

Résultats de l'enquête sectorielle du CSA relative à l'impact des mesures de confinement sur les services de médias audiovisuels belges.

---

## **SYNTHÈSE DU RAPPORT PAR SECTEUR**

### **Radios privées en réseau et indépendantes : un impact économique conséquent pour les radios en réseau et des inquiétudes exprimées par les radios indépendantes sur la transition numérique**

Le rapport du CSA traduit un contexte difficilement tenable pour les radios privées qui dépendent uniquement de revenus publicitaires. D'un côté, les radios sont fortement sollicitées par leur public<sup>1</sup> et doivent maintenir une activité en flux tendu. De l'autre, on observe [08] une baisse importante de leurs revenus et des inquiétudes exprimées par une majorité d'acteurs si les mesures devaient se prolonger sur la durée.

*Les radios en réseau et les radios indépendantes* qui dépendent des revenus publicitaires sont les plus touchées. On observe une chute des revenus de 80 % en moyenne pour les acteurs de petites tailles et de 50 % pour les acteurs de plus grande envergure.

La situation est plus nuancée pour les *radios indépendantes* dont le modèle économique n'est pas systématiquement basé sur les revenus publicitaires, même si 81 % d'entre elles voient leurs revenus impactés par la crise sanitaire.

Si 44 % des radios indépendantes ayant participé à l'enquête redoutent une diminution du soutien des pouvoirs publics dont ils bénéficient, un tiers des radios en réseau et indépendantes déclare faire face à des problèmes de liquidité les obligeant à recourir à des emprunts pour résoudre un défaut de trésorerie.

Si les conséquences économiques de la crise sont inquiétantes pour les radios privées qui dépendent des revenus publicitaires, l'impact de la crise au niveau des radios indépendantes est notamment fortement exprimé dans le contexte de la transition numérique actuelle. 69 % des radios indépendantes ayant répondu à l'enquête prévoient soit un report, soit un abandon pur et simple de leur transition vers le DAB+.

Du point de vue de la programmation, la radio a dans cette crise démontré à plus d'un titre sa

grande versatilité et la rapidité avec laquelle ce média peut s'adapter pour faire face à de nouveaux défis. Les éditeurs ont joué la carte d'une proximité renforcée avec les auditeurs en augmentant notamment les programmes de divertissement pour 56 % des radios en réseau et 33 % des radios indépendantes. Alors que s'imposait la distanciation sociale, les radios ont pu maintenir un nécessaire lien sociétal entre citoyens et les citoyennes. Si la réduction des programmes en direct est inévitable dans le contexte actuel, la totalité des radios en réseau et 56 % des radios indépendantes ont augmenté leurs programmes d'information.

Enfin, plusieurs mesures de « sortie de crise » sont évoquées par les radios. Parmi elles, l'achat par les pouvoirs publics de campagnes publicitaires, la prise en charge des coûts de diffusion relatifs à la transition de certaines radios vers le DAB+, l'allègement des obligations auxquelles les éditeurs sont soumis, ou encore la taxation des GAFA.

### **Télévisions locales: intensification des partenariats et impact sur la production de contenu**

Du côté des 12 télévisions locales, c'est la solidarité entre les acteurs qui ressort des conclusions du sondage. La crise aura poussé le secteur à se serrer les coudes davantage. 30 % des répondants annoncent que la crise a débouché sur de nouveaux partenariats ou une intensification des partenariats existants, principalement entre télévisions locales. Un éditeur cite également la mise en place d'un partenariat avec la RTBF. Ces partenariats renforcés permettent notamment l'échange de programmes entre les télévisions. L'un des répondants estime que l'intensification des échanges de programmes entre télévisions locales ne pourra bientôt plus compenser l'absence de production inédite, avec le risque d'une carence en approvisionnement de contenu.

Tout comme le secteur radio, les télévisions locales ont fortement adapté leur programmation en faveur des programmes d'information et ont fait preuve d'une grande créativité, notamment en développant de nouveaux partenariats avec les écoles pour permettre l'enseignement à domicile, en mettant en place des programmes supplémentaires pour les seniors, ou encore des programmes destinés à l'exercice physique à domicile.

L'impact économique sur les revenus publicitaires des télévisions locales varie de 30 à 100 % en fonction des répondants. La totalité des éditeurs redoutent enfin une baisse de leurs subventions, peu importe le niveau de pouvoir. Certains constatent déjà des retards dans la libération de certains subsides.

70 % des répondants se considèrent éligibles aux aides publiques annoncées par les autorités jusqu'à présent.

Certaines pistes de « sortie de crise » sont suggérées par les télévisions locales. Parmi elles, on retrouve notamment, la nécessité d'une prise en compte du cas spécifique des pigistes du secteur audiovisuel qui n'ont pas bénéficié des mêmes avantages que les salariés durant la

crise. Le lancement d'une réflexion sur la commission paritaire dont dépendent les télévisions locales afin d'améliorer leur flexibilité de gestion. Ou encore l'activation d'un soutien public au développement numérique du secteur.

## **Chaînes thématiques d'information et télévisions linéaires généralistes nationales : chiffre d'affaires et activités de production impactés**

Les télévisions linéaires généralistes nationales enregistrent une perte de leur chiffre d'affaires de -27,5 % en mars en moyenne et -57,5 % en avril. Du côté des chaînes thématiques d'information, qui représentent 67 emplois cumulés, les répondants constatent toutes un impact de la crise sanitaire sur leur chiffre d'affaires. Ils se déclarent soit en manque de liquidité soit dans l'obligation d'emprunter de l'argent pour remédier à la situation. Les chaînes thématiques se considèrent éligibles aux aides d'état annoncées par les autorités publiques jusqu'à présent.

Les revenus liés à la publicité sont ceux qui subissent les baisses les plus conséquentes, de -70% et -80% selon la chaîne depuis le début du confinement. Les autres catégories de revenus restent stables.

En balance de cette baisse de revenus, les chaînes thématiques ont vu une augmentation de leurs audiences, entre 25 % à 300 % en fonction des programmes, les points d'information en direct étant les plus suivis. Du côté des chaînes généralistes nationales, l'augmentation des audiences est également particulièrement notable pour les grands rendez-vous d'information.

À titre d'exemple, un éditeur précise que l'audience de son JT de la mi-journée a plus que doublé, que celle de son JT d'avant soirée a augmenté de 50 %, et que ses autres programmes d'information sont également plus suivis, en particulier le débat dominical dont le nombre de téléspectateurs augmente de 60 %.

Tant du côté des télévisions thématiques, que des chaînes nationales, les éditeurs se déclarent plus sollicités par leur public depuis le début du confinement. À titre d'exemple, un éditeur déclare qu'en comparaison aux 100 à 120 témoignages par jour en temps normal, leur nombre varie aujourd'hui entre 500 et 800, avec des pics à 1000 et un record à 2000 lors d'une conférence de presse du Conseil national de sécurité.

Côté accessibilité, les éditeurs affirment avoir pris des mesures particulières pour leurs programmes d'information.

Du point de vue de la programmation, les chaînes thématiques d'information déclarent avoir procédé à des modifications de programmation, principalement consécutifs à l'ajustement constant des grilles de programmes selon les développements de la crise sanitaire. La proportion de programmes en direct est restée inchangée, elle a même légèrement augmenté. Une attention plus soutenue a aussi été accordée à l'éducation permanente.

Les télévisions linéaires généralistes nationales ont également procédé à des remaniements en matière de fictions afin de privilégier les programmes rassurants. Elles accordent aussi une attention particulière accordée aux programmes pour enfants et ont augmenté leur catalogue de programmes proposés à la demande.

Les activités de production sont bien évidemment impactées par la crise. Certains tournages de magazines ont été interrompus. Un éditeur parmi les chaînes thématiques d'information chiffre les pertes occasionnées par ces interruptions entre 150 000 et 400 000 euros. Un autre éditeur signale cependant que la crise a permis la mise en place de nouveaux partenariats avec des sociétés de production locales.

Plusieurs mesures de soutien ont été formulées par les chaînes thématiques d'info, comme une réflexion sur la proportionnalité des frais de distribution, le développement d'incitants fiscaux à l'investissement publicitaire. Un éditeur déclare aussi envisager la mise en place de crowdfunding pour les médias d'information.

**Contact :**

Nele Smets  
Directrice générale adjointe du CSA  
[nele.smets@csa.be](mailto:nele.smets@csa.be)  
0486 57 87 80