
À RADIOS PUBLIQUES, FINANCEMENT PUBLIC : L'ALLIANCE DE LA RADIO APPELLE AU MAINTIEN DU PLAFONNEMENT PUBLICITAIRE DE RADIO FRANCE ET À SON ELARGISSEMENT AU NUMÉRIQUE

Sur proposition du Gouvernement, la commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale vient d'adopter un amendement à la proposition de loi dite « Lafon » visant à supprimer le plafond actuel en valeur des recettes publicitaires de Radio France. L'Alliance de la Radio alerte sur ces évolutions qui font peser une menace sérieuse sur les équilibres économiques du secteur radiophonique.

Parce que le service public de l'audiovisuel se distingue par ses missions et ses modes de financement spécifiques, **sa capacité à commercialiser ses antennes et ses services numériques doit rester strictement limitée et encadrée.**

L'argument avancé pour supprimer tout plafond, dont celui actuellement fixé à 42 M€ pour Radio France dans son contrat d'objectifs et de moyens, revient à **positionner l'audiovisuel public comme un acteur commercial à part entière**. L'exposé des motifs, selon lequel un tel « *plafonnement conduirait à les empêcher de bénéficier des retombées financières de leurs succès d'audience* » et arguant d'une prétendue « *complexité de gestion pour la régie publicitaire* » est inacceptable. Il convient de rappeler que les radios du service public bénéficient d'un accès privilégié aux ressources hertziennes via réservation prioritaire des fréquences et d'un financement public annuel supérieur à celui de l'ensemble des recettes publicitaires nationales des radios privées.

Ce vote intervient après de récentes annonces de Radio France d'une « bascule stratégique » de sa diffusion, que nous contestons, avec un souhait de permutations de fréquences au profit de *France Info* et *Ici*, deux antennes qui bénéficient d'un accès à la publicité commerciale contrairement à France Musique et Mouv'. Par ailleurs, alors que les radios privées tentent déjà de faire face à la concurrence des plateformes, souvent extra-européennes et non soumises au même cadre réglementaire, Radio France capte déjà près de la moitié du marché de l'audio digital (*source : Rapport annuel 2023 Radio France, montant de la publicité audio digitale sur le total marché audio digitale 2023 IREP*).

Pour préserver la diversité et la richesse du paysage radiophonique français, **l'Alliance de la Radio appelle d'urgence** les pouvoirs publics à :

- **maintenir le plafond actuel en valeur des recettes publicitaires** de Radio France, **et de l'étendre au digital et aux recettes issues des campagnes d'intérêt général**, dans la future convention stratégique de France Médias ;
- **encadrer et contrôler strictement le plafond et les durées de diffusion de publicité sur les antennes linéaires et les services numériques** qui ont accès à la publicité et de sanctionner en cas de manquement ;
- **établir une trajectoire claire de réduction progressive du financement publicitaire de l'audiovisuel public.**

La publicité, seule source de financement des radios privées, ne peut pas être une variable d'ajustement des financements de l'audiovisuel public.

À propos de l'Alliance de la Radio

Lancée en janvier 2025, l'Alliance de la Radio regroupe les radios RTL, RTL2 et Fun Radio (radios du groupe M6), NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rires et Chansons (radios du groupe NRJ), les 178 radios locales, régionales, thématiques et généralistes indépendantes adhérentes au SIRT, Europe 1, Europe 2 et RFM (radios du groupe Lagardère), RMC et BFM Business (radios du groupe RMC BFM), Radio Classique (radio du groupe Les Échos Le Parisien) et Skyrock, Skyrock Klassiks. L'Alliance porte une ambition forte pour valoriser la puissance et la pertinence du média auprès des acteurs économiques, institutionnels et du grand public.

Contact : Cécile Durand-Girard

cecile.durand@alliancedelaradio.fr

06.88.07.65.74