

Contribution à la production audiovisuelle Exemptions sur base de l'audience

Note méthodologique (2026)

(unofficial English version below)

Dans le cadre du dispositif de contribution à la production prévue à l'article 6.1.1-1 du [décret relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de partages de vidéos](#) (ci-après « le décret SMA-SPV »)¹, le Collège d'autorisation et de contrôle (ci-après « le Collège ») est tenu de mettre en place une **méthodologie visant à permettre aux éditeurs de services télévisuels ayant une « faible audience » de bénéficier d'une exemption à l'obligation de contribution à la production audiovisuelle** (ci-après « la méthodologie »).

Pour rappel, l'article 6.1.1-1 du décret SMA-SPV stipule à cet égard que :

« (...) Par dérogation à l'alinéa 1^{er}, la contribution instituée par le présent article ne s'applique pas (...) :

5° aux services télévisuels linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 2% de l'audience totale réalisée par des services similaires sur le marché de la Communauté française durant l'année écoulée ; le Collège d'autorisation et de contrôle calcule et évalue la part d'audience par service, selon une méthodologie définie par lui et approuvée par le Gouvernement ;

6° aux services télévisuels non linéaires dont la part d'audience par service déterminé est inférieure à 1 % de l'audience totale réalisée par des services similaires sur le marché de la Communauté française durant l'année écoulée ; le Collège d'autorisation et de contrôle calcule et évalue la part d'audience par service, en distinguant les services par abonnement payant, les services accessibles sur demande transactionnelle, les services inclus dans une offre de services groupés et les services à accès gratuit, selon une méthodologie définie par lui et approuvée par le Gouvernement. (...) »

¹ Tel que modifié par le [décret du 7 décembre 2023](#), M.B., 07/02/2027.

Le Collège a décidé d'établir cette méthodologie comme suit, s'agissant respectivement de services (1) linéaires et (2) non linéaires :

1. Pour les services linéaires

Le Collège a choisi d'utiliser l'étude d'audience du CIM, qui est largement usitée et acceptée par les éditeurs de services linéaires dans le secteur.

L'indicateur « part de marché en pourcentage » – qui permet une analyse la plus fine de l'audience du service au regard de son public cible, avec un impact sur ses recettes publicitaires – est plus représentatif des conditions du marché. Le Collège utilisera dès lors cet indicateur pour mesurer l'audience d'un service au regard de l'audience totale réalisée par des services similaires.

Les données reprises ci-dessous reprennent les données du [CIM](#) pour les parts de marché en 2025, le contrôle reposant sur les données de l'année n-1.

Étude audience CIM – TV south 2025

Chaîne	Parts de marché en % sur la population totale Journée complète	Cible	Période	Part de marché en %
La Une	20,53	PRA 18-54 ans	12-26h	14,93
RTL tvi	16,33	PRA 18-54 ans	17-23h	24,27
TF1	12,59	PRA 18-54 ans	17-24h	15,68
Tipik	4,37	PRA 18-54 ans	2-26h	4,31
RTL club	3,81	PRA 18-54 ans	17-23h	6,17
AB3	2,87	PRA 18-44 ans	12-26h	5,26
TMC	2,28	PRA 18-54 ans	17-24h	2,12
RTL plug	2,08	PRA 18-54 ans	17-23h	3,94
La Trois	1,81	PRA 18-54 ans	2-26h	1,66
ABX	1,55	PRA 18-54 ans	2-26h	2,32
Les News 24	1,39	PRA 25-64 ans	2-26h	1,30
13IEME RUE FR	1,37	PRA 18-54 ans	6-26h	1,53
NATIONAL GEOGRAPHIC FR	0,73	PRA 18-54 ans	6-26h	0,80
DISNEY JUNIOR FR	0,68	4-14	6-20h	10,29
RTL district	0,58	PRA 18-54 ans	17-23h	0,64
C-STAR	0,39	PRA 18-54 ans	6-26h	0,38
SYFY FR	0,37	PRA 18-54 ans	6-26h	0,67
C8	0,36	PRA 18-54 ans	6-26h	0,33
DAZN PRO LEAGUE 1 (FR)	0,27	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,51
NICKELODEON (FR)	0,27	4-14	6-20h	5,50
MTV (FR)	0,21	PRA 18-54 ans	2-26h	0,30
PICKX+ FR	0,18	PRA 18-54 ans	6-26h	0,15
Cartoon Network (FR)	0,17	4-14	6-20h	3,54
DISNEY CHANNEL FR	0,15	4-14	6-20h	2,67
Comedy Central FR	0,12	4-14	6-20h	0,03
PICKX+ SPORT 1 FR	0,09	PRA 18-54 ans	6-26h	0,10
Trends Z (FR)	0,08	PRA 18-54 ans	6-26h	0,04
PICKX SHOWCASE FR	0,08	PRA 18-54 ans	6-26h	0,11
DAZN 1 (FR)	0,05	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,09
DAZN PRO LEAGUE 2 (FR)	0,02	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,03

Exemption pour les services linéaires

En conclusion, d'après la méthodologie mise en place et d'après les données consultables dans le tableau du CIM reprenant les parts de marché en 2025, les services linéaires ayant une audience inférieure à 2% de *part de marché en %* (colonne de droite) sont exemptés.

Pour ce type de services, aucune initiative particulière ne doit être prise par l'éditeur. Le CSA reviendra vers vous afin de vous indiquer, le cas échéant, si votre service est exempté ou non.

2. Pour les services non linéaires

Le CSA utilise la méthode de la comparaison des utilisateurs actifs à un seuil théorique qui représente 1% de l'audience en CFWB. Cette méthode est fondée sur le fait qu'un service non linéaire bénéficie d'une exemption pour faible audience si son nombre d'utilisateurs actifs est inférieur à un seuil théorique représentant un pourcentage de l'audience potentielle en CFWB.

Afin d'appliquer cette méthode, les services non linéaires devront comparer leur nombre d'utilisateurs actifs – selon les définitions reprises ci-dessus – à un seuil. Ce seuil s'élève en 2025 à 23.778 utilisateurs, ce nombre représente $\pm$ 1% des foyers en CFWB, en considérant qu'il y a un abonnement/utilisateur par foyer et deux personnes par foyer en moyenne².

Dans le cas de services non linéaires financés par la publicité (AVOD), l'audience sera définie sur base d'un nombre d'utilisateurs (uniques) moyen par mois. Si ce nombre d'utilisateurs actifs en moyenne mensuelle est inférieur au seuil, l'éditeur du service pourra bénéficier d'une dispense.

Les chiffres à considérer, afin de pouvoir solliciter une telle dispense, sont, selon le type de services non linéaires :

- Pour les services par abonnement payants (SVOD) : le nombre d'abonnés à un moment déterminé de l'année n-1 ;
- Pour les services accessibles sur demande transactionnelle (TVOD) : le nombre d'utilisateurs qui ont procédé à au moins un achat par mois, en moyenne de l'année n-1 ;
- Pour les services à accès gratuit basé sur la publicité (AVOD) : le nombre d'utilisateurs (visiteurs uniques) par mois, en moyenne de l'année n-1.

Exemption pour les services non linéaires

Dès lors, en application de la présente méthodologie, si vous estimez être en situation dérogatoire, il vous appartient d'introduire auprès du CSA une demande de dispense pour faible audience, en lui communiquant les chiffres relatifs aux utilisateurs actifs de votre ou de vos service-s afin que nous puissions les comparer au seuil d'1% fixé par le décret.

² Le seuil choisi de 0,5 % du nombre total d'habitants de la FWB est de 23.778 utilisateurs actifs, correspondant à 0,5 % de la [population totale de la FWB au 1^{er} janvier 2025](#) (4.755.669).

Nous invitons dès lors les éditeurs de services non linéaires qui estiment y avoir droit à introduire leur demande de dispense-s pour un ou plusieurs service-s pour le 15/09/2026 au plus tard par e-mail adressé à julien.jost@csa.be et media@csa.be.

Suite à l'introduction de cette demande, il sera laissé un délai jusqu'au 29/09/2026 pour fournir au CSA les éventuelles preuves chiffrées complémentaires.

En l'absence de demande de votre part avant le 15/09/2026, le CSA considèrera que votre service ne bénéficie pas d'une exemption et entre bien en considération pour l'obligation de contribution.

NB :

- 1) Les données relatives aux utilisateurs actifs ne sont demandées par le CSA qu'en cas de demande de dispense pour faible audience de la part d'un éditeur qui estime pouvoir en bénéficier.
- 2) Une dispense pour faible audience accordée pour une année ne vaut que pour l'exercice concerné et ne dispense donc pas l'éditeur de fournir les chiffres d'affaires et les documents probants lors des contrôles ultérieurs.

Contribution to audiovisual production Audience-Based Exemptions

Methodological Note

(2026)

(official French version above)

In the context of the contribution to production scheme, pursuant the article 6.1.1-1 of the [Decree on Audiovisual Media Services and Video-Sharing Platform Services](#) (hereinafter the "AVMS-VSP Decree")³, the *Collège d'autorisation et de contrôle* (hereinafter the "Board") of the CSA is required to establish a **methodology enabling services providers with a "low audience share" to apply for an exemption from the obligation to contribute to audiovisual production** (hereinafter "the Methodology").

As a reminder, the article 6.1.1-1 of the AVMS-VSP Decree stipulates in this regard that:

« (...) By way of derogation from paragraph 1, the contribution established by this Article shall not apply (...):

5° to linear television services whose audience share for a given service is less than 2% of the total audience achieved by comparable services on the market of the French Community during the preceding year; the Authorisation and Control Board shall calculate and assess the audience share of each service in accordance with a methodology defined by it and approved by the Government;

6° to non-linear television services whose audience share for a given service is less than 1% of the total audience achieved by comparable services on the market of the French Community during the preceding year; the Authorisation and Control Board shall calculate and assess the audience share of each service, distinguishing between subscription-based services, transactional on-demand services, services included in bundled service offers, and free-access services, in accordance with a methodology defined by it and approved by the Government. (...) »⁴

³ As amended by the [Decree of 7 December 2023](#), M.B., 07/02/2024.

⁴ Free translation. No official translation exists.

The Board has decided to establish the Methodology as follow, respectively for (1) linear and (2) non-linear services:

1. For linear services

The Board has chosen to use the audience measurement study conducted by the CIM, as it is widely used and accepted by the linear service providers within the sector.

The indicator “part de marché en %”, as it allows for a more refined analysis of a service’s audience in relation to its target audience, with an impact on its advertising revenues – is more representative of market conditions. The Board will use this indicator to measure the audience of a service in relation to the total audience of similar services.

The data set out below reproduces the [CIM](#) market share data for 2025, while the assessment is based on data from year n-1.

Étude audience CIM – TV south 2025

Chaîne	Parts de marché en % sur la population totale Journée complète	Cible	Période	Part de marché en %
La Une	20,53	PRA 18-54 ans	12-26h	14,93
RTL tvi	16,33	PRA 18-54 ans	17-23h	24,27
TF1	12,59	PRA 18-54 ans	17-24h	15,68
Tipik	4,37	PRA 18-54 ans	2-26h	4,31
RTL club	3,81	PRA 18-54 ans	17-23h	6,17
AB3	2,87	PRA 18-44 ans	12-26h	5,26
TMC	2,28	PRA 18-54 ans	17-24h	2,12
RTL plug	2,08	PRA 18-54 ans	17-23h	3,94
La Trois	1,81	PRA 18-54 ans	2-26h	1,66
ABX	1,55	PRA 18-54 ans	2-26h	2,32
Les News 24	1,39	PRA 25-64 ans	2-26h	1,30
13IEME RUE FR	1,37	PRA 18-54 ans	6-26h	1,53
NATIONAL GEOGRAPHIC FR	0,73	PRA 18-54 ans	6-26h	0,80
DISNEY JUNIOR FR	0,68	4-14	6-20h	10,29
RTL district	0,58	PRA 18-54 ans	17-23h	0,64
C-STAR	0,39	PRA 18-54 ans	6-26h	0,38
SYFY FR	0,37	PRA 18-54 ans	6-26h	0,67
C8	0,36	PRA 18-54 ans	6-26h	0,33
DAZN PRO LEAGUE 1 (FR)	0,27	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,51
NICKELODEON (FR)	0,27	4-14	6-20h	5,50
MTV (FR)	0,21	PRA 18-54 ans	2-26h	0,30
PICKX+ FR	0,18	PRA 18-54 ans	6-26h	0,15
Cartoon Network (FR)	0,17	4-14	6-20h	3,54
DISNEY CHANNEL FR	0,15	4-14	6-20h	2,67
Comedy Central FR	0,12	4-14	6-20h	0,03
PICKX+ SPORT 1 FR	0,09	PRA 18-54 ans	6-26h	0,10
Trends Z (FR)	0,08	PRA 18-54 ans	6-26h	0,04
PICKX SHOWCASE FR	0,08	PRA 18-54 ans	6-26h	0,11
DAZN 1 (FR)	0,05	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,09
DAZN PRO LEAGUE 2 (FR)	0,02	Hommes 18-54 ans	6-26h	0,03

Exemption for linear services

Accordingly, under the methodology adopted and based on the data available in the CIM table showing the 2025 market shares, linear services whose audience share is below 2% in terms of market share (%) (see right-hand column '*part de marché en %*') are exempt from the contribution obligation.

For linear services, no specific action is required from the service provider. The CSA will inform you, where applicable, whether your service qualifies or not for the exemption.

2. For non-linear services

The CSA applies the methodology based on comparing the number of active users with a theoretical threshold representing 1% of the audience in the CFWB. The rationale of this methodology is that a non-linear service benefit from an exemption due to a low audience if its number of active is below a theoretical threshold representing a percentage of the potential audience in the CFWB.

To apply this method, non-linear services must compare their number of active users, as defined above, with a threshold. In 2025, this threshold amounts to **23,778 users**. This number represents approximately 1% of households in the CFWB, assuming that there is one subscription or user per household on average⁵.

In the case of advertising-funded non-linear services (AVOD), the audience will be determined on the basis of the average monthly number of (unique) users. If the average number of active users per month is below the threshold, the service provider may qualify for an exemption.

The figures to be considered when applying for an exemption depend on the type of non-linear services :

- For Subscription Video on Demand services (SVOD), the number of subscribers at a specific point in year n-1;
- For Transactional Video on Demand services (TVOD), the number of users making at least one purchase per month, calculated as an annual average for year n-1;
- For Advertising Video on Demand services (AVOD), the number of users (unique visitors) per month, as an annual average for year n-1.

Exemption for non-linear services

Accordingly, under the present methodology, if you consider that you qualify for an exemption, you must submit an application to the CSA for the low-audience exemption and provide the figures relating to the active users of your service(s), so that we can assess whether they fall below the 1% threshold established by the Decree.

⁵ This threshold of 0.5% of the total population of the FWB corresponds to 23,778 active users, representing 0.5% of the total population of the FWB as of 1 January 2025 (4,755,669 inhabitants).

Non-linear service providers who believe they are eligible for exemption are therefore invited to submit their application(s) in respect of one or more services by 15 September at the latest, by email to julien.jost@csa.be and media@csa.be.

Following the submission of such an application, service providers will be granted until 29 September to provide the supporting quantitative evidence.

If no application is submitted by 15 September, the CSA will consider that the service does not benefit from an exemption and is therefore subject to the contribution obligation.

NB:

- 1) Data relating to active users are requested by the CSA only where a service provider applies for a low-audience exemption on the grounds that it considers itself eligible for such an exemption.
- 2) A low-audience exemption granted for a given year shall apply only to that reporting period and does not relieve the service provider of its obligation to provide turnover figures and supporting documents in the course of subsequent compliance reviews.
