer de le mettre en place. Ça c'est le système normal et ce n'est pas ce qui a été fait, c'est donc là qu'il y a un souci.

E.L. : Malgré la décision du tribunal de commerce de Charleroi qui donne raison à la RTBF, votre point de vue reste le même ?

M.B. : Bien sûr ! Nous avons également déposé plainte à la Commission européenne et le Gouvernement de la Communauté française, qui est obligé de répondre à la Commission, éprouve de graves difficultés à répondre aux attentes de la Commission européenne.

E.L. : Cette plainte est toujours en cours ?

M.B. : Evidemment. Ça a été assez amusant de voir, comme par hasard que, parce que nous mettions en branle une série d'actions, tout à coup un projet de décret a été sorti pour modifier les missions de la RTBF et prévoir une espèce d'évaluation mais qui était faite en interne par la RTBF elle-même donc sans prendre trop de risques. Non, ce n'est pas ça que dit la Commission, donc ce n'est pas comme cela qu'il faut faire.

E.L. La proposition de la Ministre de l'Audiovisuel Fadila Lanaan pour une revalorisation de l'aide à la presse écrite afin d'atteindre les 10 millions en 2016 semble avoir été rejetée au cours du conclave budgétaire du 25 octobre 2012. Qu'est-ce que cela implique pour les éditeurs de presse écrite ?

M.B. : Cela implique que ça fait plus de 4 ans que nous tirons vraiment la sonnette d'alarme, que nous mettons les chiffres sur la table, que nous mettons en évidence les faits de ce qui se prépare et des risques majeurs qu'on prend par rapport au pluralisme de la presse qui est encore très important en Communauté française aujourd'hui. On fait toutes les démonstrations possibles et imaginables, et puis le Gouvernement prend ses responsabilités. C'est assez dramatique ce manque de perspicacité, de capacité d'entendement, je ne sais pas comment il faut qualifier cela. Les choses sont et restent verrouillées et tant qu'il n'y aura pas une catastrophe pure et dure... Je pense qu'à ce moment-là les yeux s'ouvriront mais tant que ça n'a pas eu lieu... Il y a suffisamment de cas de fermetures d'entreprises et de plans de licenciement pour que l'on se rende compte que ce n'est pas de la théorie et que ce n'est pas quand ce sera trop tard qu'il faudra venir dire « Oui mais vous ne nous aviez pas dit que... ». Si, on a dit que !

E.L. : Que représente l'aide à la presse écrite en termes de pourcentages des recettes d'un journal ?

M.B. : Ca dépend d'un journal à l'autre, de sa taille, de beaucoup de choses. Le groupe Rossel avait fait le calcul pour eux. Pour le journal Le Soir, c'était 2% de son budget, donc il ne faut pas fantasmer. Il y a beaucoup de gens qui disent que nous avons l'aide à la presse. C'est sûr, mais comparons les 300 millions de la RTBF avec les 7 millions pour l'ensemble de la presse. Est-ce que nous parlons réellement de la même chose ? Je n'en suis pas sûre.

E.L. : A l'heure actuelle, la présence sur Internet se fait essentiellement par du contenu gratuit. Est-ce viable à terme ? Que pensez-vous par exemple du modèle de France-Soir qui a abandonné sa version papier pour n'être présent que sur le web ?

M.B. : On voit de tout de nos jours : on voit des magazines qui arrêtent leur édition papier, on voit des journaux qui arrêtent leur édition papier, on voit des *pures players* qui sortent des éditions papiers, on voit des gens qui voulaient tout gratuit qui passent au tout payant... On voit de tout aujourd'hui, il n'y a personne qui a la formule magique, la solution miracle. Je pense qu'il n'y a pas beaucoup de journaux qui sont en situation comparable les uns aux autres. Les journaux américains étaient infiniment plus endettés que les européens, comptaient beaucoup plus sur la publicité que sur les ventes aux lecteurs donc ça a créé des situations beaucoup plus dramatiques qu'en Europe. Il y a culturellement des faits qui font qu'en Scandinavie la presse a un poids et une implantation dans la vie des gens beaucoup plus forte que dans le sud de l'Europe. Il y a tellement de facteurs culturels, économiques, sociologiques qui peuvent amener un journal à réfléchir à son futur de manière différenciée. On est ici en Belgique sur un tout petit marché, complètement ouvert à la concurrence étrangère, non seulement en presse. 40 % des magazines vendus en Communauté française sont des magazines étrangers. En Flandre, ça n'existe pas ça. Tout comme en télévision, c'est énorme la part des chaînes françaises en Belgique francophone par rapport à ce que des

chaînes hollandaises ou autres peuvent faire en Flandre. La Communauté française est vraiment un marché minuscule et complètement ouvert à la concurrence étrangère avec des acteurs, des poids incomparables.

E.L. : A vous entendre, l'avenir n'est pas très optimiste pour les journaux papier ?

M.B. : Je ne suis pas Madame Irma mais je peux vous dire que les éditeurs réfléchissent clairement à monétiser leurs contenus. Evidemment, personne ne va passer tout à coup du « tout gratuit » au « tout payant » mais il y a des formules envisageables, comme ce que l'on appelle le *freemium*, c'est-à-dire une partie qui resterait accessible gratuitement et puis une étape d'enregistrement du lecteur, de l'internaute qui serait payante. Il y a certaines formules qui existent et que *l'Echo* et *De Tijd* ont déjà mises en place. Évidemment ils ont un contenu et une cible très spécifique donc pour eux c'est un fonctionnement qui paraît plus facile à mettre en place que pour un journal régional populaire qui vit essentiellement de l'achat impulsif en librairie.

E.L. : Actuellement, le fait que la RTBF propose gratuitement de l'information sur son site est un frein à l'établissement de telles formules ?

M.B. : Un des autres arguments dans le litige, c'est qu'effectivement si nous sommes amenés à mettre en place des modèles payants, il n'est pas acceptable que de l'argent public serve à mettre en place des modèles gratuits qui viendraient concurrencer les modèles payants, donc là il y a de nouveau une distorsion de concurrence manifeste.

E.L. : Quelles sont alors selon vous les solutions envisageables ?

Il faut rétablir les conditions de concurrence loyale, c'est la seule manière. Nous ne sommes pas opposés à la concurrence mais elle doit être loyale, que tous les acteurs soient soumis aux mêmes règles. Le problème n'est pas qu'avec la RTBF. Si nous avons un litige avec Google, c'est parce qu'il y avait un non-respect du cadre légal avec un autre opérateur. On ne peut pas demander à l'éditeur d'assumer tous les coûts et ne pas lui permettre de générer les revenus dont il a besoin. Il y a quelque chose qui ne va pas dans ce modèle-là. Donc il faut que tous les opérateurs soient soumis aux mêmes règles et qu'il y ait des conditions de concurrence loyale entre eux. C'est la seule manière de fonctionner. Et quand ces règles-là sont respectées, que le meilleur gagne et il n'y a que la qualité qui payera. Je ne crois pas que le nivellement soit la porte de sortie du journalisme.

E.L. : Et limiter ou interdire la publicité sur Internet ?

M.B. Nous disons clairement que c'est une des premières mesures à mettre en place. Cela fait 30 ans que je dis que la RTBF ne devrait déjà pas avoir de publicité du tout. Le modèle, ça reste la BBC même si au niveau éditorial on peut se poser des questions de nos jours.

Clairement, pour moi, un service public audiovisuel doit être financé par sa dotation. Donc la dotation, on la fixe, et soit il n'y a pas assez et on en remet plus parce qu'on doit faire d'autres missions ou bien on dit qu'on doit faire avec ce que l'on a et on donne la priorité à certaines missions par rapport à d'autres.

E.L. : Mais la RTBF rétorque à cela que, sur Internet, la publicité ne constitue un revenu que de l'ordre de 3% ?

M.B. : Oui mais ça c'est maintenant. Dans 5 ans, où en sera-t-on ?

E.L. : Comment se financent les éditeurs de presse écrite ?

Cela dépend d'un journal à l'autre. La proportion entre publicité et vente papier est variable mais en moyenne c'est plutôt 50-50. La vente du contenu est donc une ressource essentielle en papier, elle doit le devenir en numérique. Et à côté de cela, il y a le troisième pilier qui est la licence de contenu utilisée par des tiers. Cela concerne le respect des droits d'auteur par ceux qui reprennent des contenus de presse, que ce soit des moteurs de recherche ou autres et qu'on peut appeler « droits voisins ».

E.L. : La Commission européenne recommande donc de mettre en oeuvre une procédure préalable à la mise en place d'une nouvelle activité par le service public, qu'en est-il ?

M.B. : Elle n'a pas été mise en oeuvre jusqu'à présent mais la RTBF a démarré ses activités sans la respecter donc là il y a déjà une infraction majeure. Et puis lorsque nous disons qu'il faudrait d'abord qu'il y ait une procédure, on sort un projet de décret et on fait une procédure qui ne correspond pas aux critères que la Commission prévoit pour que cette procédure soit impartiale, correctement menée donc effectivement la Communauté française va devoir revoir sa copie.

E.L. : Que faudrait-il selon vous pour que cette procédure soit efficace ?

M.B. : Je n'ai pas de réponse toute faite, mais on ne peut pas être juge et partie. Je ne pense pas que ce soit la RTBF qui puisse se livrer elle-même à sa propre procédure d'auto-évaluation, tout comme je trouve indécent que ce soit la RTBF qui rédige son propre contrat de gestion. Une procédure d'évaluation impartiale, c'est assez simple. Il y a des spécialistes en économie des médias, en toute sorte de matières, à qui l'on peut confier une mission d'évaluation. Et puis à un moment donné, il y a une responsabilité politique qui doit venir poser des balises. Je tiens quand même à rappeler que lorsqu'on a octroyé la publicité à la RTBF en radio et en télévision, on a mis des balises claires. A l'époque on a prévu un dispositif de compensation pour la presse parce qu'on a évalué à ce moment-là l'impact que ça aurait, on a mis toutes sortes de balises, pas suffisantes à mon goût mais on en a mises. Et sur Internet, où sont-elles ces balises ?

E.L. : Est-ce que le problème pourrait être résolu par une forme de compensation, comme lors de l'introduction de la publicité à la télévision ?

M.B. : Il faut être ouvert à toutes les formules. Notre objectif n'est pas de mettre fin à la RTBF ou de l'empêcher d'utiliser de nouvelles technologies ou de se développer, d'accomplir ses missions de service public de la manière la plus efficace possible. L'objectif est de dire qu'on ne peut pas avoir sur le marché de la publicité un opérateur qui part avec 300 millions d'avance sur les autres.

E.L. : Ce que vivent les éditeurs de presse écrite en Belgique francophone est également vécu un peu partout en Europe ?

M.B. : Tous les pays européens ont exactement le même problème de concurrence faussée entre service public et opérateurs privés. Mais on ne pourra jamais comparer la Communauté française à un autre pays. En taille de marché, d'ouverture à la concurrence, on est le *worst case* scénario. On a tous les défauts de tous les marchés.

Catherine ANCIAUX (C.A.). : Et même dans les pays où la loi semble avoir réglé les choses de manière un peu plus claire ou un peu plus juste, on constate que la loi n'est pas vraiment appliquée comme elle le devrait pour donner ses pleins effets, donc on retombe de nouveau dans un scénario de concurrence faussée.

M.B.: Je pense qu'il n'y a qu'au niveau européen que les choses pourront éventuellement être révisées de manière un peu cohérente parce qu'au niveau des Etats membres, les parlementaires, politiciens en général ont un très faible niveau de compréhension de l'état des médias, de l'impact des opérateurs étrangers,... il n'y a pas de gens réellement compétents.

E.L. : Au niveau de la compréhension de l'état des médias comme vous dites, les Etats Généraux des Médias d'Information (EGMI) étaient une belle initiative de la part de la Communauté française ?

M.B. : Les EGMI, nous en avons entendu parler pour la première fois en 2009. On est en 2012 et on n'a toujours pas fini. Et entre temps, le Gouvernement de la Communauté française s'est carrément assis sur les résultats des premiers ateliers. 0 résultat, 0 impact. Très joli exercice intellectuel. Les flamands ont fait leurs Etats Généraux en une demi journée, les Français en trois mois. Nous ça fait 3 ans ! La commissaire Kroes, au niveau européen, a jugé intéressant de convoquer un *High Level Group* avec des capitaines d'industrie, des éditeurs multimédias paneuropéens, ... Bref, 6 mois de réunion pour essayer de réfléchir au futur des médias en Europe. Les intérêts sont tellement divergents, les sommes en jeu tellement colossales, la domination des opérateurs américains sur tout le numérique en Europe,... tout ça va tellement vite en termes d'évolution que de toute façon le droit est plus qu'en retard.

E.L. : N'était-il pas possible d'éviter le recours judiciaire ?

M.B. : Nous sommes allés en justice contre Google parce que nous n'étions pas vraiment entendus, idem contre la RTBF. La justice devrait être l'endroit où les choses se décident, se jugent, mais le problème c'est que dans un cas ça fait 6 ans que c'est en cours, dans l'autre 2 ans... Les choses prennent beaucoup trop de temps en justice mais c'est vrai qu'à un moment donné c'est le seul recours que nous avons quand les politiques ne bougent pas.

Annexe 2 : Interview de Gilles DOUTRELEPONT, ancien Directeur de cabinet de la Ministre de l'Audiovisuel Fadila LAANAN, le 26 juin 2013.

E.L. : Permettez moi de faire un bref récapitulatif de la situation : fin des années 1990, début des années 2000, le web fait sa grande apparition partout en Europe et les médias décident d'évoluer sur ce nouveau support. En Belgique francophone, la RTBF ne fait pas exception à cela et prévoit dans son 3^{ème} contrat de gestion (négocié en 2006) de mettre à disposition du citoyen une « offre en ligne ».

Cela n'est pas au goût des éditeurs de presse écrite qui, par le biais des Journaux Francophones Belges (ci-après « JFB ») vont mettre en demeure la RTBF de cesser ses activités en ligne en 2010. Madame Fadila Laanan (Ministre de la Culture, de l'Audiovisuel, de la Santé et de l'Égalité des chances) va alors proposer une médiation qui se soldera par un échec. Suite à cela, les JFB vont entamer une procédure en justice devant le Tribunal de Commerce de Charleroi. Une plainte est également introduite devant la Commission européenne en 2011 pour violation des règles relatives aux aides d'Etat.

Le Tribunal de Commerce donne gain de cause à la RTBF mais les JFB se pourvoient en appel devant la Cour d'appel de Mons. Quant à la plainte, elle reste toujours pendante devant la Commission européenne.

Ma première question est relative à la médiation, dont on parle finalement très peu. Pourquoi a-t-elle avorté si vite ? Quels étaient les intervenants présents autour de la table ?

G.D. : Tout d'abord je voudrais préciser que déjà dans le contrat de gestion 2001-2005 il y avait une référence à Internet. A l'époque c'était Richard Miller (libéral) qui était Ministre de l'audiovisuel. Il a négocié le contrat de gestion avant de ne plus être Ministre et il avait déjà introduit en 2000, lors de la négociation, l'obligation pour la RTBF d'être présente sur Internet. Evidemment, lorsque l'on donne en 2000 l'obligation à la RTBF d'être présente sur Internet, on n'imaginait pas l'évolution que le média allait prendre, en particulier en termes de sources d'information pour des publics entiers tels que les jeunes aujourd'hui dont la première source d'information bien avant la télé, bien avant la radio et évidemment encore bien plus avant la presse écrite, c'est Internet. Cette obligation s'est renforcée en 2006 dans la négociation du contrat de gestion au vu de l'évolution du média et elle s'est modifiée encore aujourd'hui dans le contrat de gestion 2013-2017. A chaque négociation, on prend l'état de la connaissance technologique et des modes de consommation des usagers du service public, ici en l'occurrence par rapport à un média qui est devenu maintenant le média internet. Cette évolution dans le suivi des technologies par le service public, ça a toujours été quelque chose qui s'est fait. Au départ l'INR en 1930 n'était axée que sur la radio, puis est intervenue l'évolution télévisée et puis voilà où l'on en est aujourd'hui.

Pour ce qui est de la médiation, en fait il y en a eu deux. Pour la première, la Ministre a chargé le Secrétaire Général du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles (ci-après « FWB ») Frédéric DELCOR d'une médiation entre les protagonistes. Pourquoi lui ? Parce qu'une d'une part c'est quelqu'un de l'administration, et d'autre part par son rôle à l'administration, il est Commissaire du Gouvernement à la RTBF, donc il siège au conseil d'administration, et Directeur du Centre de l'aide à la presse écrite donc l'organe du service à gestion séparée au sein du Ministère qui alloue les aides à la presse écrite en FWB. Ça nous semblait être la bonne personne, il a réuni les protagonistes, il a mis un texte sur la table et le texte n'a pas abouti à un consensus. Tout était sous le sceau du secret des discussions, une médiation ne pouvant aboutir que si on a la certitude que tout reste confidentiel, y compris dans l'hypothèse où elle échoue donc je ne peux pas vous donner beaucoup plus d'informations !

A partir du moment où ça avait échoué, le cabinet de la Ministre est resté en contact et a essayé de renouer les fils et moi-même j'ai essayé de développer une deuxième médiation qui s'est avérée assez vite impossible aussi. Dans la foulée de la première, nous avons introduit un certain nombre d'amendements sur base de l'échec de la première médiation. Ces amendements au texte de base n'ont pas satisfait non plus donc les deux médiations ont échoué. C'est regrettable dans le chef du Gouvernement, je partage tout à fait ce que vous disiez, ça aurait été vraiment bien mieux pour tout le monde d'arriver à un consensus et de répartir clairement les rôles, de reconnaître que les missions de la RTBF s'était aussi d'être présente sur Internet et peut-être arriver à un certain nombre de balises à introduire, de déterminer l'importance de la mission de service public et la manière de l'exercer. Cela n'a pas été possible pour beaucoup de raisons et on ne peut qu'en prendre acte. Comme tout citoyen ou toute personne morale de l'Etat belge, il est possible aux JFB de porter l'action en justice si elle estimait être victime d'une injustice. Elle l'a fait devant le Tribunal à Charleroi et en introduisant une plainte par rapport à l'activité en ligne de la RTBF auprès de la Commission européenne et les deux plaintes suivent leur cours avec un jugement du Tribunal de Charleroi maintenant porté à la Cour d'appel de Mons. Il adviendra ce qu'il adviendra.

E.L. : L'heure est toujours à l'échange de conclusions pour la procédure d'appel ?

G.D. : Pour la procédure d'appel oui et pour la procédure devant la Commission européenne c'est une procédure qui est tout à fait différente puisque les services de la Commission instruisent le dossier sur base de la plainte qui est introduite par les JFB pour voir si, au regard des dispositions européennes, il y a eu violation ou non par rapport au droit de la concurrence et souvent ça conduit à un compromis entre la Commission et l'Etat membre qui est concerné par la plainte. C'est rare que ça aboutisse à un clash total.

E.L. : Par rapport à cette procédure devant la Commission, un article de presse paru dans le journal La Libre le 24 juin 2013 évoquait une réponse de la Ministre LAANAN par une lettre

confidentielle à la Commission dans laquelle elle dit prévoir la révision du décret statutaire et du contrat de gestion pour limiter les missions de la RTBF. Est-ce un retour en arrière ?

G.D. : Ce n'est pas du tout un retour en arrière. Avant la plainte des JFB, il était déjà prévu de longue date de modifier le décret statutaire de la RTBF pour plein d'éléments comme les élections sociales, etc... Il y avait une série d'éléments qui devaient être modifiés. Parmi ces éléments, nous nous souhaitions introduire des éléments relatifs à l'activité sur Internet. La plainte introduite par les JFB a chamboulé tout ça parce qu'à partir du moment où il y avait plainte, aller introduire une modification décrétole, cela rendait illisible les discussions avec la Commission européenne, et par ailleurs on allait peut-être faire un premier pas dans un sens et la Commission allait nous dire que ça aurait été mieux de faire autre chose, ou bien que ça aurait été mieux d'aller plus loin, ou bien qu'il ne fallait pas nécessairement aller aussi loin... Donc, on s'est retrouvé avec cette affaire pendante devant la Commission, avec un texte déposé sur le bureau du Parlement, qui avait été avalisé par l'ensemble du Gouvernement après avis du Conseil d'Etat, mais il a été décidé de ne pas se lancer dans le processus d'adoption définitif d'un dispositif législatif à partir du moment où on avait une incertitude quant à l'issue des discussions avec la Commission européenne. Mais d'abord, il y a un principe général qui est que dans les dossiers qui concernent la presse, il ne faut pas nécessairement croire ce que dit la presse. La presse est aussi un lobby qui veut faire passer des messages par des articles de presse. Ça c'est un élément. L'autre élément, c'est que le contrat de gestion de la RTBF, normalement, couvrait les années 2007 à 2011. Lorsque le nouveau Gouvernement a été formé en 2009, on était en plein début de crise économique et donc budgétaire et il appartenait au Gouvernement de faire des économies. Des économies ont touché la RTBF et pour permettre à la RTBF d'avoir une vue à moyen terme, on a adopté un plan triennal de solidarité. Du coup, on avait un plan triennal d'économie qui aurait chevauché deux contrats de gestion. Cela ne nous semblait pas opportun et on a de ce fait prolongé, comme le décret le permet, d'un an le contrat de gestion de la RTBF pour faire coïncider la fin du plan triennal et la fin du contrat de gestion et pour repartir alors à partir du premier janvier 2013 dans un processus de stabilité budgétaire et de nouveau contrat de gestion collant à cette nouvelle réalité budgétaire. A partir du moment où on était dans ce processus d'avoir allongé d'un an le contrat de gestion, il nous était difficile, vue les contraintes imposées par le décret de 1997, d'à nouveau allonger le contrat de gestion puisqu'il prévoit une prolongation et puis des prolongations qui doivent être sollicitées pour des périodes temporaires. On se retrouvait dans une situation très insécurisante tant pour la RTBF que pour le Gouvernement par rapport à une prolongation éventuelle complémentaire du contrat de gestion. Dès lors, il était fondamental et pour la RTBF et pour le Gouvernement qu'un nouveau contrat de gestion soit adopté avant le terme du précédent le 31 décembre 2012 pour être certain qu'il n'y ait pas de période sans contrat de gestion puisque cela aurait voulu dire une période sans détermination des obligations de service public qui incombent à la RTBF et donc sans contrôle du régulateur qu'est le CSA. Ça c'est le point de vue du Gouvernement et, à l'inverse, sans certitude pour la

RTBF d'avoir sa subvention, puisqu'elle est inscrite aussi dans le contrat de gestion, et ses autorisations pour des recettes publicitaires qui représentent 60 millions d'euros pour la RTBF. Donc les deux parties contractantes au contrat de gestion étaient intéressées par une conclusion de contrat de gestion qui intervenait avant le terme du précédent. Mais à partir du moment où nous n'avions pas encore la décision de la Commission européenne par rapport à l'issue de nos discussions entre l'Etat membre, la Belgique, représentée par la FWB et la Commission européenne représentée par le Commissaire ALMUNIA, on ne pouvait pas s'engager dans un processus définitif du contrat de gestion. Donc qu'est-ce qu'on a fait ? On a discuté avec la Commission européenne en disant: « En l'état actuel de nos débats entre nous, nous pensons nous Etat membre que nous devons nécessairement adopter un contrat de gestion avant le 31 décembre et compte tenu de l'état de discussion, voilà ce que nous allons intégrer dans ce contrat de gestion ». Et on l'a soumis à la Commission européenne. Donc ça, ça c'est fait en totale transparence, tant par rapport à la RTBF que par rapport à la Commission européenne, la DG concurrence et le cabinet du commissaire en charge de la concurrence. Et donc, évidemment, comme les discussions n'étaient pas achevées et qu'il restait un certain nombre d'éléments sur lesquels il fallait encore obtenir des éclaircissements, il est évident que dans le futur, sur base de l'issue des discussions entre l'Etat membre et la Commission européenne, il conviendra d'adapter et le décret et le contrat de gestion, pas nécessairement en allant plus loin ou moins loin, peut-être simplement en faisant glisser, c'est une des demandes de la Commission européenne, certains éléments du contrat de gestion vers le décret parce que ça relève davantage du législatif que de l'exécutif et d'autres éléments de cette nature là. Le Gouvernement a dû rédiger une vingtaine de lettres et la Commission aussi. Ce sont des dossiers extrêmement compliqués, extrêmement longs. La Commission ne connaît pas la situation de l'Etat belge, il a fallu expliquer d'où venait la RTBF, justement tout ce processus de l'INR, démontrer que l'aide dont bénéficiait la RTBF, sa dotation, était bien une aide préexistante, c'est à dire une aide préexistante au Traité de Rome de 1957, donc démontrer toute la filière qui avait conduit à aujourd'hui confier à la RTBF une mission de service public d'être présent sur Internet, expliquer le paysage parce que le rôle d'un Gouvernement c'est défendre son service public mais c'est aussi exposer de manière factuelle la situation, c'est-à-dire la nécessité aussi pour nous de protéger nos opérateurs de presse écrite. On veut avoir une pluralité dans les sources d'information qui touche aussi au système de presse écrite. C'est la raison d'ailleurs pour laquelle il y a un système d'aides directes qui sont octroyées aux éditeurs de presse écrite ce qui est très rare au niveau européen. La Belgique est pionnière et c'est un des éléments d'exception culturelle qui est fondamental pour nous, l'exception culturelle chez nous touche les domaines artistiques et les domaines socio-culturels et l'information. Et dans l'information, tant les services publics que les services privés. Donc on est dans un équilibre instable précaire dû à des circonstances économiques, à des circonstances technologiques et à un petit marché. On a 4,4 millions de francophones qui lisent peu la presse par exemple par rapport aux flamands et donc le marché est précaire : il est petit et fragile. Tout ça doit être pris en considération. On marche sur des œufs, on essaye

de trouver la voie qui convient à tout le monde mais au sens du Gouvernement il convient de permettre à la RTBF d'assumer les missions de service public aussi par le média Internet. Pourquoi ? Parce que, on en revient à ce que je disais au départ, la RTBF elle a l'obligation, en raison d'une dotation qui est importante, qu'elle reçoit de tous les citoyens de la FWB, elle a la mission d'offrir une information indépendante en touchant « tous les publics », ce qui veut dire les publics âgés, les publics jeunes, les publics socio-démographiquement ou sociologiquement défavorisés comme les plus élitistes, les publics dans les zones rurales comme dans les zones urbaines. Tout ça mis bout à bout fait que aujourd'hui, avec l'évolution des modes de consommation par rapport à l'information, Internet est un média dont on pourrait reprocher à la RTBF d'être absente si elle n'était pas présente parce que ce serait une erreur en termes d'utilisation de sa dotation de ne pas être présente sur Internet. Donc il faut vraiment trouver la voie, le juste milieu qui permette à la RTBF d'être présente sur Internet et d'être bien présente et de rencontrer l'ensemble de ses missions de service public en veillant aussi à avoir cet équilibre par rapport aux opérateurs privés de presse écrite parce que qui dit presse écrite aujourd'hui dit aussi évidemment présence sur Internet.

E.L. : Si le nouveau contrat de gestion a été négocié en concertation avec la Commission européenne, cela veut dire que la procédure ex ante prévue est conforme au droit européen et que la Commission européenne en est satisfaite ?

G.D. : On est dans des discussions où aujourd'hui c'est un point qui fait encore l'objet de discussions, qui n'est pas aussi problématique que ce qui a pu l'être. La Commission estimait qu'il n'y avait pas du tout de point de vue de prise en considération de l'état du marché. Or, le processus décrit dans le décret de 1997, indépendamment de la présence de la RTBF sur Internet, prévoyait un large débat au Parlement qui permet aux parlementaires d'entendre l'ensemble des acteurs disons, sonores et audiovisuels, mais même plus largement, le Conseil supérieur de l'audiovisuel qui est le régulateur est entendu, les télévisions locales sont entendues, la fédération des radios privées est entendue, les éditeurs de presse aussi. Dans le décret de 1997, version antérieure, un certain nombre d'éléments préexistaient. D'abord il a fallu informer la CE de l'existence de cette procédure qu'elle ignorait donc, par rapport à une position de la CE, elle n'avait pas une position préétablie, elle disait : « Tiens que se passe-t-il chez vous ? ». Ce sont les éditeurs de presse qui avaient une position et qui disaient que la procédure *ex ante* est complètement farfelue. Par rapport à cette disposition-là des éléments avaient été prévus dans le projet de décret adopté par le Gouvernement à soumettre au Parlement. On s'est arrêté en chemin et on a soumis ce texte à la Commission. Certains points conviennent parfaitement à la Commission, d'autres sont soumis à discussion. On arrivera vraisemblablement très vite à un atterrissage sur l'ensemble des points dont la procédure *ex ante* qui est un point parmi d'autres et qui était mis en avant par les éditeurs et la Commission. La plainte des éditeurs avait pour point de départ la présence de la RTBF sur Internet, la Commission a élargi le point de vue des discussions. C'est un des éléments qui

sera surmonté comme les autres. On atterrira à une solution qui prendra en considération et le point de vue de l'Etat membre et le point de vue de la Commission.

E.L. : Le projet de décret qui était proposé par le Gouvernement est celui de 2012 et a été déposé après le jugement des JFB contre la RTBF. C'est pour cela que Margaret BORIBON reproche que la RTBF agisse sans autorisation et que l'on régularise après.

G. D. : Ce projet de décret est l'issue d'un processus qui a démarré en 2009. En 2009, quand un Gouvernement se forme, il a une déclaration de politique gouvernementale, c'est la ligne de conduite des ministres. Dans ces éléments-là on fixait pour la RTBF un certain nombre de modifications qui devaient être apportées par le Gouvernement dans le décret, notamment l'instauration d'élections sociales à la RTBF, un nettoyage par rapport à une série de dispositions qui étaient intégrées dans ce qu'on appelle la directive SMA ,... des nettoyages qui indépendamment de ces discussions-là devaient être apportés. Un décret ça ne se fait pas du jour au lendemain, surtout dans la matière de l'audiovisuel, c'est extrêmement technique et compliqué. D'autant plus que quand on parle d'audiovisuel public il y a toutes les règles de concurrence et d'aides d'Etat qui doivent se croiser donc ça prend du temps. Ça prend d'autant plus de temps que quand le Conseil d'Etat reçoit des textes de cette nature-là ; il reprend contact avec le cabinet ministériel qui porte le texte, il y a des échanges,... et donc le texte a suivi son processus. Peu importe la décision qui serait intervenue dans le cadre du tribunal de commerce de Charleroi, le Gouvernement peut avoir sa propre opinion, que le juge décide dans un sens ou dans un autre, un ministre peut estimer qu'il convient d'intégrer des balises par rapport à une activité sur Internet d'un opérateur de service public. C'était le cas en l'occurrence et la position de la Ministre de l'audiovisuel a été confirmée par l'ensemble de ses collègues au niveau du Gouvernement. Dans l'intervalle est intervenue la plainte devant la Commission européenne qui est fondamentalement différente car autant devant le tribunal de Charleroi les JFB sont maîtres de leur plainte et donc peuvent décider de retirer l'action en justice s'ils s'estiment satisfaits des modifications qui ont été introduites dans le dispositif décretal, autant devant la Commission européenne, c'est comme une action pénale chez nous, une fois que l'action est enclenchée, la CE instruit et estimant ou non devoir examiner si la société dans son ensemble est lésée, peu importe qu'il y ait un souhait de retrait de la plainte par le plaignant, c'est trop tard, la plainte est introduite et elle poursuit son cours. Ici, c'était bien ça la question, c'est que la CE au départ d'une plainte des éditeurs de presse qui concernait l'activité en ligne de la RTBF, s'est saisie de la question en examinant l'intégralité des aides accordées par l'Etat belge à la RTBF, quelles que soient les missions de service public qu'elle exerce, que ce soit en radio, en télévision, sur internet, en tant que son métier d'opérateur de réseau, que ce soit en tant que distributeur de service, en tant qu'éditeur de service, donc tout a été balayé. C'est un processus de très vaste ampleur et dans ce processus, il n'était vraiment pas opportun d'avancer avec un micro texte qui allait modifier les élections sociales, les centres régionaux d'information, l'introduction d'une procédure ex

ante et d'autres choses, comme des balises pour la pub qui n'existe pas aujourd'hui. Il semblait opportun pour la ministre d'introduire les mêmes limitations concernant la pub sur Internet que celles qui peuvent exister en radio et en télévision. Et donc, le timing était mauvais, on a attendu l'issue des discussions avec la Commission. Par contre, pour le contrat de gestion, ce processus n'était pas possible. Le décret n'a pas de terme, le contrat de gestion si et il aurait été très compliqué de ne plus avoir de contrat de gestion. C'est un instrument juridique fondamental qui détermine au départ des obligations qui sont fixées dans le décret, comment la RTBF doit exercer ses missions de service public et l'autre volet qui détermine au regard de l'exercice de ces missions de service public quel est le montant affecté par la collectivité à l'exercice de ses missions de service public donc la dotation de la RTBF plus les dotations annexes (TV5 et ARTE). Et donc, on ne pouvait pas ne pas adopter de contrat de gestion mais celui de la version 2013 a été concerté avec la Commission en disant : « Voilà dans l'intervalle, ce que nous allons adopter » et là, la CE si elle avait estimé que nous enfreignions en adoptant ce contrat de gestion-là les règles de discussion avec elle, elle aurait pu stopper les discussions et introduire une nouvelle procédure ne portant plus sur une aide existante mais considérant que le contrat de gestion était une aide nouvelle donc basculer dans un processus litigieux différent en lien avec la CJUE, elle ne l'a pas fait. Forcément puisqu'on a discuté avec elle, elle n'a pas été prise par surprise, donc c'est beaucoup plus, le terme est un peu fort, mais c'est beaucoup plus « consensuel » que ce qui peut transparaître par des articles qui sont produits par un des protagonistes à la cause.

E.L. : Pour revenir à la publicité accordée à la RTBF dans le nouveau contrat de gestion jusqu'à 600 000 euros par an, pourquoi avoir autorisé cela à la RTBF alors qu'il y a très peu de pays qui le font ?

G.D. : Non, une très grande majorité de pays européens acceptent la publicité pour leur chaîne de télévision de service public. Une très large majorité de pays européens acceptent la publicité sur Internet. Alors, est-ce que pour un parti progressiste comme le PS, c'est bien d'avoir de la publicité sur Internet et pour un service public en général ? Bien sûr que non, d'une manière générale, le Gouvernement olivier n'est pas du tout non plus en faveur d'une publicité pour la RTBF. La RTBF elle-même, son conseil d'administration n'est pas heureux d'avoir de la pub sur Internet, ni en radio ni en télévision, personne n'est heureux de cette situation. Simplement, il faut bien se rendre compte de la situation dans laquelle on est. La dotation de la RTBF c'est 200 millions d'euros plus quelques millions annexes, disons 210 ou 215 millions. La RTBF c'est 2060 équivalents temps plein, 3 chaînes de télé, 5 chaînes de radio. La pub sur Internet, en radio et en télévision ramène entre 60 et 64 millions d'euros par an. Se priver de la pub, c'est trouver un montant équivalent ailleurs, c'est aussi, si on enlève la pub, devoir combler le temps de pub par autre chose, c'est donc même un peu plus que 64 millions d'euros. Alors, on a fait faire sous cette législature-ci une étude externe par le consultant Deloitte pour voir s'il y avait des alternatives à cette solution. Elles sont peu

plausibles, peu efficaces à moins de procéder à une interdiction globale totale de la pub et là soit on palie le manque de recettes publicitaires en augmentant la dotation, soit on fait des économies mais dans une période où l'indexation de la RTBF, une télé de service public, son indexation n'est pas qu'une indexation du coût salarial, c'est une indexation du coût salarial des 2060 équivalent temps plein plus quelque chose parce que le coût des droits sportifs, des droits de diffusion des films et séries, du coût de la numérisation, c'est plus important qu'une simple indexation salariale. *Grosso modo*, il faudrait une indexation de 5% par an de la dotation de la RTBF si on devait suivre et la croissance des salaires et la croissance des droits sportifs, de fiction et technologiques nécessaires à l'évolution de la RTBF. Depuis 2009, on octroie une toute petite indexation à la RTBF, disons de l'ordre d'1% par an, 1,5% par an qui équivaut au delta qui est calculé dans le contrat de gestion. Ça veut dire que la RTBF n'a pas d'indexation normale mais n'a même pas l'indexation utile, elle a une petite indexation très insuffisante par rapport à ses besoins. Donc, à circonstances équivalentes, avec la pub qui reste la pub telle qu'on la connaît, malgré tout, la RTBF doit année après année faire des économies. Si on s'engage dans un processus qui socialement est peut-être très séduisant, ça veut dire qu'il faut trouver des pistes d'économies excessivement douloureuses par rapport à la situation de la RTBF aujourd'hui. Et l'autre piste qui est d'avoir une compensation par la dotation publique c'est juste impossible puisqu'on est en tant qu'Etat contraint année après année à faire des économies. Le budget décroît d'année en année. Donc autant du point de vue idéologique une RTBF sans pub c'est l'idéal, je pense, pour l'ensemble des partis démocratiques qui sont représentés au Parlement de la FWB, autant pragmatiquement, déjà dans une période budgétaire ordinaire mais encore plus dans une période de crise très importante des finances de l'Etat, c'est simplement inconcevable, à moins de s'engager dans un scénario à la grecque en disant qu'on passe de 2000 équivalents temps plein à 1000, ça veut dire que dans un an vous aurez payé tous vos renoms au contrat des personnes qui seront parties et voilà vous ferez une télévision de service public riquiqui. Alors la question s'est posée pour Internet ou aujourd'hui il n'y a aucune limitation pour la pub, mais par contre, les budgets pubs sur Internet, autant en radio et en télévision comme pour tous les médias ça se tasse, autant sur Internet, ça croît fortement. Et donc, on a dit : « Aujourd'hui, la pub sur Internet elle rapporte 1, 2 ou 1,4 millions en 2011, nous on estime que 600 000 euros c'est quelque chose de raisonnable comme pub provenant d'Internet. On vous l'autorise, la pub va continuer à croître sur Internet mais vous ne bénéficierez pas de la croissance, seulement de l'indexation et pour tout ce qui est supérieur à ce montant, vous le reversez à un fonds ». Ça nous a semblé, pragmatiquement justement par rapport à cette ligne à trouver entre opérateurs privés et opérateurs publics, beaucoup plus juste parce que aller interdire la pub sur Internet pour la RTBF, ça ne signifierait pas que les annonceurs pub se tournent vers les sites du Soir, de La Libre ou de la DH. Les premiers sites qui captent la pub chez nous, ce sont les moteurs de recherche et donc ça allait être Google, Amazon, en gros des sites américains qui allaient capter l'essentiel, donc vers une économie autre que l'économie de la FWB. Donc dans le choix à faire, c'est plutôt apprécié par les éditeurs de presse, autant faire en sorte que

la RTBF puisse conserver cette pub et que le montant de croissance soit rétrocédé au secteur des médias en FWB. C'est un peu le même système que celui qui avait été créé lorsque la pub en télé a été introduite à la RTBF. Un système comparable a été mis en place puis il y a eu des disputes qui n'avaient pas permis d'aboutir à une solution et donc finalement la rétrocession a été abandonnée et a donné naissance à une aide directe de l'Etat. L'origine de l'aide directe de la FWB trouve sa source dans le conflit qui à l'époque déjà opposait les éditeurs à la RTBF.

E.L. : Lorsque l'on compare la dotation reçue par la RTBF avec l'aide directe octroyée à la presse, cela fait une forte différence ! Où en est le projet du plan de revalorisation de l'aide à la presse ?

G.D. : (...) Un secteur privé ne bénéficie jamais de montant comparable à un secteur public. Ça n'a juste rien à voir. Ce sont des métiers tout à fait différents. Aujourd'hui, avec la libéralisation, le la SNCB est publique et il existe des opérateurs privés, en matière d'énergie aussi. Partout on est dans un modèle dual public-privé. Le service public a précisément vocation à remplir des missions qui ne seraient pas nécessairement remplies ou pas remplies de la même manière par le privé. C'est le cas ici, la RTBF a justement l'obligation d'offrir une information à tous les publics. Ça veut dire quoi, ça veut dire que dans les zones rurales où il n'y a aucune radio par exemple qui est captée, la RTBF elle est captée en offrant exactement le même service à Arlon, à Honele, seule commune où il n'y a pas le câble et à Bruxelles-ville alors que les opérateurs privés très légitimement n'ont pas du tout ces obligations-là. Les opérateurs privés vont être d'abord présents là où il y a des annonceurs qui vont leur permettre d'avoir de la pub pour financer leur programme. C'est une logique, l'une et l'autre sont tout à fait respectables, mais on n'est pas du tout dans la même logique. La RTBF a l'obligation aussi de soutenir le documentaire, d'intervenir dans des productions et coproductions cinématographiques, elle a l'obligation d'avoir des bureaux locaux d'information... (...) On vit dans une société où on a une protection sociale qui est importante, on a des services publics qui sont importants et parmi les services publics on a un SP de radio télévision qui pourrait être encore beaucoup plus public si on enlevait la pub. On est déjà dans un système qui est un peu limite et voilà.

Economiquement, est-ce que la FWB est consciente qu'il y a des difficultés ? Oui. Donc, la Ministre a proposé un plan qui s'appelle « Média 2020 » avec une série de modifications qui concernait une augmentation pour les télévisions locales, des balises justement qui ont été introduites dans le contrat de gestion de la RTBF, et une augmentation substantielle de l'aide à la presse écrite année après année. L'objectif c'est d'atteindre 10 millions assez rapidement et d'y aller progressivement. On est déjà passé de 7 à 8 en période de crise à l'heure ou partout en Europe, toutes les aides aux éditeurs de presse diminuent, chez nous petite FWB on les a augmentées de 15% en un an. C'est le seul secteur culturel au sens large qui a augmenté chez nous et pas un peu. (...) Nous, FWB considérons que l'aide apportée en période de crise à

l'heure ou tous les budgets publics sont réduits parce que le budget général des dépenses est réduit, avoir un secteur qui bénéficie d'une croissance d'1 millions d'euros c'est quand même très significatif et on le fait parce qu'on est conscient qu'il y a un danger par rapport au pluralisme de l'information et une opportunité à saisir en terme de présence notamment sur Internet donc c'est légitime les revendications des éditeurs de presse. Il faut trouver là aussi le juste milieu. Le Gouvernement a fait un geste très significatif, il va poursuivre dans les années à venir mais une comparaison de cette nature-là est juste inappropriée.

E.L. : Le plan d'aide est-il alors toujours d'actualité ?

G.D. : Dans le conclave budgétaire, la ministre était venue avec la demande d'aide supplémentaire pour arriver à 8 millions d'euros et effectivement les autres ministres n'ont pas souhaité suivre mais la ministre a dégagé sur ses budgets propres les crédits nécessaires et donc finalement l'aide a été accordée et j'ai fait le mail le 24 décembre comme cadeau de Noël, dernier jour ouvrable. L'aide ne rediminuera pas.

E.L. : La présence gratuite de la RTBF en ligne porte nécessairement atteinte aux journaux écrits qui ne peuvent développer un contenu payant ?

G.D. : C'est une vue qui ne prendrait pas en considération le contexte dans lequel on est. D'abord, la même réflexion pourrait se faire pour la radio ou la télé. Il existe des radios privées qui doivent se financer d'une manière ou d'une autre. Le mode de financement pour les radios c'est la publicité. Pour la télévision, *idem*. Et pourtant, partout en Europe, il existe un système dual public-privé. Même dans les pays anglo-saxons qui sont a priori plus orientés vers un système libéral c'est là qu'on a la plus puissante de toutes les télévisions d'Etat, la BBC, avec une dotation qui n'a rien à voir avec chez nous. 200 millions d'euros, c'est le budget du 20h de France 2. Donc à l'échelle européenne, on peut déjà avoir une certaine distance. La dotation de la RTBF, à l'échelle de l'union européenne, c'est la 2^{ème} plus petite. Donc en termes de déséquilibre général du marché, on en est très loin. Chez nous, on n'a plus un seul opérateur privé généraliste. Pourquoi ? RTL est sous licence luxembourgeoise et donc il existe des petites chaînes qui sont thématiques (canal Z, ab3, ab4). Si la RTBF disparaît, en terme d'information pour les gens, les citoyens de la communauté, ce serait un souci même par rapport à la Convention européenne des droits de l'homme. Alors, est-ce que la RTBF doit ou non être présente sur Internet ? Si elle ne l'est pas, les gens continueront à s'informer par Internet. En télévision, 30% du peuple belge regarde un journal télévisé français, chez nous, les sites visités, il y a des sites de la presse écrite, les sites de la RTBF et tous les sites français qui sont extrêmement visités par les internautes belges. Les premiers sites sur lesquels les belges se connectent c'est les réseaux sociaux : Facebook (7 belges sur 10, 69%), Twitter, LinkedIn, donc les premières sources d'information passent par des réseaux sociaux. Et puis les belges vont aussi avoir de l'information par des sites d'informations. Si la RTBF n'est pas présente sur

Internet alors qu'elle a pour mission de service public de toucher tous les publics, elle serait défaillante par rapport à son obligation de service public. Et est-ce que ça coûte beaucoup plus cher à la RTBF d'être présente sur Internet ? Non puisque les billets écrits qui sont présents sur Internet sont nécessairement écrits déjà pour la radio et la télévision. Les sons disponibles sont des sons qui sont disponibles pour la radio. Idem vidéos et télévision. Et donc, a contrario on pourrait se dire mais quel mauvais usage de la dotation fournie par les citoyens si la RTBF disposait d'un patrimoine sonore et audiovisuel et qu'elle le retenait pour elle et qu'elle ne le mettait pas à disposition de tous les publics possibles par toutes les sources d'informations qui sont possibles.

E.L. : La présence de la RTBF sur Internet n'est pas discutée, pour les contenus audiovisuels. Ce qui déplaît, ce sont les contenus écrits.

G.D. : La RTBF publie des contenus écrits qui sont pour moitié des Belgas comme les journaux francophones et pour le reste sont des contenus qu'elle développe elle-même. Oui on peut se dire que la RTBF pourrait ne plus mettre en ligne que ce qui a été diffusé avec un titre, les vidéos diffusées préalablement en télé ou en radio sauf que les moteurs de recherche ne sont évidemment pas basés sur le contenu d'une vidéo. Pour arriver sur une page, il faut avoir du texte. Que la mise en contexte c'est fondamental pour un internaute. Avoir une vidéo sans texte autour. En termes pédagogiques, pour un service public c'est important d'avoir une explication et au-delà de ça, c'est appréhender l'information d'une manière qui la rend compréhensible d'avoir des textes avant et après des vidéos. Je pense que c'est insoluble. On peut souhaiter vivre dans une société où ce sont des sociétés privées qui seules offrent l'information. Ce n'est pas le modèle qui est souhaité par le Gouvernement. C'est simplement ça c'est deux visions du monde qui s'opposent. Le Gouvernement souhaite et avec les critiques que l'on peut entendre mais qui ne sont pas partagées, que la RTBF soit présente sur Internet avec un contenu qui soit un contenu qui permette d'avoir une appropriation par le citoyen de l'information et ça, désolé de le dire aussi platement, ça nécessite qu'à côté de l'information vidéo et de l'information sonore, il y ait du contexte, de la chair autour de ces éléments-là. Par contre, est ce qu'on peut autoriser que la RTBF fasse des articles de 10 000 signes ? Non et d'ailleurs dans les discussions qui sont en cours aujourd'hui il y a des limitations qui peuvent être envisagées par rapport à l'importance des textes. Ça pourquoi pas mais s'engager dans une voie où l'on dirait que tout ce qui est texte est interdit sur le site de la RTBF ce n'est pas possible et même ailleurs, ça n'existe pas.

Il faut déterminer des balises, quand on parle d'obligations, ça peut être limiter le texte mais ça peut aussi être d'autres choses. Ça peut être obliger la RTBF à faire du texte, par exemple l'obligation pour la RTBF de développer des projets d'information pédagogique sur les élections. On sait que l'enjeu européen est très difficilement compréhensible pour le citoyen, que la RTBF ait notamment dans ses obligations le projet de développer des informations de

sensibilisation par Internet sur ce que c'est la Commission, le rôle des différentes institutions, la répartition des pouvoirs, est-ce que la commission est démocratique dans l'exercice de son pouvoir,... ça c'est une obligation de service public qui contraint la RTBF à développer du contenu. Donc parfois on peut devoir, pour une bonne raison, forcer l'opérateur à développer du contenu. Et parfois, pour respecter le juste équilibre avec les opérateurs privés, on peut se dire qu'il faut veiller à ce que le contenu soit limité pour ne pas aller vers une concurrence stérile par rapport aux opérateurs privés.

E.L. : Comment voyez-vous l'évolution du secteur ? Dans 5 à 10 ans, les journaux écrits auront-ils toujours de quoi produire de l'information ?

G.D. : Se projeter dans le secteur médiatique aujourd'hui à une échéance de 5 ou 10 ans, c'est juste inimaginable. L'autorité publique doit quasiment mois par mois rester à l'affût des évolutions. C'est la raison pour laquelle malgré le contexte économique pénible, la FWB a, dans une situation très précaire, débloqué un million d'euros supplémentaire en 2012 pour venir en aide à la presse écrite. La Région wallonne, par la société régionale d'investissement, a développé des fonds complémentaires aussi sous l'angle économique. On n'est pas dans une logique où c'est tout pour le service public et rien pour le service privé. Ça nécessite un accompagnement de l'autorité publique et du service public et des privés. Mais se projeter dans le secteur des médias à l'échelle de 5 ans c'est impossible. Est-ce qu'il n'y aura pas une évolution aussi semblable que ne l'a été l'apparition des réseaux sociaux, de la vidéo à la demande ou l'arrivée de contenus qui viendraient d'ailleurs comme Apple ou Google pourraient les développer ? Peut-être et cela développera une approche autre. C'est la raison pour laquelle le Gouvernement de la FWB est si attentif à la préservation de l'exception culturelle. Derrière cela, il y a la protection de nos opérateurs publics ou privés par rapport à des invasions extérieures en termes de fiction ou d'information. Il est dès lors fondamental de pouvoir continuer à soutenir par des aides publiques et le secteur public et le secteur privé. Il est impossible de savoir si on pourra continuer sur cette voie là. Je recevais toutes les semaines des opérateurs : public, télévisions locales, radios de la RTBF, télévision de la RTBF, que privés : les chaînes de télé, de radio (réseaux communautaires, provinciaux, radios indépendantes ou associatives) avec des réalités économiques radicalement différentes. Les opérateurs de presse écrite, c'est la même chose. Aujourd'hui se développent des *pure players*, de l'information qui n'est disponible que sur des sites. Que fait-on avec eux ? Est-ce qu'ils n'ont pas aujourd'hui une légitimité eux aussi à prétendre à disposer d'une aide pour exister sur Internet ? Peut-être, le pluralisme d'information ça passe aussi aujourd'hui par Internet. Donc tout ça nécessite vraiment une approche permanente d'écoute par rapport à l'évolution économique et technologique du secteur et même à un an c'est difficile de se projeter. C'est un suivi permanent qui suppose de l'autorité publique d'être très en phase avec les secteurs publics ou privés.

Notre Ministre de l'audiovisuel a quand même réussi à faire adopter le plan de séquence des radios privées attendue depuis 1971 (communautarisation de l'audiovisuel). En 2008, la ministre a abouti à un plan de fréquence. Plein de recours et aucun n'a abouti. C'est uniquement pour les privés et c'est fondamental pour leur économie, pour projeter des plans d'investissement. Pour la presse écrite, il y a eu plusieurs types d'aide octroyées, par différents biais : 1 million d'euros pour l'aide directe plus des budgets complémentaires. A l'AJP et aux JFB dans les deux cas pour leur fournir un budget pour la formation des métiers d'informations. Ça concerne par exemple la formation à l'écriture web. On a donné une subvention pour favoriser la qualité des commentaires sur Internet pour permettre que quand il y ait des commentaires qui soient racistes ou d'une manière générale contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs les médias puissent développer des dispositifs qui permettent de les alerter. Autre exemple : dans quelques années, la fréquence modulée (FM) va disparaître et va être remplacée par une norme numérique qu'est le DAB+. Pour favoriser la bonne entente entre radios de service public et privé, la ministre a octroyé une subvention à une structure commune qui rassemble et les radios publiques et privées pour acheter et déployer un *player* à la BBC et donc bientôt sur Internet, on pourra écouter toutes les radios de la communauté française par le biais d'un logiciel qui a été payé en partie par les radios et en grande partie par la FWB.

Autre élément de bonne gouvernance : On a imposé par le contrat de gestion une relation entre la RTBF et les télévisions locales. Jusqu'à présent elles se parlaient très peu. Donc c'est vraiment un suivi quotidien de l'évolution du secteur en étant très à l'écoute de leur réalité.

E.L. : Pourquoi la Belgique francophone est-elle confrontée à autant de difficultés qui semblent inexistantes en Flandre ?

G.D. : La VRT a eu le même type de processus qui a abouti à des contraintes imposées en 2008 dans son contrat de gestion. La télévision autrichienne est soumise à la même chose, des télévisions publiques allemandes aussi. Et en France, il y a la crainte de France Télévisions d'avoir la même chose.

En Belgique, le marché est fort ouvert à la concurrence et les acteurs privés sont fortement aidés en raison de cette concurrence et en raison de l'exception culturelle qui est quelque chose qui tient à cœur du Gouvernement. Globalement, il y a un consensus par rapport à ces éléments-là. Je ne pense pas qu'on soit plus en dispute public-privé que ce qui peut exister ailleurs. On a des spécificités chez nous qui font que l'on a un tout petit marché qui est extrêmement précaire mais au-delà de ça, la RTBF, malgré la plainte introduite, continue à avoir des partenaires-presses nombreux avec Le Soir, Sud Presse, La Libre, La DH. Il faut aussi relativiser. Il y a un conflit indéniable et réel à ne pas minimiser sur quelque chose d'important mais on n'est pas dans une situation de guerre atomique entre public et privé. C'est beaucoup

plus nuancé et c'est logique que dans une société démocratique, quand on estime qu'on est mal traité, on fasse appel à la justice pour essayer de faire valoir ses droits. Le Gouvernement respecte cela. Son point de vue est de dire que la RTBF doit être présente sur Internet et qu'il faut fixer des balises qui peuvent être des obligations à la hausse ou de restreindre la présence pour essayer de trouver le seul chemin qui est l'intérêt général. Il peut toujours y avoir un peu de connotation politique derrière mais aucun parti politique ne souhaite que la RTBF ne soit plus présente sur Internet, même s'il y a un éventail de positions. Il faut maintenant arriver à un accord et je pense qu'avec la Commission européenne on sera assez vite d'accord sur l'essentiel.

Annexe 3 : Interview téléphonique de Daniel HAMMER, Secrétaire général de Médias Suisse, le 3 juillet 2013.

Elodie LECROART (E.L.) : La presse écrite reste le média le plus consulté en Suisse, avant la télévision et même Internet, cela peut paraître étonnant à l'heure actuelle?

Daniel HAMMER (D.H.) : Depuis longtemps en Suisse, il y a une tradition qui est très orientée vers la presse écrite. Il y a énormément de journaux dans tout le pays. Cela est dû d'une part, aux divisions linguistiques puisqu'il y a quatre langues différentes et d'autre part, aux divisions professionnelles qui sont venues s'y ajouter. A un moment donné, il y a eu énormément de titres qui ont existé et les gens étaient en général abonnés à plusieurs journaux. Cela a perduré et c'est vrai qu'on a une situation aujourd'hui encore où la presse écrite reste le média numéro 1, de référence. Les gens aiment beaucoup consulter les journaux, notamment pour l'information locale et régionale, et ils ont une relation particulière avec les journaux. Mais cela ne nous épargne malheureusement pas de la crise. La publicité, la vente d'abonnements et surtout la vente au numéro sont en recul.

E.L. : Les éditeurs de presse écrite se financent essentiellement par la publicité ?

D.H. : Oui, les annonces représentent 65% minimum, voire 70% du financement des journaux, à part pour les éditions gratuites évidemment (comme le « 20 minutes » sur la Suisse romande). Il y a des journaux qui sont clairement payants mais c'est plutôt des journaux satiriques, sinon pour l'essentiel ce sont des journaux qui sont clairement axés sur la publicité dans une assez grande mesure.

E.L. : Contrairement à ce qu'il se passe en Belgique, aucune aide d'Etat directe n'est octroyée à la presse suisse ?

D.H. : Non, mais nous avons une aide indirecte qui est une aide pour la distribution. La Confédération alloue une somme de 50 millions de francs suisses par année pour rendre le transport des journaux moins cher. Cette somme est donnée à la Poste qui accorde ensuite des rabais postaux pour différents journaux, mais pas à tous. Seuls sont visés les journaux qui ont un certain tirage, un certain poids. Il s'agit avant tout des petits à moyens journaux, régionaux ou locaux. Et le journal en tant que tel ne touche rien, c'est vraiment un rabais octroyé par la Poste.

E.L. : L'octroi d'une aide directe fait-elle partie des revendications des éditeurs ?

D.H. : Non, au contraire, nous sommes assez farouchement opposés à toute forme d'aide directe parce que l'on sait que l'aide directe a un corollaire qui est l'immiscion de l'Etat dans les

affaires des éditeurs. Nous avons vécu cela avec la télévision régionale. La télévision et les radios, qui bénéficient d'une partie de la redevance, sont soumises à un certain nombre de critères qui sont assez incroyables au niveau de la mise en œuvre pour toucher ces fonds. Et nous voulons éviter que la même chose ne se passe pour les journaux. C'est essentiellement les grands groupes de presse qui affichent cette tendance assez négative par rapport à l'aide directe et je ne suis pas certain qu'un jour on n'y arrive pas dans la mesure où les tirages baissent et que cette baisse-là incitera certainement les personnes à se remettre en question. En tout cas cela sera débattu l'année prochaine à l'occasion d'un rapport qui sera fait au Gouvernement fédéral. Le Gouvernement fédéral donnera un rapport aux chambres du Parlement pour explorer d'autres formes d'aide que la seule aide indirecte. Toute la gauche est déjà assez acquise à l'aide directe à la presse puisqu'ils craignent la disparition d'un certain nombre de titres et que, pour eux, l'aide directe permettrait d'éviter ça.

E.L. : Comment a évolué le conflit entre les éditeurs de presse et la SSR ?

D.H. : Tout a commencé en juin 2010. Le premier événement a été une annonce du Gouvernement fédéral par un communiqué de presse disant que la SSR devait être autorisée à exploiter de la publicité sur Internet. Nous avons immédiatement réagi en disant que nous ne l'entendions pas de cette oreille. Il faut savoir qu'en Suisse, la SSR fait un service en trois langues et qu'il y a plusieurs chaînes de télévision en chaque langue (en langue française il y en a déjà deux et en suisse italienne ils en ont une mais c'est le premier employeur de la Suisse italienne). Au début, il n'y avait que la radio et la télévision, mais technologiquement à l'époque, cela coûtait très cher de faire des émissions de télévision et il était inconcevable de financer cela uniquement par de la publicité. Aujourd'hui, cela devient de moins en moins cher mais la SSR gonfle de plus en plus. Ils ont un lobbying extraordinaire, il y a beaucoup de gens qui s'occupent à Bernes de se rappeler au bon souvenir des parlementaires et avec beaucoup de succès d'ailleurs. Donc pour nous finalement, c'est un peu David contre Goliath.

La première année, il ne s'est quasi rien passé et nous nous sommes regardés en chiens de faïence. Mais à partir de 2011, nous avons manifesté notre opposition. La SSR a fait la sourde oreille et à un moment donné, la Conseillère générale Doris LEUTHARD (Ministre de tutelle du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication) a enjoint les éditeurs et la SSR à s'arranger autour d'une table. La première fois, la SSR est venue avec un contrat en disant « signez ici ». C'était très dur mais nous avons continué. Il y avait deux choses pour nous. Il y avait d'une part, la publicité et puis d'autre part, une revendication de la SSR de pouvoir aussi offrir une offre indépendante sur les plates-formes numériques. En plus de ce qu'elle fait actuellement, c'est-à-dire des émissions qui sont consultables sur Internet et sur les plates-formes numériques, elle voulait également pouvoir développer une offre qui soit *ad hoc*. Elle l'a fait sans rien demander à personne et nous avons combattu cela aussi.

En fin de compte, après deux ans de négociations, nous sommes parvenus à obtenir de la Ministre qu'elle n'abroge pas l'interdiction faite à la SSR d'exploiter de la publicité. Donc, pour l'instant, ils ne peuvent pas en faire. Mais juridiquement, l'interdiction figure dans une ordonnance qui est le moyen le plus faible en droit suisse. C'est une norme qui peut être modifiée par le Gouvernement. En général, le Gouvernement entame une procédure de consultations pour prendre les avis des personnes intéressées avant de la modifier mais après, ils sont libres de faire comme bon leur semble et de tenir compte ou non de ces avis. Ils pourraient très bien abroger cette interdiction. Evidemment, le sujet est sensible et politiquement il serait risqué de modifier l'ordonnance mais techniquement, c'est possible. Alors que si cela avait été mis dans une loi, cela aurait été différent car la loi passe par le Parlement et est soumise à un référendum après donc si les citoyens récoltent un nombre suffisant de signatures, ils peuvent demander l'abrogation de la modification. Nous avons par conséquent quelque chose d'encore assez fragile même si politiquement, la chose est entendue et ne changera pas en principe jusqu'à 2016-2017 date à laquelle la question sera remise à l'ordre du jour dans le cadre de toutes les concessions de radios-télévisions. Mais je ne vois pas pourquoi la SSR devrait faire de la publicité, les choses ne vont pas se modifier si vite.

E.L. : A moins que les revenus de la SSR ne diminuent de façon drastique?

D.H. : Oui mais les nôtres vont baisser encore plus. Le discours que nous tenons est de dire que les revenus de la SSR n'ont pas cessé d'augmenter depuis 2001 alors que nous nous avons perdu pratiquement 1 milliard en 10 ans au niveau suisse. Les journaux, en matière de recettes publicitaires, ont perdu 1 milliard de francs suisses. C'est pratiquement 1/3 de leurs revenus alors que la SSR a gagné en revenus. Nous sommes en pleine mue technologique à l'heure du changement vers le numérique et comme chaque éditeur dans n'importe quel pays, nous ne savons pas ce que cela va nous réserver au niveau des rentrées financières. Nous ne savons pas si les gens seront aptes à (et d'accord de) payer le même prix pour un volume qui existe sur l'informatique qu'un volume sur papier. Il y a beaucoup d'incertitudes à ce niveau-là et c'est ce qui a un peu motivé notre discours à ce moment-là.

E.L. : Cette solution va-t-elle permettre aux éditeurs de développer un contenu payant ?

D.H. : C'est en tout cas l'intention affichée par bons nombres d'éditeurs. Nous savons très bien que nous ne pourrions pas continuer à offrir le gratuit. Et d'ailleurs, même au niveau de la publicité, les choses sont en train de changer parce qu'avant il fallait avoir l'audience maximale. Et puis, le fait que nous offrions des contenus gratuits était essentiellement motivé par la venue de tiers qui ont commencé à faire des sites Internet qui ne faisaient pas du tout dans les news mais qui drainaient beaucoup de trafic et qui eux étaient actifs dans la publicité et captaient une partie de la publicité. Donc au début, notre but était vraiment de couper le terrain et d'essayer d'éviter qu'il n'y ait une hémorragie de publicité sur Internet et pour cela,

il fallait arriver avec un maximum d'audience. Aujourd'hui, nous avons tendance à dire en Suisse romande que finalement, cette audience maximale, si elle n'est pas qualifiée, elle vaut moins que s'il y a moins de gens mais dont on connaît le niveau socio-culturel. Si nous savons exactement où les placer au niveau publicitaire, cela vaut évidemment plus parce que nous pouvons affiner les cibles en tant qu'annonceur. Il y a un journal qui est passé sur le modèle payant l'année passée, le journal « Le Temps (Genève) » et ils ont effectivement un *paywall* et je sais que d'autres journaux y pensent sérieusement mais ce ne sera pas j'imagine avant la fin de cette année. Mais oui, il y a vraiment un basculement qui va s'opérer. Mais ce ne sera pas non plus la panacée car le recul de la publicité va demeurer, il ne va pas tout à fait disparaître simplement parce que nous allons passer au mode payant. Par contre, il est vrai que limiter l'exposition à la publicité n'est pas forcément une mauvaise chose parce qu'avoir 70% de publicité pour un journal c'est très risqué, c'est mettre quasiment tous les œufs dans le même panier.

E.L. : La SSR n'est pourtant pas l'unique ennemi des éditeurs de presse écrite, il y a aussi les acteurs comme Google,...

D.H. : La Belgique a été pour cela un peu un exemple pour nous jusqu'à un certain moment. Ça a commencé avec Copiepress qui avait mené la vie dure à Google et finalement, un accord a été signé, et peu après en France. Quand c'est apparu en 2008 aux Etats-Unis et que Google a tout à coup affiché une volonté de mettre de la publicité sur Google « Actualités », nous sommes montés au créneau en disant que si cela se passait en Suisse, nous devrions les attaquer en justice et ça nous a permis d'avoir déjà quelques années de tranquillité. Maintenant, la publicité sur Google « News » n'est plus du tout une question actuelle donc cela nous perturbe moins. Je pense que les Allemands restent encore assez attachés à un système où ils veulent introduire des droits d'auteur dérivés, mais je ne suis pas sûr qu'en Suisse ce sera un modèle que l'on pourra trouver, malgré tout ce qu'on a pu dire auparavant. Il faut trouver autre chose, Google c'est un trafic dont les éditeurs ont besoin, ça représente entre 15 et 25% du trafic, je dirais plutôt aux alentours des 20 que des 25 mais ça reste quelque chose d'assez indispensable. Par contre, il faut pouvoir choisir son commerce donc il y a des discussions à mener avec Google à ce niveau-là. Il est certain que c'est un partenaire qui est gigantesque et il faut éviter de négocier comme l'ont fait les Français où finalement la question a été achetée en donnant 60 millions d'euros à un fonds dont les intérêts permettront de financer un certain nombre de choses en échange d'une évacuation de la question au Parlement.

Je pense qu'il faut que nous soyons un peu plus pragmatiques à ce niveau-là et que nous prenions une solution qui soit un peu moins coup d'éclat mais qui soit quelque chose qui puisse permettre aux éditeurs d'avoir beaucoup d'avantages et moins d'inconvénients.

E.L. : Finalement, les éditeurs suisses semblent être plus entendus que les éditeurs belges francophones ?

D.H. : J'ai souvent l'impression que l'on ne nous écoute pas assez car le deuxième volet dont je parlais, l'extension du droit de diffuser plus que de l'audio et du vidéo, ils l'ont obtenu et c'est dommage car sur ce côté-là on espérait ardemment que la SSR ne puisse pas faire concurrence aux éditeurs privés en mettant du texte, de l'image et des photos. Selon moi, nous avons perdu sur ce point alors que nous avions des arguments qui étaient, à mon sens, assez valables. Des fois, j'ai l'impression que la politique des médias n'intéresse pas les politiciens. Tout ce qui touche à la politique des médias est vraiment relégué. On s'y intéresse quand il y a un licenciement collectif ou quand un éditeur veut racheter un autre ou avance des mesures d'assainissement qui auront un impact sur l'emploi. J'ai l'impression que l'on nous entend mais qu'on a peut-être aussi une mauvaise image de nous. Il y a eu certainement de notre part, quand tout allait bien dans les années 2000, une part d'arrogance et que nous payons certainement encore aujourd'hui. Mais nous essayons aussi de faire en sorte d'avoir des partenariats sociaux, des conventions collectives parce que le politique le veut et dans cette optique-là, nous sommes entendus. Nous pouvons aller voir la Ministre quand nous le souhaitons et nous serons écouté, mais de-là à dire que nous serons entendus...

E.L. : En Belgique, la RTBF a non seulement le droit d'avoir de la publicité sur son site Internet mais elle n'a, en plus, aucune limite de contenu écrit sur ce site.

D.H. : C'est incroyable ça ! Mais n'est-ce pas justement un corollaire de l'aide directe ? Que quelque part les politiciens diraient : « *Bon les journaux ont l'aide directe donc donnons à la RTBF le droit de faire ce qu'elle veut* » ?

E.L. : A l'origine, l'aide directe était une forme de compensation au fait que la RTBF soit autorisée à exploiter de la publicité en télévision.

D.H. : Pour nous la SSR peut faire du sponsoring. Généralement, en début d'émission, ils annoncent à la radio ou à la télévision que l'émission est sponsorisée. Par contre, ils n'ont pas le droit de faire de la publicité à la radio et la publicité à la télévision est limitée. C'est drastique. Et donc ils n'ont pas ce droit non plus sur le digital en général, que ce soit mobile ou Internet.

E.L. : C'est une situation plus saine ?

D.H. : J'ai quand même l'impression que, chez nous en tout cas, la SSR a son bureau à côté de la Ministre. Nous avons l'impression que le communiqué qu'elle a lu émanait de la plume même du Directeur général de la SSR. Politiquement, ils sont assez puissants. Même les

politiciens qui dénoncent le coût de la SSR (elle est passée à 1,8 milliard de francs suisses dont 1,2 milliard de redevance par année et 600 millions de publicité télévisuelle et autres affaires commerciales) se souviennent à un moment donné que tous les 4 ans ils doivent être réélus et qu'il est bon de se montrer devant une caméra de la SSR de temps en temps.

Les gens sont réceptifs à nos arguments, en arrière, mais quand il s'agit de déposer une motion ou d'intervenir au Parlement, il y a moins de monde.

Et puis il y a une question qui pèse également qui est la question linguistique où il faut un programme adapté en trois langues ce qui coûte cher. Au niveau financier, il y a un seul centre à Bernes.

E.L. : Qui négocie la concession de la SSR ?

D.H. : Le Gouvernement est habilité à la changer. C'est quelque chose qui est soustrait au Parlement car on veut éviter que ce soit un jeu politique, ça n'a pas vraiment vocation à être décidé par un Parlement en séance plénière. C'est donc le Gouvernement qui la fixe et il vient de la modifier. Elle est modifiée à peu près tous les 4 ans pour ajouter des choses, pour en préciser d'autres. Il y a aussi des modifications de la loi sur la radio et la télévision qui, à un niveau supérieur, subit une modification mais là c'est le Parlement qui décide.

La SSR approche sa Ministre de tutelle et dit : « Nous aimerions bien faire ça ». Après, il y a une procédure de consultation : les éditeurs reçoivent une lettre du Gouvernement avec leur projet de construction et avec un délai pour s'exprimer. Ensuite, c'est décidé par le Gouvernement.

Annexe 4 : Interview de Daniel VAN WYLICK, Directeur éditorial du groupe Rossel et Président des Journaux Francophones Belges, le 4 juillet 2013

Elodie Lecroart (E.L.) : Rossel est le premier groupe de presse francophone et votre site Internet parle d'expansions du groupe en France. Alors est-ce que la situation économique des titres belges est si critique qu'on ne le dit ?

Daniel VAN WYLICK (D.V.W.) : Nous avons effectivement racheté des médias en France. Je peux imaginer que quelqu'un qui cherche à voir ce qu'est le groupe Rossel et qui découvre que le groupe Rossel procède à une série d'acquisitions laisse entendre qu'il n'y a pas de problème dans la presse écrite puisque nous nous déployons d'une telle manière. En fait, il faut le regarder dans l'autre sens : nous nous déployons pour faire des économies d'échelle et cela est devenu obligatoire d'avoir un effet de taille pour survivre dans le marché. Je suis convaincu que les tout grands groupes de presse et ceux qui ont des produits avec des marques ultraconnues et internationales auront plus de chances de subsister que les autres. Il est évident que le groupe de presse qui possède le *New York Times* est bien plus à l'aise parce que les enjeux du numérique sont positifs pour un titre qui, grâce au numérique, peut toucher un public qui connaît le support et qui ne le trouve pas facilement en papier. Grâce au numérique, la communauté anglophone intéressée par ce média est 10, 20, 30 fois plus grande donc ils peuvent être plus rentables. Mais ce n'est vrai que pour ces tout grands groupes qui en plus possèdent des marques connues internationalement. Pour tous les autres, c'est plus compliqué. Le modèle économique n'est pas tout à fait évident et tout le monde se cherche un petit peu. Mais ce qui est sûr, c'est que le groupe Rossel est présent avec une centaine de marques mais qu'à la limite, la plus connue chez nous et la moins peu connue internationalement, c'est *Le Soir*. Avec *Le Soir* parfois, quand il y a les élections en France et que nous donnons les résultats avant tout le monde, nous avons des pics de 300% de notre trafic, c'est tout à fait exceptionnel. Pour le reste, nos médias sont quand même connus dans leur zone de distribution et là on se trouve aujourd'hui avec un risque de réduction de leur *core business* et ils doivent se déployer en monétisant les contenus.

E.L. : En communauté française, les éditeurs bénéficient de l'aide directe, ce qui est assez rare en Europe non ?

D.V.W. : Non, il y en a beaucoup. Il y en a en France, en Italie pour la presse d'opinion. Les aides à la presse, l'aide directe ça fait à peu près 2% du chiffre d'affaires des groupes de presse francophone. L'aide directe qui est la dotation à la RTBF, c'est 70% de leur chiffre d'affaires. Dire que parce que nous avons des aides nous pouvons être rentables est tout à fait erroné. Par contre, avoir une aide pour un média d'1 million d'euros sur un chiffre d'affaires de 50 millions, c'est bienvenu mais c'est totalement insuffisant et si on fait le benchmark, ce que

j'ai fait, même en ajoutant les aides directe et indirecte, nous ne sommes pas les mieux lotis en Europe.

E.L. : La RTBF non plus n'est pas parmi les mieux loties, sa dotation n'est pas parmi les plus élevées ?

D.V.W. : Ca dépend comment elle est calculée. Par habitant, ils sont au milieu du classement européen et la RTBF a dû faire des efforts. Mais si on regarde sur 10 ans, le personnel de la RTBF est passé de 2900 à encore aujourd'hui un peu plus de 2000 donc ils ont perdu 30% de leur personnel. Ça a l'air terrible. Ici, rue Royale, quand je suis arrivé on était 850, aujourd'hui on est 340, donc on a perdu beaucoup plus proportionnellement que la RTBF.

E.L. : L'ajustement prévu dans le nouveau contrat de gestion concernant la publicité et le plafond prévu à 600 000 euros vous satisfait-il ?

D.V.W. : Non pas du tout. Ça peut paraître bizarre parce que J.-P. PHILIPPOT aux EGMI a dit qu'ils faisaient à peu près deux millions de chiffre d'affaires et que c'était bien peu. Certes ça doit être du brut et peut-être même du brut-brut des chiffres d'affaires avec le numérique. Et donc, il disait que nous ferions bien mieux, nous éditeurs, de nous inquiéter de la concurrence de Google et autres. Mais ce n'est pas simple non plus. Nous avons réussi à faire des choses en attaquant Google et en transigeant avec eux et ça a remonté pas mal de cash pour les groupes de presse mais l'accord de 600 000 euros, il est tout à fait contournable comme tout ce qui est dans le contrat de gestion a toujours pu être contourné par la RTBF. Je peux faire le catalogue des contorsions possibles par rapport au texte. Et puis de toute façon, il y a un vrai problème comme le fait que certains éléments comme les missions se trouvent dans le contrat de gestion alors qu'en amont ils n'ont pas encore changé le décret.

Notre souhait sur le plan publicitaire est d'une part, sur la masse de leur publicité hors numérique, on ne conteste pas qu'ils doivent avoir la publicité encore que ça aurait pu être un débat à reposer. Ils font à peu près 63 millions de publicité. C'est précisément parce que nous avons accepté la publicité à la RTBF que nous avons eu l'aide à la presse. Or, 63 millions qui sont pris par un opérateur public sur le marché, c'est autrement plus que 8 millions à se répartir entre les éditeurs donc il faut bien comparer des choses comparables. Ce que l'on sait, c'est qu'ils font des « bons prix » pour les publicités. Pourquoi ? Parce qu'ils ne sont pas suffisamment limités en termes d'espace. Donc, plutôt que de mettre un plafond publicitaire en termes de chiffre d'affaires, il faudrait les deux : en valeur et en espace. Parce que sinon, forcément, ils peuvent avoir plein de publicité pour remplir les espaces et brader un peu les prix et être des concurrents un peu déloyaux là-dessus car nous nous ne pouvons pas nous permettre de vendre de l'espace à 20% du prix tarif. Mais nous ne sommes pas du tout dans l'idée de remettre en question la publicité à la RTBF d'autant que si cela se faisait, ce ne serait

pas très bon selon nous pour RTL et nous sommes actionnaires d'RTL dont nous touchons des dividendes plus que corrects. Mais sur le numérique, il y a aussi la publicité régionale et nous trouvons qu'elle ne devrait pas être développée par la RTBF et que ça devrait plutôt être l'apanage des télévisions régionales et des quotidiens régionaux. Donc là c'est aussi une concurrence où l'arbitrage de la tutelle politique pourrait jouer, mais ils ne l'ont pas fait alors que ça aurait pu aider les télévisions locales. C'est éminemment politique mais sur le numérique, cet accord est insuffisant parce que nous ce que nous souhaitons, c'est que ce soit totalement limité au prolongement de leur activité de base. Nous n'avons pas de problème à ce que des publicités qui sont pour l'audiovisuel soient prolongées sur le numérique, nous n'avons pas de problème à ce que, sur leur *core business* qui est l'image, ils fassent du *Pre-* du *Mid-* et du *Post roll*, c'est normal, cela fait partie de leur *core business*. Mais qu'ils commencent à faire des *bannering*, et tous ces formats qui sont des formats créés pour les sites de presse écrite, d'info, là ça nous pose un problème. Au moment où nous avons dû réagir, j'ai fait toute une étude de benchmark européen sur les publicités et sur le contenu, donc sur le périmètre publicitaire et sur le périmètre éditorial. Et sur le périmètre publicitaire vous avez beaucoup d'opérateurs publics qui sont limités, à part l'Italie et peut-être la Norvège, pour tous les autres c'est beaucoup plus restrictif qu'en Belgique francophone. Et j'ajoute que ce qu'ils font, et ça j'ai pu le prouver aussi, c'est de la destruction de valeurs aussi sur ce qui est entre la publicité et l'éditorial dont on parle peu et qui est tout ce qui est concours, contenu services. Ils nous tapent des nécrologies alors que pour nous c'est un chiffre d'affaires important, ils mettent des offres d'emplois avec un accord avec Jobat (qui est flamand), alors que nous vivons des offres d'emplois donc c'est de la destruction de valeurs et c'est très inquiétant pour nous. Donc ça c'est tout ce qui est commercial au sens large. Après on a un conflit encore plus majeur, surtout que ça a des résonances commerciales, sur la partie du périmètre éditorial.

E.L. : Et à ce sujet, quelles sont vos revendications ?

D.V.W. : Qu'ils soient comme dans d'autres pays. Il est tout à fait normal que les opérateurs publics audiovisuels puissent aller sur le digital, il n'y a à cela aucun problème. Mais par contre, ils ne doivent pas aller sur notre terrain car nous, nous devons monétiser nos contenus. La monétisation des contenus numériques devrait être demain notre plus grande source de revenus, or nous n'en sommes nulle part. Et nous, un groupe comme Rossel qui a plein de titres, nous sommes empiriques, nous testons le *paywall*, le *premium*,...mais cela est très compliqué. Pourquoi ? Notamment, parce que déjà entre éditeurs nous n'avons pas des schémas semblables, ni un timing ou une chronologie analogue. Donc, aujourd'hui, un article qui va être payant sur le site de Le Soir va se retrouver gratuit sur celui de La Libre. Nous devons par conséquent encore nous accorder entre nous. Certes il y aura toujours des concurrences de sites étrangers mais globalement, le belge va quand même d'abord sur le site belge. En plus, on a cette chance en Belgique francophone que les sites des quotidiens sont les sites leaders du marché. On a 60% de parts de marché sur les sites d'info (à voir si on met

RTL et RTB sur les sites d'info car beaucoup d'entertainment). Mais si on les enlève, on est même avec 85% du marché. C'est unique en Europe comme position. La télévision est plus puissante avec ses sites en Angleterre, les quotidiens sont moins puissants en France,... Donc nous avons une position qui est chouette au départ, sauf que nous sommes totalement fragilisés dès que nous essayons de faire du payant parce que aujourd'hui évidemment, si tous les éditeurs de presse écrite sont avec du premium et même du *paywall* (tout payant sauf quelques articles à lire par mois avant de payer), ça ne marchera pas si le site de la RTBF est suffisamment nourri en contenu écrit, en expertise, en matières qui peuvent justifier à un moment donné un prix. Et nous, nous avons chez Le Soir 20 millions de chiffre d'affaires publicitaires, 20 millions de chiffre d'affaires de vente du print, puis c'est devenu plus de ventes tellement la publicité a chuté. Et avec quoi on compense aujourd'hui ? 1 million péniblement avec tout ce qu'on fait, pour la vente de contenu numérique, pdf compris. Et en publicité, on arrive péniblement à 3 millions et demi. Donc on est en train de comparer 40 millions, et on arrivait même à 50 millions de chiffre d'affaires, à même pas 5 millions. Alors certes ça devrait encore progresser, mais c'est très compliqué. D'autant que, il y a deux ans nous étions encore excités par la publicité parce que nous avons des croissances à deux chiffres, mais c'est terminé. Donc la monétisation des audiences en numérique, c'est déjà flat et dans certains pays comme aux USA c'est déjà en décroissance, ce qui veut dire que les 3,5 millions ou 4 millions qu'on va faire en publicité, ils seront peut-être inflatés si c'est flat mais ils ne vont peut-être jamais dépasser les 5 millions. Alors qu'en print, nous sommes allés jusqu'à des 25 millions, offres d'emplois comprises. Donc le modèle économique, ça ne peut être – outre des diversifications, même en dehors de notre métier d'éditeur – que de réussir à vendre nos contenus numériques. Nous aurons évidemment des progressions parce que nous partons de peu, mais ces progressions sont beaucoup plus compliquées. Si La Libre demain rend payant, et que la DH met un *paywall*, mais que ça se trouve à la RTBF gratuitement, ça s'appelle de la concurrence déloyale. Ce n'est pas plus compliqué que cela. Ça a été très mal perçu parce que c'est un combat qui à l'air d'arrière-garde alors que, pas du tout, c'est un combat d'avant-garde. Mais ce n'était pas très populaire de faire ça et les politiques n'aiment pas. Ils ont fait des gestes mais c'est insuffisant. Après, on peut avoir une forme de fatalité. On peut faire des synergies et c'est ce qui s'est passé avec Concentra et Corelio au nord du pays. Il y a des choses qui vont devoir se faire au sud aussi mais avec quels risques ? Parce que quand Corelio (De Standaard, Het Nieuwsblad) se rapproche de Concentra (Het Belang van Limburg et Gazet van Antwerpen), peut-être qu'à Anvers la Gazet van Antwerpen va disparaître et Het Nieuwsblad prendre tout l'espace, c'est à peu près le seul endroit où ils sont en *overlap*. Mais nous dans le sud, nous sommes presque tous concurrents dans toutes les régions. Oui, L'Avenir est plus présent sur Namur-Luxembourg là où nous sommes justement moins présents, quoique le groupe Rossel a un taux de pénétration extraordinaire dans ces provinces-là aussi grâce à ses autres médias. Donc, forcément, on va détruire de la valeur s'il y a des rapprochements. Parce que quand on rapproche deux titres, ce n'est pas un plus un égal deux. Et donc, si demain un groupe tombe en faillite et qu'il y a un rapprochement, le

Conseil de la concurrence pourrait nous dire que c'est une position monopolistique et qu'il y a un risque de porter atteinte au pluralisme. Le politique n'a pas l'air de s'en soucier énormément, sauf certains.

E.L. : La Commission européenne s'en soucie plus ?

D.V.W. : Oui, elle s'en soucie beaucoup plus. Le ministre de Madame LAANAN est interrogé et la Commission va quand même plutôt dans notre sens. Je n'ai pas vu le document qui a été envoyé par la Commission avec les différentes demandes mais vu la fuite dans la presse, on peut très bien deviner quelles sont les demandes ou quelles sont les questions une fois qu'on voit les réponses.

L'Europe est consciente des problèmes, les problèmes existent dans tous les pays européens. Ils ont dû faire marche arrière en Angleterre et arrêter la régionale ; ils ont dû changer leur fusil d'épaule en Espagne et en Allemagne ; en Suisse il y a eu un accord. Donc tout bouge et comme ici rien ne bouge nous sommes obligés d'entreprendre une action. Si on avait une écoute du politique nous n'aurions pas entrepris des actions qui peuvent effectivement paraître agressives.

E.L. : En Suisse, les éditeurs refusent l'aide directe car ils craignent pour l'indépendance, n'est-ce pas un problème en Belgique ?

D.V.W. : Ils mentent. Il faut aller sur Internet et vous allez retrouver les demandes des éditeurs suisses pour avoir de l'aide à la presse. Ça a été un débat au Parlement chez eux.

En Belgique, nous sommes évidemment indépendants et ça ne change rien. Les critères qui sont là-dedans sont indiscutables. Il y a quelques éléments plus subjectifs comme la déontologie mais sinon les deux grands critères sont d'une objectivité totale : ce sont les recettes publicitaires (plus vous en avez, moins vous avez d'aide) et l'emploi (plus vous avez d'emplois, plus vous avez d'aide) et c'est presque 50-50.

Normalement, la consultation *ex ante* devrait se faire et ne se fait pas. Et nous venons d'apprendre que maintenant la RTBF va faire un site d'information régionale et va le faire avec les télévisions locales. C'est très habile de la part de Jean-Paul PHILIPPOT. Ils doivent faire des choses avec les télés régionales, ils ne font jamais rien et là il y a un projet pour faire quelque chose et il sait très bien que nous allons contester ce projet alors que nous n'avons rien contre les télés locales. A moins que, mais je n'y crois pas une seconde, ce soit un site où il n'y aura que de la vidéo et des chroniques existantes des télés locales.

Parce que nous on est d'accord qu'il y ait du texte, de teasing des produits vidéos, c'est évident. Mais ils ont une équipe d'environ 10 qui ne font que du web chez Monsieur MASSIN.

E.L. Le nouveau contrat de gestion 2013-2017 prévoit une procédure ex ante, est-elle satisfaisante ?

D.V.W. : Oui elle est prévue, mais comment ? Ce sera bloqué déjà au niveau du CA. Le seul changement que l'on a obtenu ce sont les deux experts pour qu'il y ait un duo un peu moins partial que ce qui était prévu au départ.

Annexe 5 : Interview de Sophie BERQUE, adjointe à la direction RTBF Interactive le 2 août 2013.

Elodie LECROART (E.L.) : Quelle est la place du pôle interactif de la RTBF par rapport à ses autres médias (télévision et radio) et quel a été son développement général depuis ses débuts ?

Sophie BERQUE (S.B.) : Le département RTBF Interactive existe depuis 5 ans environ. Au départ, cela s'appelait le département « Nouveaux médias » et puis il y a eu un changement de nom à un moment donné car l'opposition nouveaux médias/anciens médias faisait un peu péjoratif. Etant donné que nous ne développons pas seulement les sites internet mais tous les médias interactifs, nous avons changé le nom.

Nous développons l'offre internet de tout ce qui est mobile, les applications iPhone, Android, la télévision interactive, tout ce qui est Smart-TV, les consoles aussi maintenant avec notre application sur la PlayStation Sony et enfin les réseaux sociaux qui sont clairement une stratégie qui est en place depuis octobre 2009 et le but c'est aussi de se développer sur ses supports-là.

Nous sommes une équipe de plus ou moins 30 personnes : il y a 5 managers avec 5 équipes. Il y a une équipe qui gère tous les contenus sur les sites ; une équipe pour tout ce qui est technique, opérationnel, développement, *webmastering* ; une équipe qui s'occupe de tout ce qui est produits et services liés à nos sites, donc les applications. Il y a aussi une équipe qui gère tout le graphisme et le design et une autre qui a en charge les réseaux sociaux.

Nous sommes vraiment une équipe dédiée et la difficulté ça a vraiment été l'éducation en interne. Il n'y a pas seulement eu des difficultés en externe mais aussi celle de faire en sorte que les modes de collaboration entre nous, en interne avec la télévision et la radio, évoluent. Et il y a eu énormément d'évolution dans la manière dont les gens travaillent. Je pense que c'est bien rentré dans les esprits de tout le monde que maintenant, travailler sur les médias interactifs et créer des offres et des concepts 360 pour notre public est devenu une normalité, mais ce n'était pas le cas il y a 5 ans. Nous essayons de créer des concepts qui tiennent compte de cette stratégie d'être présent sur tous les supports et pour tous les publics et d'être surtout en interaction avec eux, d'être à l'écoute et de dialoguer.

E.L. : Que représente, en matière de coûts et de recettes, le développement de la RTBF sur Internet ?

S.B. : Je ne peux pas vous donner de chiffres précis car nous ne sommes pas autorisés à le faire mais par contre c'est vrai que par rapport à un budget télévision, c'est sans commune mesure. Internet ce n'est pas encore le même budget...

E.L. : Pourquoi la RTBF développe-t-elle des activités de « presse écrite en ligne » et d'autres services tels que des offres d'emploi, de la nécrologie,... alors que cela, d'une part n'est pas prévu dans son décret statutaire et, d'autre part, constitue le core business des éditeurs de presse écrite qui eux ne sont (presque) pas subventionnés ?

S.B. : Le concept même de « presse écrite en ligne » pour nous n'existe pas. Il a été inventé dans une procédure juridique qui vient des éditeurs de presse. Pour nous, nous ne faisons pas de la presse écrite en ligne, nous faisons juste de l'information en ligne. Et ça rejoint ce que je disais sur nos objectifs et notre stratégie globale d'être dans le dialogue et à l'écoute avec notre public. Nous nous devons, en tant que service public, de donner de l'information à tous nos publics, et pas seulement le public télé ou radio mais aussi le public sur internet qui s'attend à nous retrouver sur ses outils du quotidien, sur sa tablette ou son iPhone. Il est vraiment naturel pour nous d'être là, car notre mission c'est informer, éduquer et divertir et ce n'est pas uniquement sur la tv et la radio mais aussi sur tous ces nouveaux supports dont fait partie le site info et les sites internet de la RTBF en général. Pour nous, c'est plutôt une aberration d'utiliser ce terme. C'est vrai que nous avons un site de services dont la bourse, les offres d'emploi, ce genre de choses et oui ça fait partie des services que nous estimons être additionnels au service d'info.

E.L. : Est-il normal que la RTBF fasse de la publicité sur internet alors qu'elle bénéficie d'une subvention ?

S.B. : Dans le nouveau contrat de gestion, la subvention a été réduite et fait que la publicité est un mal nécessaire. Si l'on nous dit demain que l'on augmente la dotation et qu'il n'y a plus de publicité, nous serons très heureux, c'est encore mieux.

Mais si on prend l'exemple français avec France télévision, finalement nous avons vu que pour France télévision, le fait de ne plus faire de publicité, ça déstructurerait plutôt le marché. Ça n'a été favorable ni pour les privés, ni pour TF1, ni pour les autres secteurs. Finalement, le marché publicitaire en Belgique est tellement minime que les revenus publicitaires de la RTBF par rapport aux revenus publicitaires de Google ou de Facebook sont incomparables. Ce n'est pas parce que nous allons tout à coup arrêter la publicité à la RTBF que cela va changer quelque chose pour le marché. Et en plus, en France qui est un marché un peu plus développé, ça l'a plutôt déstructuré. C'est tellement petit par rapport à tout le reste que ça ne changera rien.

E.L. : Pourquoi ne pas monétiser une partie du contenu d'information pour permettre aux autres acteurs privés d'établir, eux aussi, des modèles payants ?

S.B. : C'est un point de vue d'acteurs privés. Notre rôle, c'est d'être accessible pour tous les publics ce qui veut dire que nous devons être gratuits. Nous avons fait un test avec l'application « Tv nomade », une application sur tablette qui permettait de voir en direct les chaînes télé et de remonter 24h dans le temps directement et qui était payante mais elle n'a pas du tout fonctionné et après un an nous avons dû l'arrêter. Il est dans notre rôle de service public d'être accessible pour tous. Il est important que nous soyons gratuits et en plus l'objectif du service public, ce n'est pas de faire ce que veut le privé mais de faire en sorte de répondre à son rôle de service public pour son public.

Il y a sans doute un juste milieu mais ce que demandent les éditeurs actuellement est disproportionné car c'est uniquement en fonction de leur contrainte à 100% et sans tenir compte de nos propres contraintes à nous et de ce que nous devons faire en tant que service public.

En tout cas, on tient au gratuit et au fait de répondre à nos missions avant tout.

E.L.: Où en est le projet de créer un site d'information régionale en partenariat avec les télévisions locales ?

S.B.: Nous sommes dans des discussions préalables, il n'y a encore rien de concret.

