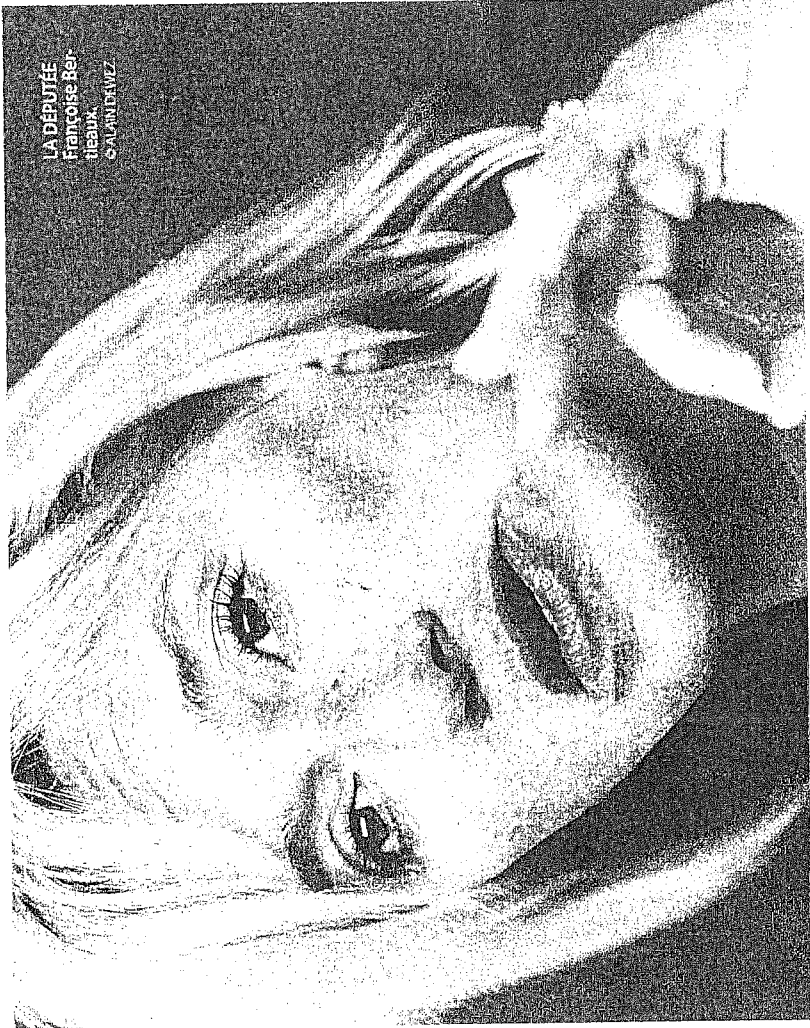


Communauté / Bertieaux (MR) dénonce les frais de communication de l'exécutif  
**« La RTBF est subsidiée deux fois »**



LA DÉPUTÉE  
 Françoise Bertieaux  
 © SALVADOR

ESSENTIEL

- La chef de groupe pointe des dépenses de communication du gouvernement de la Communauté française.
- Notamment au profit de la RTBF qui reçoit pourtant une dotation.
- Aux dépens des économies annoncées.

Les ministres du gouvernement de la Communauté française pensent-ils davantage à communiquer qu'à mener leurs dossiers à bien ? La députée Françoise Bertieaux (MR, opposition) ne dit pas cela, mais, chiffres à l'appui, elle s'étonne en tout cas du coût d'une série de campagnes d'information de certains d'entre eux et, plus encore, parfois, de leur objet.

Ses collaborateurs ont analysé les communications gouvernementales et de leur coût depuis la fin 2009 jusqu'à juin 2012. Le champion toutes catégories est le ministre-président Rudy Demotte (PS), sans doute aussi parce que, précisément, il prend en charge une série de campagnes de communication du gouvernement dans son ensemble. On arrive ainsi à un total de plus de 3,5 millions d'euros.

Pour Françoise Bertieaux, « ces chiffres sont énormes » mais ce que la chef de groupe MR dénonce plus encore, c'est le fait que « certaines campagnes sont en fait des subvides déguisés ». La députée libérale songe plus particulièrement à un cas précis, récurrent, et qui concerne le financement par le gouvernement de campagnes de communication à la RTBF : « Ce qui est anormal, c'est que la RTBF reçoit déjà une dotation, qui, en principe, couvre ce type de missions ».

Françoise Bertieaux épingle ainsi une dépense de 255.450 euros, en mars dernier, venant du cabinet Demotte et visant à « renforcer la notoriété du nom Fédération Wallonie-Bruxelles », anciennement appelée Communauté française, ou le partenariat RTBF pour le Bean Vélo de Ravel (81.000 euros, mars 2012), noué par le cabinet Antoine.

« La dotation de la RTBF s'élève à 215 millions d'euros, rappelle le Françoise Bertieaux. C'est quasiment la moitié du budget Culture. Elle reçoit aussi des recettes de

la publicité. Il s'agit, ici, clairement de subvides déguisés. Comme l'édito au quotidien L'Avenir de Fadhila Laanan (PS). (NDLR : 113.836 euros en juin 2012) dans le cadre d'un supplément sur les musées et les centres d'art, est une aide à la presse déguisée. C'est une chose de faire des brochures sur la santé, par exemple, qui peuvent être des outils pédagogiques intéressants mais on voit bien qu'il s'agit là des postes les moins importants ».

Françoise Bertieaux condamne d'autant plus ces « dérapa-

ges » que certains d'entre eux sont survenus depuis le mois de mars dernier alors que le gouvernement de la Communauté française s'était engagé à réduire les dépenses non organiques et hors personnel, dont fait partie la communication, de 3,8 %. Ainsi, depuis mars, le montant total de la communication s'élevait, pour le gouvernement de la Communauté française, à 793.465 euros. On arriverait à un montant de « seulement » 318.179 euros si on soustrait du montant total les « subvides » et « aides à la presse » « dé-

FABRICE VOOGT

**Le classement**  
 En deux ans et demi, le ministre-président Rudy Demotte (PS) a dépensé 3,5 millions d'euros pour la communication. Il devance le ministre des Sports André Antoine (CDH, 1,9 million), la ministre de la Culture Fadhila Laanan (PS, 1 million), la ministre de l'Enseignement obligatoire, Marie-Dominique Simonet (CDH, 0,4 million), le ministre de l'Enseignement supérieur, Jean-Claude Marcourt (PS, 0,16 million) et la ministre de la Jeunesse, Evelynne Huytebroeck (Ecolo, 0,14 million). Aucune dépense de communication n'a été attribuée au ministre Nollet.

**Demotte réagit**

Le cabinet Demotte, en guise de commentaire, renvoie à une réponse parlementaire du 29 mai dernier dans laquelle le ministre-président expliquait qu'« on peut, certes, nourrir sans cesse un débat sur l'opportunité de mener ou non des campagnes de communication », mais que « l'important » est que les pratiques soient contrôlées. Et, pour cela, « la FWB comme la Wallonie se sont dotées, de la réglementation la plus stricte du pays. Au-delà, le seul juge de l'action, positive ou non, d'un gouvernement reste, in fine, la population qui, par son vote, exerce son contrôle démocratique souverain ».

**Sanctions**

La commission de contrôle peut rendre un avis négatif dans le cas où la communication ou la campagne vise, en tout ou en partie, la promotion de l'image personnelle d'un des membres du gouvernement, selon une gradation qui va du blâme au remboursement du coût total de la communication.

F.V.