

15ème législature

Question N° : 41505	De Mme Nathalie Porte (Les Républicains - Calvados)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture		Ministère attributaire > Culture
Rubrique >audiovisuel et communication	Tête d'analyse >Soutien aux radios locales	Analyse > Soutien aux radios locales.
Question publiée au JO le : 05/10/2021 Réponse publiée au JO le : 19/10/2021 page : 7684		

Texte de la question

Mme Nathalie Porte attire l'attention de Mme la ministre de la culture sur la situation des radios locales indépendantes. Les mesures de confinement mises en œuvre depuis 2020 ont entraîné un effondrement des recettes publicitaires sur les ondes de ces radios locales, qui n'ont pourtant que cette ressource pour fonctionner. Elle lui fait remarquer que, malgré cette équation économique impossible, les radios locales ont continué à émettre des programmes, y compris de nombreuses émissions en direct et en interactivité avec les auditeurs. Cet effort a permis d'accompagner de très nombreux Français qui étaient dans une situation de solitude renforcée du fait du confinement. Afin d'aider les radios locales indépendantes à poursuivre leur activité, elle lui demande d'envisager un accompagnement spécifique. Elle lui fait part de la proposition de créer un crédit d'impôt pour favoriser les investissements dans les campagnes de communication. Elle lui indique que cette mesure aiderait à la fois l'entreprise qui souhaite développer son activité mais aussi le tissu des différents médias qui pourra bénéficier d'une reprise des campagnes publicitaires.

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 dispositifs de soutien exceptionnels en faveur des éditeurs audiovisuels, adoptés dans la loi no 2020-935 du 30 juillet 2020 de finances rectificative pour 2020, dont bénéficient les radios locales indépendantes. Le premier dispositif 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€. Le second dispositif 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. L'instruction de ces demandes est en cours de finalisation et de premiers versements ont d'ores et déjà été effectués au mois d'août 2021. La totalité des aides devrait être versée d'ici la fin du mois d'octobre 2021. En ce qui concerne la reconduction de ces dispositifs en 2021, les chiffres publiés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel 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 % à -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. Le ministère de la culture reste néanmoins attentif à la situation économique des médias en général et plus particulièrement des médias locaux qui constituent un maillon essentiel pour garantir le pluralisme.