

TF1 sème la zizanie en Belgique

TÉLÉVISION La chaîne a signé un accord avec la régie locale Transfer pour la commercialisation de décrochages publicitaires en Belgique. Les acteurs locaux craignent une déstabilisation du marché.

BRUNO FRAIOLI  @Bruno_Fraioli

C'est un serpent de mer qui remonte aux années 1980. Ce sera une réalité. Dans trois mois, TF1 ouvrira des décrochages publicitaires en Belgique francophone, où la chaîne réalise une part d'audience de 15%. «TF1 a signé avec la régie publicitaire Transfer un accord de commercialisation de ses espaces publicitaires qui débutera en septembre 2017», a annoncé le groupe dans un communiqué le 12 mai dernier. Depuis, le groupe français ne fait plus de commentaire.

10% DU MARCHÉ. Chez nos voisins, l'arrivée de TF1 dans le marché publicitaire de la Belgique francophone est vécue comme un séisme. RTL, groupe leader sur ce territoire avec environ 44% de part d'audience grâce à ses trois chaînes (RTL, Club RTL et Plug RTL), estime que TF1 pourrait récupérer 18 millions d'euros de recettes annuellement avec 19% de part d'audience. Le groupe public RTBF, qui rassemble 20% de l'audience avec trois chaînes dont deux ouvertes à la publicité, avance, lui, la somme de 15 millions. Contactée par *Stratégies*, la régie du service public RMB (Régie média belge) n'a pas souhaité s'exprimer.

Aussitôt l'annonce faite, le ministre des médias du gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, Jean-Claude Marcourt, a évoqué devant le Parlement la perspective d'un «*tremblement de terre*» pour le marché publicitaire audiovisuel belge. Dans une fourchette haute, la plus pessimiste pour les médias locaux, TF1 capterait jusqu'à 10% d'un marché estimé à 200 millions d'euros bruts. «*Oui, cette arrivée aura un*



© Stéphanie Lavoué-Pasco/TF1

impact», reconnaît Dominique Vosters, président du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), l'autorité administrative de régulation du secteur audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. «*Cela pourrait conduire à un appauvrissement des moyens pour nos chaînes. C'est une menace importante*», explique-t-il à *Stratégies*.

DISCUSSION FRANCO-BELGE. Des ressources en baisse pour les opérateurs belges, ce serait bien entendu autant d'argent en moins investi dans les programmes et la création. Les médias y ont une obligation d'investissement de 2,2% de leur chiffre d'affaires dans des œuvres francophones belges. Opérateur étranger, TF1 pourrait théoriquement y échapper. «*Jusqu'à présent, cela n'avait pas été fait, mais nous allons officiellement discuter avec le CSA français pour mettre en place des règles, car nous avons ici des dispositions*



© Wen-Chi Su/CSA

propres qui ne sont pas les mêmes qu'en France, précise Dominique Vosters. *Il faut trouver un accord mutuellement satisfaisant.*»

LA DIRECTIVE EUROPÉENNE SMA.

Comme en France, TF1 et ses confrères mais néanmoins concurrents privés ne cessent de reprocher aux Netflix, Amazon ou Facebook de ne pas être contraints aux mêmes obligations d'investissement dans la création audiovisuelle. Il est donc difficile de penser que la Une s'installe en Belgique sans concertation ni discussion. «*Non, Gilles Pélisson ne m'a pas contacté, confie pourtant le président du CSA belge. Mais le président du groupe TF1 peut facilement trouver mon numéro de téléphone.*»

Le cas TF1 pourrait aussi ouvrir des négociations sur l'aménagement de la directive européenne SMA (Services de médias audiovisuels), car d'autres pays sont confrontés à des aventures similaires. ♦

GILLES PÉLISSON, président du groupe TF1.
DOMINIQUE VOSTERS, président du CSA de la Fédération Wallonie-Bruxelles.