

La Libre Belgique (Aurélie Moreau), publié le vendredi 01 mai 2015

La RTBF est-elle en danger? Quelles perspectives pour 2015? Rencontre avec Jean-Paul Philippot

Entretien: Pierre-François Lovens et Aurélie Moreau Publié le vendredi 01 mai 2015 à 17h01 - Mis à jour le vendredi 01 mai 2015 à 19h12



“Face aux acteurs internationaux, on a plus à gagner en travaillant ensemble que séparément”, lance M. Philippot, administrateur général de la RTBF. Il en va du pluralisme des médias en Belgique francophone, dit-il. Il tend la main aux éditeurs et demande au législateur d’intervenir.

PORTRAIT

Inconnu du grand public et du secteur des médias lors de son arrivée à la tête de la RTBF, le 18 février 2002, Jean-Paul Philippot est devenu une personnalité incontournable du paysage audiovisuel de la Communauté française. Cela fait treize ans qu’il pilote la radio-télévision de service public. Il faut remonter à l’INR, et au début du

long règne de Robert Wangermée, pour trouver un administrateur général avec un bail aussi long. Un moment cité chez Belgacom suite à la révocation de Didier Bellens, M.Philippot a été prolongé l'année dernière pour un troisième mandat de six ans. Il devrait donc encore être aux commandes du paquebot Reyers jusqu'en 2020. Une année qui coïncidera, si tout se passe comme prévu, avec le début du déménagement vers le nouveau siège de la RTBF (construit à l'arrière du bâtiment actuel).

Treize ans après sa prise de fonction, et quelques réformes et plans d'économies plus tard, Jean-Paul Philippot ne semble en rien lassé par sa mission. "J'ai une chance assez insolente d'être dans un secteur en profonde mutation. J'aime quand ça bouge!", confie ce passionné de la mer et de sports nautiques. Homme de gestion avant d'être homme de médias, ce "Solvayman" a dû surmonter quelques tempêtes. Mais le capitaine sait où il va. Qu'on l'apprecie ou non, d'aucuns lui reconnaissent une très bonne maîtrise de ses dossiers. Et si défaut il y a, c'est sans doute dans cette obstination à vouloir, de temps à autre, avoir raison contre les autres en niant certaines évidences.

"JPP" va de l'avant. Contre vents et marées, il impose sa marque à une entreprise qui doit composer avec un actionnaire public et un univers des médias en pleine mutation technologique. Le fait de savoir où il sera demain n'est pas le genre de question qu'il se pose. "On verra, dit-il avec un large sourire. Mais, pour l'instant, j'ai encore pas mal de projets à mener. Il convient aussi de rester humble et de construire pour d'autres".

INTERVIEW

-> Bilan 2014

Quelle a été votre principale satisfaction de 2014? Et votre principal regret?

Sur un plan entrepreneurial, ce fut une année assez difficile dans la mesure où la RTBF a dû faire des économies supplémentaires. Nos comptes seront clôturés la semaine prochaine, mais on devrait être en ligne, voire même légèrement au-dessus, de nos objectifs. De ce point de vue, c'est une satisfaction.

Sur un plan éditorial, j'ai plusieurs sources de satisfaction. Nous avons réussi deux grands rendez-vous, qui étaient la couverture des débats et des enjeux électoraux, d'une part, et la couverture mémorielle de 14-18. Dans les deux cas, notre ambition éditoriale était notamment de pouvoir s'adresser au plus grand nombre de personnes. Pour la première fois, on a développé une couverture éditoriale intégrant radio, télévision et Internet. Ce fut une réussite dans la mesure où, dans les deux cas, on a pu toucher un public à la fois plus nombreux et plus diversifié, avec la volonté de donner aux citoyens les clés de compréhension.

J'épinglerai une troisième satisfaction: c'est la diffusion de notre série belge "Esprit de famille".

Laquelle, c'est le moins qu'on puisse dire, n'a pas rassemblé un large public...

C'est exact, mais ce n'était que le premier jalon d'une aventure que nous avons lancée voici quelques années. L'ambition est de créer un volume et un rythme de production de séries locales, et de les faire exister à l'écran de façon régulière. Alors, ça n'a pas été un succès d'audience, mais c'est déjà un succès d'avoir amené cette série belge à l'antenne.

Vous ne baissez donc pas les bras?

Sûrement pas! Trois autres séries sont d'ores et déjà en chantier. On va se donner le temps d'apprendre et de nous améliorer. On fera les comptes plus tard, notamment en termes d'audiences.

C'est un coût budgétaire important?

Un épisode d'"Esprit de famille" vaut de l'ordre de 250 000 euros, soit 1,5 million pour une saison de six épisodes. Budgétairement, c'est sans commune mesure avec l'achat et la diffusion d'une série américaine à succès comme "Game of Thrones", qui nous revient environ à 25 000 euros par épisode. Dix fois moins, donc. Mais si nous en restions à un raisonnement purement budgétaire, il n'y aurait tout simplement plus d'audiovisuel en Europe. Ce n'est évidemment pas notre objectif et c'est pourquoi nous investissons dans notre ancrage local.

Vous ne citez pas, parmi vos satisfactions, les grosses audiences enregistrées, en juin et juillet, lors de la Coupe du monde de football au Brésil.

C'est bien entendu une grosse satisfaction. On ne s'attendait pas à un tel succès. Mais au-delà des audiences et du travail abattu par nos équipes, j'ai surtout apprécié la mise en place au Brésil, dans un environnement très coûteux, d'une équipe de production mixte VRT-RTBF.

Ce fut une opération rentable?

Les coûts, c'est-à-dire l'acquisition des droits et les frais de production au Brésil, étaient forcément élevés. Du côté des recettes, nous avons pu engranger des revenus publicitaires supérieurs à la croissance du marché en 2014. Quand je fais le bilan, l'équation "Brésil 2014" est certainement équilibrée. Mais, au-delà des chiffres, cette Coupe du monde a permis à la RTBF d'être associée à un grand moment d'émotion et de fierté des Belges francophones. Et ça, c'est de l'investissement durable.

Votre principal regret de 2014?

On les oublie plus vite (rires). Je parlerais plutôt d'une insatisfaction. C'est lié à la mise à l'antenne de certains formats n'ayant pas atteint les objectifs que nous escomptions. Des divertissements, des fictions, ... Je reprenais l'exemple de la série "Esprit de famille". C'est à la fois une satisfaction, mais aussi une déception au regard des enthousiasmes et des efforts déployés.

Vous ne regrettez donc pas d'avoir pris la décision d'arrêter le magazine culturel "50° Nord"...

On parle de 2014. L'émission s'est arrêtée le 1er janvier 2015.

La décision a été prise en 2014.

D'accord. Mais on ouvre là un autre champ. Je regrette bien évidemment, de façon plus large, d'avoir été contraint une fois de plus, en 2014, de faire des économies supplémentaires qui n'étaient pas prévues dans le contrat de gestion signé fin 2012. De toute façon, nous avons pris la décision depuis plusieurs mois de changer "50 degrés nord" qui, je le rappelle, avait été mis à l'antenne en septembre 2006. L'émission était arrivée au bout de son histoire. Elle a eu deux grands mérites. Un: démontrer qu'on peut faire un magazine culturel quotidien en Communauté française. Il y a de la matière pour le faire. Deux: démontrer la capacité de la RTBF à promouvoir cette chaîne Arte Belgique.

"50° Nord" était donc condamnée à disparaître indépendamment de ces économies supplémentaires imposées par le gouvernement de la Communauté française durant l'été 2014?

Oui, mais aussi de relancer un appel à projets pour une émission culturelle quotidienne.

La meilleure preuve est que nous allons puiser dans nos moyens pour relancer toute une série de nouveaux projets culturels.

-> Perspectives 2015

A combien se chiffrent les économies en 2015?

Le plan d'économies lié à notre contrat de gestion prévoit 6,4 millions euros, après 5,6 millions en 2014. S'y ajoute, dans le cadre des nouvelles économies imposées en 2014, un montant de 5,9 millions en 2015. Mais c'est donc bien en plus des 6,4 millions déjà prévus. Ce sera 7,1 millions en 2016 et 8,5 millions en 2017, des montants qui, là aussi, s'ajoutent à des économies de 6,4 millions tant en 2016 qu'en 2017.

Où allez-vous faire ces économies?

Nous avons fait le choix de ne pas faire peser le poids de ce nouveau round d'économies sur le personnel. Notre personnel a déjà été lourdement impacté par les plans d'économies précédents. J'ai conclu un accord social, en avril 2013, qui prévoit une réduction de nos effectifs. Je n'irai pas au-delà de cet accord. Cela signifie que nous nous dirigeons vers 1980 équivalents temps plein. Nous devons donc faire ces économies dans les programmes et dans les achats de droit.

Il y a notamment les droits sportifs. Le contrat de la Formule 1, par exemple, arrive à échéance à la fin de cette saison. Vous allez y renoncer?

Nous avons revu nos priorités en matière de droits sportifs de façon assez drastique, en nous fixant des plafonds au-delà desquels nous n'irons pas. Mais cela vaut pour tous nos droits sportifs, la F1 comprise. Je n'en dirai pas davantage à ce stade. La seule certitude est qu'une partie de nos économies se fera dans les droits sportifs.

-> RTBF et Culture

Regrettez-vous votre déclaration, faite en 2014, selon laquelle la culture ne serait pas faite pour le "prime time"?

Quand j'ai vu ce titre dans le journal qui m'avait interrogé, j'ai été le premier à être

extrêmement choqué. J'avais alors essayé d'expliquer que le "prime time" répond à un certain nombre d'attentes du public et que certains types de magazine culturel ne sont pas faits pour le "prime time". Ca ne signifie évidemment pas qu'il n'y a pas de place pour la culture en "prime time". La preuve en est que nous avons par exemple, sur La deux, un magazine de cinéma en "prime time". Et, que je sache, le cinéma fait partie de la culture. Mais quand on veut mettre de la culture en "prime", il faut travailler avec les codes et les ambitions inhérents à cette tranche horaire. Le "prime time", c'est l'auditoire le plus large qui est en attente d'un certain nombre de choses. Et qui a le choix en termes de concurrence, ce que nous ne pouvons évidemment pas ignorer.

"The Voice" n'est tout de même pas un programme culturel?

Certainement pas. Mais quand nous retransmettons un concert le 27 septembre sur la Grand-Place de Bruxelles. Ou quand nous retransmettons le Concours Reine Elisabeth en direct en prime time sur La Trois. Ou bien l'ouverture de Mons 2015 en prime time le samedi soir sur La une. Là, nous sommes bien dans le registre de la culture, avec la volonté de faire partager au plus nombre des événements culturels en suscitant la curiosité des téléspectateurs, mais en respectant les codes propres à des heures de grande écoute.

Dans la nouvelle offre de rendez-vous culturels récurrents, on ne voit toutefois rien sur La une en prime time...

Remettons les choses en perspective. Nous sommes confrontés à la suppression d'une émission sur Arte Belgique. A cette occasion là, nous ne remettons pas en question toute notre offre culturelle, mais bien à remplacer "50 degrés nord". Nous allons donc mettre à l'écran une nouvelle émission, "L'Invitation", certes avec moins d'ambition, mais nous avons aussi moins de moyens. Cette nouvelle émission sera diffusée quotidiennement en "prime time" sur La trois à partir du mois de juin. C'est-à-dire une chaîne qui fait plus d'audience et bénéficie d'un recrutement plus large de téléspectateurs. Le recrutement, c'est le nombre de personnes différentes qui regardent une chaîne. Sur Arte Belgique, actuellement, c'est 519000 personnes par jour en semaine; La trois, c'est 741000. C'est donc 40% de plus.

N'aurait-on pas pu regrouper l'ensemble des moyens dédiés aux différents rendez-vous culturels pour bâtir un grand rendez-vous en "prime time" sur La une?

Le "prime time" n'est pas une sorte de Graal qui se décroche... C'est un moment très contraignant. Mettre à l'écran une émission qui ne rencontre pas son public, c'est

d'abord sacrifier, avant tout autre chose, la thématique de l'émission. Alors, on nous met parfois en opposition avec le monde de la culture en disant que nous sommes dans un antagonisme. C'est faux! La culture fait partie de l'ADN et de l'ambition de la RTBF. Nous faisons en sorte de créer des espaces d'expression pour tous ceux qui créent en Belgique francophone, avec l'objectif de donner l'envie aux téléspectateurs d'aller les voir ou les écouter.

Vous comprenez tout de même les regrets du secteur culturel pour qui, un recrutement de 700000 nouvelles personnes sur La trois ne vaut pas les centaines de milliers de téléspectateurs de La une.

On remplace quoi par quoi ? On remplace une émission qui avait des tas de qualité et son public, mais qu'on a dû arrêter faute de moyens. Si j'avais les moyens, on ne serait pas en train d'en discuter. On la remplace tout de même par une autre émission dont on conserve le caractère "rendez-vous" pour fidéliser et on la met sur une chaîne qui augmente mécaniquement de 40 % le potentiel de recrutement. Ce que nous essayons aussi de faire, c'est de la promotion avec une autre émission qui sera diffusée tous les jours sur La deux. C'est une fenêtre de promotion supplémentaire quotidienne et qui permet de multiplier un peu les rendez-vous. Est-ce que ce sera la même chose ? Non. Est-ce que l'on parlera de la même manière ? Non. Mais va-t-on sur une base quotidienne, avec l'offre que nous proposons déjà, toucher un public francophone plus large avec des rendez-vous sur des événements culturels francophones ? Oui. Est-ce satisfaisant ? Non. A-t-on d'autres envies et d'autres ambitions ? Oui, évidemment . Nous n'avons rien enlever ailleurs. Tout n'est certainement pas parfait. J'entends les revendications du monde culturel et on va évidemment en tenir compte dans le futur.

C'est quoi au juste le problème entre la RTBF et le monde de la culture? Vous avez l'air de dire qu'il n'y a pas d'antagonisme, mais même la ministre de la Culture, Joëlle Milquet, a dit qu'il fallait que la RTBF ait une émission culturelle en "prime time" sur La une...

Dans les pays modernes, l'audiovisuel public développe sa politique éditoriale indépendamment...

C'est un rappel destiné à Madame Milquet ?

Non, c'est un rappel à tout le monde. Nous sommes tous des professionnels, à commencer par Madame la ministre. Mais chacun doit être responsable dans les domaines d'activité qui sont les siens. Le monde de la culture est pour l'instant en doute

et sous pression. Économiquement, le monde de la culture voit ses revenus diminuer alors que ses charges augmentent. Il est en doute comme nous sommes en doute parce que les nouveaux outils, les nouvelles manières de consommer perturbent tout le monde. C'est clair qu'il y a des craintes que nous partageons quant au futur proche. Dans ces moments-là, on souhaite pouvoir compter sur un soutien accru.

Y a-t-il une véritable concertation ?

On les écoute et on continuera à les écouter. Là où nous ne sommes pas antagonistes, c'est au niveau des valeurs que nous partageons à commencer par une conviction personnelle et que je partage avec l'ensemble de la boîte c'est que la culture est consubstantielle de la démocratie, de la diversité, du développement personnel et collectif.

La RTBF restera donc un vecteur important de culture ?

Oui, elle doit l'être. Je partage la frustration de voir que ces dix dernières années, sous le prétexte de la crise économique, on a banni la culture. Ce n'est pas seulement les politiques ou la Fédération car si vous prenez le propos politique et publique en général, le mot culture est bien moins présent qu'il y a 20 ou 30 ans.

L'offre présentée lors de la première réunion avec le monde de la culture a-t-elle été modifiée pour répondre aux attentes du secteur ?

On a présenté ce qui allait remplacer "50°Nord". Nous n'avons pas présenté toute l'offre de la RTBF et nous n'avons pas présenté quelque chose de statique. On a convenu que nous allions le lancer, voir comment ça allait marcher et en faire ensemble, l'évaluation.

Il s'agit donc davantage d'un processus d'évaluation mais pas de concertation.

Nous avons présenté quelque chose mais quand on arrête une émission pour des raisons budgétaires, on est pressé d'avoir une émission nouvelle à présenter. Il y a des professionnels, chez nous, qui ont planché sur la chose. Cette émission ne résume pas l'offre culturelle à la RTBF.

Les représentants des “arts de la scène” se sentent sous-représentés...

Personne ne connaît le contenu de cette nouvelle émission (“L'Invitation”, NdlR). “50° Nord” n'était pas consacrée spécifiquement aux arts de la scène. Je ne dis pas que la nouvelle émission remplira toutes les fonctions, mais le cahier des charges de l'émission est un cahier des charges tout aussi éclectique. On parlera donc aussi des arts de la scène. Jugeons sur pièce. La lancer avant les vacances, ça nous permettra d'avoir les premières réactions à chaud pour ajuster à la rentrée de septembre. Il se peut aussi qu'à la rentrée, on lance quelque chose d'événementiel ou de plus récurrent. Mais c'est trop tôt pour en parler maintenant.

Lors de cette première réunion, il aurait par ailleurs été signifié au secteur de la culture que le développement de la pensée était incompatible avec la télévision...

C'est totalement faux! Le débat qu'il y a eu, et c'est un choix éditorial de notre part, c'est de dire que, dans “L'invitation”, nous souhaitons donner envie à un public qui n'est pas acquis à l'idée d'aller voir le spectacle dont il est question. On aurait pu faire un autre choix, et c'est ce qu'aurait sans doute souhaité les gens autour de la table, et mettre une émission qui mette en évidence les acteurs et les artistes. Ça a déjà sa place chez nous quand Edmond Blattchen invite quelqu'un et lui consacre un temps long. La télévision publique ne doit s'interdire aucun genre. Elle doit faire du divertissement, du sport, de la culture, etc., mais elle doit le faire dans une perspective éditoriale plus large qui est celle de l'enrichissement individuel, pour que chaque téléspectateur, auditeur, internaute devienne un citoyen actif.

En parlant justement d'Edmond Blattchen, il semblerait que son émission soit clairement menacée. “Noms de dieux” disparaîtra d'ici la fin de la saison?

Edmond Blattchen a dépassé aujourd'hui 65 ans. Ca, c'est une réalité biologique. Pour exprimer clairement notre volonté de pérenniser les choses, nous avons demandé à Edmond Blattchen de poursuivre jusqu'à la 200e, soit au-delà de ses 65 ans. Se posera ensuite la question de savoir ce que devient “Noms de dieux” en tant que rendez-vous de fond, qui permette de mettre en évidence une personnalité dans un moment long. L'enjeu éditorial, c'est comment continuer à assumer cette valeur ajoutée éditoriale. Et on va continuer à le faire.

Donc, “Noms de dieux” ne s'arrêtera pas ?

Ce sera peut-être autre chose que “Noms de dieux”. Parce que “Noms de dieux”, c'est

Edmond Blatchen. On doit voir comment on peut poursuivre. Un exemple : le “Jardin extraordinaire”. A un moment donné, Claudine Brasseur, qui représentait l'émission, est arrivée au bout de son projet et Tanguy Dumortier est venu avec une autre ambition, une autre dynamique, tout en gardant le nom de l'émission. Sur les antennes de la RTBF, il y a la place et la nécessité de maintenir ce type de rendez-vous. Ca, ça va continuer. Il n'a jamais été question de l'arrêter.

-> RTBF, éditeurs et opérateurs télécoms

Quel est l'état de vos relations avec les éditeurs de presse ?

Ce sont des confrères et des consœurs qui contribuent, comme nous, à un des autres piliers de la démocratie que constitue le pluralisme. Se trouver dans une situation d'opposition n'est probablement pas la meilleure façon de garantir la pérennité de ce pluralisme. On a connu un long hiver juridique. Ce n'était pas notre volonté. Il y avait deux litiges très importants. Le premier : le tribunal de commerce. On a eu gain de cause. Le second : la Commission européenne. La mission de service public, et l'usage que l'on fait des fonds publics, correspond bien au cadre européen. Et l'Europe a fait une évaluation bien plus large que l'aspect du litige. Elle a regardé l'ensemble de la mission de la RTBF, l'ensemble du financement de la RTBF et l'usage que l'on en faisait dans le cadre de nos missions de service public. Au bout de cette analyse, longue, elle a dit, à deux exceptions près, qu'il n'y avait pas d'erreurs, de fautes. En revanche, il convenait de mieux préciser certaines choses, à savoir notre cahier des charges, qui donne probablement trop d'autonomie à l'entreprise par rapport à vos missions de service public. Et le législateur belge a modifié notre contrat de gestion pour fixer, de manière plus précise, le cadre et donner moins de latitude pour en sortir. Est-ce que je préfère avoir un cadre moins défini et plus de latitude ? Oui.

Mais, dans le même temps, on vous a donné aussi plus de latitude sur le plan commercial et publicitaire (placements de produits, médicaments, etc.). Vous n'êtes donc pas tout à fait perdant.

Je n'ai pas dit que nous étions perdants ou gagnants. On a juste redéfini le cadre. Cette démarche a une grande vertu : elle supprime les interprétations et les zones d'incertitudes. On a aujourd'hui plus de sécurité juridique et ceci prime sur les degrés de liberté. Les règles sont plus précises. Nous en sommes donc revenus au point de départ : comment pouvons-nous collaborer ensemble pour que le pluralisme soit mieux garanti ?

Tout est oublié ? Vous tendez à nouveau la main ?

Oui, bien sûr.

Vous vous êtes remis autour de la table pour discuter avec les éditeurs?

Non, pas encore de manière formelle.

Mais on va vers un apaisement et d'éventuels collaborations ?

Il faut être plusieurs pour s'entendre. Ce que je vois, c'est que les menaces extérieures sont plus présentes et tangibles que les menaces intérieures. Bombardés par tous ces acteurs internationaux, nous avons plus à gagner en travaillant ensemble que séparément.

C'est un discours tenu par Daniel Weekers (Be TV/Voo) en matière de diffusion de contenus non linéaires, de plateformes de vidéos à la demande (VoD).

Il a une belle connaissance de l'évolution mondiale des choses.

Vous avez entendu son appel visant à créer une plateforme ?

Je n'ai encore reçu aucune invitation.

Vous vous inscrivez dans la logique préconisée par M.Weekers ?

Je n'ai pas de réserve, mais c'est plus facile quand on fait les mêmes métiers. Avec les éditeurs de presse, on est dans le même panier, celui de la production de contenus. Avec les opérateurs de réseau, on est dans deux types de business différents.

Mais on parle de plus en plus de convergences. Telenet, par exemple, devient distributeur et éditeur de contenus.

C'est un vrai sujet de préoccupation.

Dans tout le mouvement (belge, européen et mondial) de consolidation des acteurs médias et télécoms, la RTBF se sent-elle en péril ?

Je constate qu'au niveau des grands domaines et des grands marchés, il y a de moins en moins d'acteurs. Ce n'est pas un grand progrès en termes de diversité et de pluralisme. Ca doit être aujourd'hui un sujet de préoccupation pour le législateur. Comme l'étaient hier les questions de concentration dans le secteur de la presse. Souvenez-vous des débats en France, il y a 20 ou 30 ans. La préoccupation était de garantir qu'il y ait plusieurs actionnaires de différents titres. Aujourd'hui, la situation est analogue mais elle est devenue mondiale, dans le secteur de la presse écrite et de l'audiovisuel. Avec deux nuances : les acteurs font aujourd'hui plusieurs métiers et les acteurs ont une masse financière, et une taille économique, qui les rendent parfois bien plus puissants que les Etats. Les questions de pluralisme et de concurrence loyale entre tous les acteurs est bien plus forte qu'il y a 10 ans.

Quand un Netflix débarque sans obligations ni contraintes en étant basé au Luxembourg...

Mais Netflix, c'est un nain comparé à Amazon, Google, Youtube, etc.

Vous dites donc au législateur d'intervenir?

Il y a des questions qui étaient des priorités il y a 30 ans et qu'il convient aujourd'hui à nouveau de considérer comme prioritaires.

La RTBF est en danger ?

Le premier des périls, c'est de ne plus être audible, accessible. On avait inventé, pour les acteurs audiovisuels, le "must carry". Pour la presse écrite, on avait mis en place les messageries de la presse, des tarifs postaux favorables, etc. Ces conditions faisaient que tous les acteurs avaient une chance égale de toucher le public. Aujourd'hui, dans le monde de l'économie digitale, paradoxalement, c'est beaucoup moins le cas. Et le risque que, demain, ce soit encore moins le cas est plus élevé. Le pluralisme, c'est d'avoir le choix. C'est ça l'enjeu. Pour en revenir aux éditeurs de presse, il faut dépasser la concurrence et se demander ce qui pourrait rendre nos contenus plus riches et plus accessibles. On discutera ensuite de ce qu'il faut faire payer.

La VOD et la consommation non linéaire de contenus explosent. Quel rôle veut jouer la RTBF dans ce monde-là ?

Nous devons nous préparer et faire des progrès. Que nous apprend Netflix ? Il nous donne une énorme leçon d'humilité du point de vue de l'ergonomie. Netflix, c'est un truc facile à utiliser. C'est une plateforme qui a été développée par des gens qui regardent la télé. L'objectif de la RTBF, en 2015 et 2016, c'est de rendre plus agréable, facile, limpide, l'accès à nos contenus sur les plateformes non linéaires, avec une ambition qui est d'étonner et de donner le goût de voir ou revoir des contenus qu'on n'aurait a priori pas cherché.

Et quelle serait cette plateforme ? Vike, que vous avez initié l'an dernier avec votre régie publicitaire, la RMB, est un échec.

Vike n'a pas rencontré son public.

Pour vous, Vike, c'est terminé ?

Oui, en tout cas dans la forme actuelle. Mais Vike est en train d'évoluer. Peut-être qu'on travaillera avec un partenaire. Mais, individuellement, c'est terminé. L'expérience accumulée grâce à Vike est toutefois précieuse.

A quelle plateforme pensez-vous quand vous dites que vous voulez les améliorer en 2015 et 2016 ?

On a plein de choses. Il y a le "Live center", RTBF/Video, Voo, Proximus, etc.

Quand vous voyez Telenet qui cumule les métiers, et qui s'associe à un opérateur mobile, vous ne pensez pas que la RTBF...

Doive se payer un opérateur mobile ? Proximus, par exemple ? Sérieusement, non.

Avec Voo, Mobistar, ... il n'y a pas des choses à faire du côté francophone ?

Il y a des choses à faire. Dans le mouvement que Telenet opère, la zone de risque, c'est pas tant le rachat de Base mais de Vijf TV. Parce que, là, on change le paradigme, on bouscule complètement l'écosystème.