

QUEL FUTURE POUR LES MÉDIAS DANS LA CAPITALE BELGE ?

Bruxelles,
Le 16 Mars 2017

Bruxelles, une ville médiatique en devenir ?

Bruxelles est un moteur économique important pour la Belgique et la capitale de l'Europe. Pourtant, elle n'est pas reconnue pour l'importance de son secteur médiatique par rapport à d'autres capitales comme Londres, Berlin ou Paris. Le gouvernement régional bruxellois veut changer cette image et faire du secteur des médias à Bruxelles un objectif central de sa politique de développement économique. C'est dans ce cadre que le gouvernement prévoit de soutenir l'industrie des médias bruxelloise à travers diverses initiatives. L'une de ces initiatives est la création d'un cluster médiatique, le Mediapark.brussels. L'ambition est de faire de Bruxelles un carrefour médiatique en commençant par une restructuration de la zone de Reyers, l'emplacement des deux médias publics belges : la VRT et la RTBF. **Mais Bruxelles est-elle prête à devenir une ville médiatique capable de rivaliser avec Londres, Paris et Berlin ?**

Comme le montrent les données analysées par le projet de recherche Media Clusters Brussels, Bruxelles est déjà un site important pour les activités médiatiques en Belgique : environ **40% de la valeur ajoutée nette produite par le secteur des médias en Belgique provient de la capitale**. Le site Reyers, où se situera le future Mediapark.brussel, accueille à lui seul déjà plus de 5 000 employés dans le secteur des médias. Sur base de ces analyses et d'autres données au sein du projet de recherche Media Clusters Brussels (voir ci-dessous), nous pouvons conclure que Bruxelles regroupe déjà une part importante des activités médiatiques belges et des institutions médiatiques dans des quartiers clés de la ville, à savoir la commune de Schaerbeek où Mediapark.brussels est en cours de développement. Les résultats montrent l'importance de la capitale pour le secteur des médias belges. Ainsi, le gouvernement bruxellois se trouve dans une position favorable pour investir dans le développement de la capitale en tant que centre médiatique, puisque des conditions importantes de sa réussite sont déjà remplies. Toutefois, comme le suggère cette recherche, un cluster médiatique nécessite également une variété d'institutions, de professionnels compétents et créatifs ; des aspects que le gouvernement bruxellois ne peut pas négliger.

L'impact des activités médiatiques dans et autour de Bruxelles

L'industrie des médias est une partie intégrale de l'économie bruxelloise. Avec une valeur ajoutée nette de 1,699,57 millions en 2014, les entreprises médiatiques de la ville contribuent à hauteur de 2,4% à l'économie totale de Bruxelles (71,744,5 millions d'euros). La croissance annuelle moyenne du secteur des médias à Bruxelles (2,5%) est supérieure à la croissance globale de l'économie bruxelloise et à l'économie belge, ce qui rend l'industrie encore plus importante chaque année.

Il y a plus de 16,000 personnes travaillant dans les médias de Bruxelles en décembre 2015, 2,7% de la population active totale de la ville. Sur ces 16,000 individus, 14,800 sont employés et 1,300 sont indépendants. La majeure partie des employés des médias travaillent dans le sous-secteur de l'audiovisuel, qui emploie environ 6,300 personnes. Plus de 2,900 individus sont employés par la presse, dans plusieurs entreprises situées dans la région. Le secteur de la publicité emploie près de 3,000 personnes alors que les nouveaux médias emploient 2,500 personnes. La plupart des indépendants du secteur des médias travaillent en tant que journaliste ou écrivain (20,0%), web développeur (15,8%), graphiste (14,6%) ou producteur (10,1%). Si le nombre de travailleurs des médias à Bruxelles semble stable entre décembre 2011 et décembre 2015 (période des dernières données disponibles), un examen plus attentif montre une baisse assez forte du nombre d'employés (de 16,200 en 2011 à 14,800 en 2015), fortement contrebalancée par une

croissance du nombre d'indépendants. Par conséquent, il semblerait qu'il y ait un changement dans les conditions de travail des personnes du secteur.

Si l'on ajoute à ces informations la croissance en valeur ajoutée, nous pouvons conclure à une forte augmentation de la productivité du travail dans les industries médiatiques à Bruxelles. Pourtant, les différents secteurs des médias de la ville contribuent de manière différente. Le secteur audiovisuel est le secteur le plus important, avec 828,14 millions € de valeur ajoutée nette (48,7%). Cela est dû à quelques acteurs très importants dans ce secteur. La VRT représente à elle seule 11,8% de l'économie totale du secteur des médias à Bruxelles. 17 entreprises créent à elles seules près de 50% de la valeur ajoutée nette totale de l'industrie, ceci comprend la VRT, la RTBF, RTL BELGIUM et le KINEPOLIS GROUP du sous-secteur de l'audiovisuel, ainsi que ROSSEL ET CIE, VERBRUIKERS UNIE TEST et MEDIAFIN du secteur de la presse, et JC DECAUX et IP BELGIUM du secteur de la publicité.

Bruxelles crée à elle-seule 39,0% de la valeur ajoutée nette totale de l'industrie des médias belges (4,353,90 millions d'euros) ce qui montre à quel point les activités médiatiques sont concentrées dans la ville. Au niveau provincial, la province suivante est Anvers avec 16,8% et le Brabant flamand avec 9,5% de la valeur totale créée par l'industrie médiatique belge. En ce qui concerne la répartition des travailleurs des médias selon les différentes provinces, il n'est pas surprenant que Bruxelles englobe plus de travailleurs médiatiques (16,169) qu'Anvers (7,935) et le Brabant flamand (7,140). Cette position de leader est également étayée par les données relatives aux codes postaux. Schaerbeek à Bruxelles (1030), l'emplacement du futur cluster médiatique, est la première commune en Belgique avec 12,7% de valeur créée, suivi du centre de Bruxelles (1000) et Saint-Gilles (1060). C'est seulement alors que la première zone hors de Bruxelles apparaît : Mechelen (2800) avec 4,3%.

Pour de plus amples informations sur les résultats de cette recherche, sa méthodologie et ses visualisations, rendez-vous sur le site www.mediaclusters.brussels (via le Livrable 2.3a et 4.2a).

Que peut-on imaginer dans un futur proche ?

Le gouvernement régional bruxellois a identifié dans son Plan Régional de Développement Durable (PRDD) en 2013, les industries des médias comme secteur clé pour le développement économique futur de la capitale et entend donc soutenir le développement des médias à Bruxelles à travers diverses initiatives. Après 3 ans, le premier projet, le développement de la zone Reyers en Mediapark.brussels prend forme. L'exécutif régional bruxellois, la commune Schaerbeek, ainsi que la VRT et la RTBF ont pour ambition de développer, autour des futurs sièges de la VRT et de la RTBF, un parc urbain de 8 hectares qui deviendra le cœur d'un nouveau quartier bruxellois créatif, diversifié et vibrant. Perspective.brussels et la SAU sont chargés du développement et de la mise en œuvre de ce projet. La VRT et la RTBF envisagent de s'installer dans leur nouveau siège en 2022. Dans le même temps, les premiers aménagements urbains devraient être réalisés, avec les premiers projets de logement, en 2024.

Notre étude a montré que Bruxelles est déjà un centre médiatique de premier plan en Belgique. Le site Reyers et Schaerbeek attirent déjà beaucoup d'initiatives médiatiques à Bruxelles. Ce contexte important montre comment cette zone pourrait être développée en cluster médiatique d'envergure internationale. Sans cette histoire, la tentative de démarrer un cluster médiatique n'aurait pas semblé réaliste. Cependant, les données du projet MCB suggèrent que d'autres conditions devraient être rencontrées pour arriver à faire naître un cluster médiatique efficace. En plus de la présence d'entreprises médiatiques, le cluster devrait bénéficier d'un appui des institutions, du savoir-faire des travailleurs des médias et de la possibilité pour eux d'échanger des connaissances et de créer des projets. Même si les conditions de création des clusters médiatiques à Bruxelles sont convaincantes, il

faudra en pratique considérer beaucoup plus de variables que la création d'espaces de travail.

Plus d'informations relatives aux ambitions du gouvernement régional sont disponibles dans le dossier presse du Mediapark.brussels à l'adresse www.mediapark.brussels.

À propos de « Media Clusters Brussels »

Media Clusters Brussels – MCB – un projet de recherche collaboratif et interdisciplinaire des trois universités bruxelloises : VUB, ULB et USL-B. Notre objectif est d'analyser les différentes facettes du secteur médiatique en Région de Bruxelles-Capitale et d'explorer le développement de clusters médiatiques.

Ce projet de recherche a pour objectif d'étudier les dynamiques de l'écosystème médiatique bruxellois et, *in fine*, de créer de la valeur ajoutée pour les industries médiatiques en Région de Bruxelles-Capitale en partageant des données et conseils, entre-autres, pendant la création du Mediapark.brussels à Reyers.

Plus d'informations sur notre site et dans nos communiqués via : www.mediaclusters.brussels.

Vous pouvez retrouver toutes les informations à destination des journalistes, en ce compris le communiqué de presse en trois langues, une infographie, des graphiques et autres données sur : <http://mediaclusters.brussels/press-desk/>.

Contact

Media Clusters Brussels – MCB
Téléphone : +32 / (0)2 629 1617
Email : info@mediaclusters.brussels
Twitter : [@MediaBXL](https://twitter.com/MediaBXL)
Site Internet :
www.mediaclusters.brussels

Professeur Ike Picone
(directeur du projet MCB)
SMIT, Studies on Media, Innovation & Technology - Vrije Universiteit Brussel
Avenue de la Plaine, 9 , 1050 Brussels
Téléphone : +32 / (0)2 629 1617
Email : ike.picone@vub.be

Chercheurs :

Marlen Komorowski (SMIT - VUB): marlen.komorowski@vub.ac.be

Victor Wiard (ReSIC - ULB): victor.wiard@ulb.ac.be

A VENIR :

Faites entendre votre voix en tant que professionnel(le) des médias en remplissant et partageant notre questionnaire !

www.mediaclusters.brussels/brussels-media-survey/

Joignez-vous à nous à la pré-conférence de l'EMMA
"Creative clusters, media hubs and beyond"

<http://www.vub.ac.be/en/events/2017/creative-clusters-media-hubs-and-everything-in-between-putting-theory-to-the-test>