ASSEMBLÉE NATIONALE

15ème législature

Recettes financières des radios indépendantes

Question écrite n° 41301

Texte de la question

M. Bernard Brochand attire l'attention de Mme la ministre de la culture sur la situation des radios indépendantes pour cette année 2021. La crise qui les touche les a privées de recettes financières, mettant ainsi en danger la poursuite de leur activité. Aussi, elles souhaitaient la mise en place d'un crédit d'impôt pour les annonceurs au titre des dépenses de communication, la mise en place d'une aide au déploiement du DAB + (*digital audio broadcasting*), nouveau mode de diffusion et enfin, l'annulation des charges pour les entreprises du secteur radiophonique. Deux de ces dispositions leur ont été accordées pour 2020 dans la loi de finances rectificative du 30 juillet 2020 mais le Gouvernement n'a pas prévu de les proroger pour 2021. Or, actuellement, le marché publicitaire local a perdu sur les 5 premiers mois de l'année 2021 30 % de chiffre d'affaires par rapport à la période comparable de 2019, soit avant la crise du covid. Aussi, il souhaite connaître les intentions du Gouvernement sur ces trois points afin de continuer d'apporter pour l'année 2021 un soutien vital aux radios indépendantes et locales auxquelles les Français sont très attachés.

Texte de la réponse

Les médias audiovisuels ont joué un rôle de premier plan durant la crise sanitaire de la Covid 19, en assurant l'information, l'accès à la culture et le lien entre les citoyens. Ils ont pourtant dû faire face à une crise financière d'une ampleur inédite en 2020, consécutive à une forte baisse de leurs ressources publicitaires. Les radios et les télévisions locales ont en outre été plus fortement affectées, du fait de la fragilité des annonceurs locaux et de la hiérarchisation établie par les annonceurs nationaux, qui ont recours au marché publicitaire local à titre complémentaire. La poursuite de leur activité a de plus limité leurs possibilités de recours aux dispositifs transversaux mis en place par le Gouvernement, tels que le dispositif d'activité partielle. En réponse à cette situation, le ministère de la culture a conçu deux mesures de soutien exceptionnelles en faveur des éditeurs audiovisuels, adoptées dans la loi n° 2020-935 du 30 juillet 2020 de finances rectificative pour 2020, dont bénéficient les radios locales indépendantes. La première est un crédit d'impôt de 15 % au bénéfice des éditeurs de services de télévision, de radio et de médias audiovisuels à la demande pour leurs dépenses engagées en 2020 en faveur de la création. La décision favorable de la Commission européenne étant intervenue au premier semestre 2021, le crédit d'impôt n'est entré en vigueur que le 17 mai 2021. Les éditeurs bénéficieront donc de ce crédit d'impôt en 2021 ou 2022, selon leurs modalités de déclaration de l'impôt sur les sociétés. Au total, la dépense fiscale correspondante devrait s'élever à environ 100 M€. La seconde est une aide exceptionnelle, dotée d'une enveloppe de 30,5 M€, pour la prise en charge d'une partie des coûts de diffusion par voie hertzienne terrestre des éditeurs de télévisions locales et de radios nationales et locales. Après plusieurs mois d'échanges avec la Commission européenne, le dispositif a été inscrit dans le cadre du régime d'encadrement temporaire pour le soutien aux entreprises autorisé le 16 mars 2021. Les éditeurs ont ensuite disposé d'un délai de près de deux mois, entre avril et la fin du mois de mai 2021, pour déposer leur demande. La totalité des aides a été versée. En ce qui concerne la reconduction de ces dispositifs en 2021, les chiffres publiés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) au mois de juillet pour le premier semestre de l'année 2021 révèlent que le marché publicitaire national des télévisions et des radios a retrouvé un niveau similaire à celui observé avant la

crise. Cette dynamique profite de manière importante aux radios locales dans la mesure où, en moyenne, la publicité nationale représente la moitié de leur chiffre d'affaires publicitaire. Au total, ces acteurs locaux devraient connaître une perte de chiffre d'affaires limitée au premier semestre 2021 par rapport à 2019, de l'ordre de -5 % à -15 %, en comparaison des pertes subies par ces acteurs lors du premier semestre 2020, comprises entre -30 % et -50 % par rapport à 2019. Cette baisse doit de surcroît être appréciée au regard de la décroissance structurelle du marché publicitaire des radios depuis une dizaine d'années. Enfin, les dernières données relatives au marché publicitaire font apparaître une dynamique positive pour le second semestre, ce qui laisse augurer d'un retour durable aux niveaux d'investissement observés avant la crise sanitaire. Enfin, le ministère de la culture salue le lancement de la diffusion numérique de vingt-cinq nouveaux services de radios, publiques comme privées, appelées à couvrir progressivement le territoire hexagonal. Il soutiendra la campagne de communication qui sera lancée par les éditeurs pour promouvoir ce mode de diffusion, sous l'impulsion du CSA. Le ministère de la culture restera attentif à la situation économique des médias en général et plus particulièrement des médias locaux qui constituent un maillon essentiel pour garantir le pluralisme.

Données clés

Auteur : M. Bernard Brochand
Circonscription : Alpes-Maritimes (8e circonscription) - Les Républicains
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 41301
Rubrique : Audiovisuel et communication
Ministère interrogé : Culture
Ministère attributaire : Culture

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : 28 septembre 2021, page 7080
Réponse publiée au JO le : 16 novembre 2021, page 8300