

Les recettes de TF1 en Belgique vont profiter aux producteurs... français

La réglementation française impose que la totalité des recettes de TF1 – y compris celles captées en Belgique – soient intégrées dans l'assiette servant à calculer ses obligations d'investissements dans la production... française.

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Un mois après son arrivée sur le marché publicitaire belge, TF1 continue de déchaîner les passions. Mardi, en commission Médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, le ministre responsable Jean-Claude Marcourt (PS) a à nouveau été interpellé sur l'impact de cette arrivée.

On le sait, TF1 sera soumis aux règles publicitaires les plus sévères qu'elles soient françaises ou belges. Par contre, les négociations butent sur une future contribution de TF1 à la production audiovisuelle en Belgique. Le CSA souhaite que, comme d'autres opérateurs, il verse un pourcentage de ses recettes publicitaires captées en Belgique (vraisemblable-

ment 2,2% dans son cas) aux producteurs locaux. Sur son marché domestique, TF1 est d'ailleurs soumis au même type d'obligation: il doit verser environ 12,5% de son chiffre d'affaires publicitaire en faveur de la production locale.

Cet été, différents courriers ont été échangés entre les deux régulateurs afin d'arriver à «une solution mutuellement satisfaisante». En vain. Pire: dans une de ces missives, le CSA français explique que, selon la réglementation française, le chiffre d'affaires qui sert de base à calculer la contribution de TF1 à l'audiovisuel français inclut toutes les recettes du groupe quelle que soit leur provenance, y compris donc celles captées en Belgique. La convention passée entre TF1 et le CSA français l'autorisant à faire des décrochages publicitaires en Belgique, et dont L'Echo a pu prendre connaissance, stipule ainsi que «les recettes nettes procurées par la diffusion de messages publicitaires spécifiques au territoire belge sont agrégées au chiffre d'affaires

annuel net de la société (en l'occurrence TF1, NDLR) servant d'assiette aux obligations de production audiovisuelle et cinématographique auxquelles elle est assujettie.»

Autrement dit, l'arrivée de TF1 a un double impact négatif pour le secteur audiovisuel belge. D'une part, la chaîne va capter près d'une vingtaine de millions de recettes pub par an selon les estimations. Cet argent, elle le prendra aux chaînes belges (RTL, RTBF...) dans un marché en recul sensible. D'autre part, une partie des recettes accumulées en Belgique va atterrir dans la poche... des producteurs français et non dans celle des Belges.

«Cette position est paradoxale, réagit Jean-Claude Marcourt, d'autant plus qu'avec la France, nous nous sommes battus au Conseil européen dans le cadre de la révision de directive SMA (Services Médias Audiovisuels), pour obtenir que les Etats membres puissent faire contribuer les services qui ciblent leurs audiences, mais sont installés dans un autre pays de l'Union,

aux mécanismes de contributions à la création audiovisuelle.» Ce qui est le cas de TF1 (mais aussi, mais c'est une autre histoire, de RTL). «Si le texte final de la directive reste inchangé par rapport au compromis dégagé en conseil des ministres le 23 mai dernier, nous aurons une base juridique pour obliger TF1 à contribuer à nos mécanismes de production, proportionnellement au bénéfice qu'il dégagerait sur notre territoire», ajoute le ministre.

L'entrée en vigueur de la directive n'étant pas attendue avant deux ans, TF1 aura eu le temps de faire des dégâts. À moins que son PDG, Gilles Pélissier, ne tienne sa promesse, réitérée le mois dernier, de continuer à investir dans la coproduction belge. Une promesse jusqu'ici non chiffrée...

Selon la future directive SMA, TF1 pourrait être contraint d'investir dans la production audiovisuelle belge.

ÉPINGLE
JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Quand Jean-Claude Marcourt s'énerve sur IPM

Jean-Claude Marcourt et François le Hodey ne partiront sans doute jamais en vacances ensemble.

Interrogé mardi en commission des Médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles suite à la triple alliance publicitaire conclue début septembre par le Groupe Rossel et Les Editions de l'Avenir (filiale de l'intercommunale Ne-

thys), le ministre des Médias s'est quelque peu énervé – sans le citer – sur le patron du groupe IPM, éditeur de La Libre et de la DH, François le Hodey. Suite à cette triple opération, qui comprend notamment le rachat à RTL de la régie IP Press, ce dernier avait dénoncé «la mise en place d'un oligopole de la presse, sponsorisé par les pouvoirs publics», jugeant totalement inadmissible que pareil rapprochement a été décidé «dans le plus grand secret».

Suite à ces propos, le sang

(rouge) de Jean-Claude Marcourt n'a fait qu'un tour: «C'est RTL qui

voulait se débarrasser d'IP Press. Et qui figure parmi les actionnaires de RTL? IPM. Arrêtons, donc!» Autrement dit, IPM ne pouvait pas ignorer l'existence de ces négociations, selon le ministre. Et d'ajouter: «Quand Nethys a investi dans DH Radio personne n'est venu protester.» En 2010, l'intercommunale liégeoise avait en effet investi 2,7 millions d'euros dans la radio d'IPM, avant de lui reven-

«Quand Nethys a investi dans DH Radio, personne n'est venu

protester.»

dre en 2015 40% des parts qu'il en détenait.

Visiblement échaudé, Jean-Claude Marcourt s'en est pris à l'ensemble du secteur de la presse, dénonçant «une stratégie de chiens de faïence et non de rapprochement stratégiques» permettant de faire face à la concurrence des géants du net qui ne cessent de grignoter les recettes publicitaires des journaux. C'est sûr, on a déjà connu le Liégeois plus placide...