

Six dossiers chauds pour une année médiatique charnière

Des nouveaux plans de fréquences radio à la directive services médias audiovi-

suels en passant par le contrat télé du foot belge: 2017 sera fertile pour le secteur des mé-

dias, bouleversé par la révolution digitale. Voici six grands dossiers en vue.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Fréquences, faites vos jeux

Le **plan de fréquences des radios privées** vient à échéance cet été. Mais il semble que le plan 2017-2025 **n'entrera en vigueur qu'au début 2018 en raison de divergences au sein de la majorité**. En gros, le PS, contrairement au cdH, veut faire porter de 20 à 35% le seuil au-delà duquel un groupe de radio est en position dominante. Cela permettrait d'attribuer un réseau à Mint (RTL), écarté en 2008 au nom du pluralisme. Le temps presse car **le gouvernement doit établir le cadastre des fréquences et lancer l'appel d'offres**. Les opérateurs auront 60 jours pour y répondre et le CSA 4 mois pour analyser les dossiers et attribuer les fréquences. Pour des raisons de cohérence, cet appel d'offres sera groupé avec celui du tout premier plan de fréquences numérique qui coexistera donc avec la FM, le temps d'assurer la transition avant l'extinction de cette dernière. **La technologie retenue, le dab +**, permettra de multiplier les chaînes et d'améliorer le confort d'écoute. La RTBF va lancer trois nouvelles chaînes. RTL relancera Mint et le groupe NRJ-Nostalgie, Chérie FM. Le **coût** du passage au dab + s'élève à **13 millions d'euros** répartis entre Région wallonne, RTBF et opérateurs privés, auxquels s'ajouteront dix millions par an pour le marketing.

Une presse toujours plus digitale

La **presse écrite** vit, dans son ensemble, des moments difficiles, face aux nouvelles habitudes de consommation de l'info incarnée par le web et les réseaux sociaux. Son **principal défi est de s'adapter à cette ère digitale**. Les éditeurs francophones de journaux **disposent désormais d'une enveloppe de près de 13 millions d'euros** (dont la moitié vient des pouvoirs publics et une partie de Google) pour accompagner leur transformation digitale, notamment via leur **projet Infotelligence** (personnalisation et recommandation de contenus). Les derniers chiffres CIM sur les ventes de journaux indiquent que **près de 10% des ventes belges se font en format digital**. C'est encore peu mais la tendance est à la hausse. Pour les titres plus spécialisés, comme L'Echo et de Tijd on tourne même autour des 40%. Reste à savoir si la barre des 50% sera atteinte en 2017. Le prestigieux Financial Times l'a lui franchie il y a un mois. Désormais il tire davantage de revenus du digital que du papier.

TF1, un péril?

Depuis l'automne, le Landerneau médiatique s'agite autour d'une **éventuelle arrivée de TF1 sous forme de décrochages publicitaires en Belgique**. En mauvaise posture sur son marché domestique, la chaîne française souhaite valoriser cette audience, elle qui est n°2 en Belgique francophone sur les «cibles commerciales». **Le pactole est estimé entre 15 et 30 millions d'euros**. Selon RTL, principale victime potentielle, et le ministre des Médias Jean-Claude Marcourt, c'est **suffisant pour déstabiliser l'écosystème des médias francophones**: chaînes de télé, producteurs et même presse écrite, ceci par le jeu des liens d'actionnariat. Les annonceurs, eux, sont partagés: l'arrivée de TF1 est à la fois une bonne affaire (les tarifs diminueraient) mais son offre de programme peu différente ne permettrait pas de toucher un nouveau public, la longueur de ses écrans pub pourrait générer plus de zapping et son arrivée rendrait les chaînes belges moins attractives. Quant à savoir qui pourrait commercialiser TF1 en Belgique, les uns et les autres cachent leur jeu alors que TF1 se mure dans son silence. Ses projets pourraient se concrétiser dans les semaines qui viennent... ou ne pas aboutir du tout.

Ça négocie sec à Reyers

2017, c'est l'année où la **RTBF négociera avec** son pouvoir de tutelle, **la Fédération Wallonie Bruxelles**, son **nouveau contrat de gestion** pour la période **2018-2022**. Début décembre, comme l'indiquait Le Soir, son conseil d'administration a adopté un nouveau plan stratégique qui doit servir de base de travail pour l'élaboration de ce contrat. Il prévoit: une **nouvelle organisation du travail transversale et non plus par médias**, les mêmes équipes devant produire des contenus pour les différents médias; un management plus participatif afin d'éviter les crises internes de ces derniers mois; davantage de partenariats avec les producteurs locaux afin de développer du contenu original permettant de contrer les nouveaux opérateurs venus du web. Reste à voir si la rédaction de ce contrat donnera lieu aux mêmes psychodrames que fin 2012, lorsque les partis de la majorité s'étaient écharpés sur des questions de recettes publicitaires et de moyens budgétaires.

Et si Netflix et Amazon contribuaient

Cette année sera décisive pour la **révision de la directive européenne Services Médias Audiovisuels proposée par la Commission**. Le texte a pour objectif de coller davantage à l'évolution du secteur en tenant compte de l'apparition des plateformes de vidéo à la demande et de partage de vidéos. **Les États pourront ainsi demander à Netflix et consorts de contribuer au financement d'œuvres européennes** et de leur réserver une part d'au moins 20% dans leurs catalogues. Le texte prévoit par ailleurs un **assouplissement des règles en matière de publicité** afin, dit la Commission, de protéger les revenus des chaînes traditionnelles, face à la concurrence des plateformes de vidéos en ligne. Elle propose de limiter la proportion de pub à 20% de la plage horaire, entre 7h et 23h, ce volume pouvant être réparti comme les opérateurs le souhaitent. Aux heures de grande audience, les écrans pourraient largement dépasser ces 20%. Enfin, autre mesure sensible: le maintien du principe du pays d'origine, selon lequel c'est la législation du pays d'où est originaire l'opérateur qui s'impose et non celle du pays du public visé. Le texte est cependant amené à encore évoluer. Il sera au menu du Conseil des ministres au printemps avant de passer devant le Parlement européen.

Ballon rond à 100 millions

Les **droits télévisés du football belge** pour les trois prochaines saisons (soit la période **2017-2020**) vont être **renégociés dans les prochains mois**. L'appel d'offres va être lancé par la Pro League d'ici fin janvier. MP&Silva, le broker engagé par la Pro League pour négocier ces droits lui a garanti **80 millions d'euros pour les trois saisons à venir contre 70 pour le contrat en cours**. Ivan De Witte, président de La Gantoise et ancien président de la Pro League, en veut plus et espère atteindre la barre des cent millions d'euros. Après tout, les précédents contrats ont connu une inflation régulière: passant de 16 millions d'euros en 2002-2005 à 70 millions pour la période 2014-2017. La **candidature déclarée d'un nouveau venu, Eleven**, aux côtés des détenteurs traditionnels (Telenet, Voo, Proximus) **pourrait, de fait, faire monter les enchères**.