



20 mars 2022

Communiqué commun du Bureau de la Radio et du SIRT I

Fin de la redevance : les radios privées demandent un financement 100% public de l'audiovisuel public

Alors que l'élection présidentielle qui se déroulera dans quelques semaines amène à des prises de position sur l'avenir de la contribution à l'audiovisuel public, les radios privées rappellent leur attachement à un financement exclusivement public de l'audiovisuel public. De même, elles s'inquiètent d'un développement de la ressource publicitaire des médias de service public et particulièrement de Radio France, qui reviendrait à priver les médias privés de leur unique source de financement.

Le mode de financement de l'audiovisuel public est depuis toujours sujet à discussion, il revient dans le débat public avec force du fait de la suppression de la taxe d'habitation, impôt support de la contribution à l'audiovisuel public.

Dans ce contexte, la **publicité, seule ressource des radios privées, ne peut être la variable d'ajustement de Radio France à l'heure où un financement pérenne et stable est recherché.**

Rappelons que depuis le décret du 5 avril 2016 (et l'accès de Radio France à la publicité commerciale) la part du groupe public sur le marché publicitaire ne cesse de croître, passant de 6% en 2016 à 9,1% en 2020 dans un marché publicitaire de la radio en baisse. Radio France dispose aujourd'hui de moyens importants, les ressources de ses 7 programmes sont supérieures de +12% aux ressources publicitaires des 330 radios privées (hors associatives) pour une audience deux fois plus faible et deux fois moins de salariés.

La réforme de la contribution à l'audiovisuel public est une opportunité pour redéfinir les missions de l'audiovisuel public et son mode de financement. Les radios commerciales privées représentées par le BDR et le SIRT I demandent que la solution mise en œuvre finance Radio France dans son intégralité sans aucun recours à la publicité commerciale. Il est en effet essentiel de bien différencier les acteurs publics et privés.

Aujourd'hui 2 auditeurs sur 3 écoutent une radio privée tous les jours. Les radios privées sont aussi un acteur important de la création : Chaque année, elles reversent de l'ordre de 50M€ aux artistes et créateurs au travers des redevances, assises sur leur chiffre d'affaires publicitaire, versées aux organismes de gestion collective.

Média de confiance pour les auditeurs, la radio est un vecteur majeur de découverte musicale, d'information, des compétitions sportives, du divertissement, ou encore de l'actualité locale et de la vie associative dans les territoires. Il faut **maintenir l'équilibre et la complémentarité entre les médias publics et privés**, pour que la radio séduise toujours plus les Français, et préserver le pluralisme du paysage audiovisuel.

À propos du Bureau de la Radio (BDR) :

Le BDR représente les 4 grands groupes radiophoniques privés M6 (RTL, RTL2, Fun Radio), NRJ (NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons), Altice Media (RMC, BFM Business), Lagardère News (Europe 1, RFM, Virgin Radio).

Contact presse – Anne Fauconnier – 06 81 76 32 07 afauconnier@bureaudelaradio.fr

À propos du SIRTI

Le SIRTI est le syndicat des radios indépendantes.

Il représente et réunit 170 radios privées locales, régionales, thématiques et généralistes en France, diffusées en FM, en DAB+ et sur le digital.

Contact presse – Émilie Delozanne – 06 30 60 87 35 emilie.delozanne@plegma.fr