



**Propositions du SNRL**

**Table ronde de la Radio**

**Audition du 21 janvier 2013**



**culture-acte2**

ESPACE PARTICIPATIF DE LA MISSION DE CONCERTATION SUR LES CONTENUS CULTURELS ET PRATIQUES NUMÉRIQUES

## **Sommaire :**

<b>La radio, premier média de France, est menacée</b>	<i>page 3</i>
<b>Le passage au numérique de la radio.</b>	<i>page 5</i>
<b>Les fondamentaux d'un nouveau modèle audiovisuel :</b>	<i>page 6</i>
<b>1- la variété</b>	
<b>2- l'accessibilité</b>	
<b>3- l'anonymat</b>	
<b>Les moyens d'une ambition culturelle : la régulation des contenus audiovisuels</b>	<i>page 8</i>

## **La radio, premier média de France, est menacée**

**Le paysage radiophonique français est une exception culturelle par la richesse de sa diversité, et notamment de sa composante issue de l'Economie Sociale et Solidaire : la radiodiffusion associative.**

Avec 43 millions d'auditeurs quotidiens, la radio reste le premier média de France. Les radios privées font vivre **5.300 emplois dont 25% de journalistes** ; à elles seules, les radios associatives représentent 40% des emplois du secteur et 12% du chiffre d'affaire de la branche . (pièce jointe n°2 : rapport de branche 2008 des radios privées (hors radios catégorie E))

Les radios associatives sont des médias participatifs, elles donnent accès au secteur médiatique à **plus de 14,000 bénévoles passionnés chaque année.**

Les radios associatives, sur tout le territoire, représentant de nombreux courants d'expression et une grande diversité de programmation musicale. (pièce jointe n°1: Etude du Parlement européen de septembre 2007).

Ce sont **610 radios locales**, en France métropolitaine et Outre-Mer, exploitant un peu plus de **1.300 fréquences analogiques** sur les 3.500 attribuées au secteur privé de la radio en bande II (la « FM »). Elles sont présentes sur l'ensemble du territoire, **notamment dans les zones les plus isolées et les plus délaissées par les autres médias et représentent entre 20 et 25% des fréquences attribuées.**

Issues de la libéralisation de la bande FM, les radios associatives locales remplissent des missions d'intérêt général définies par la loi. La voie tracée par le législateur en 1986 (Loi relative à la liberté de communication n° 86-1067 du 30 septembre 1986 dite "Loi Léotard") reprend au plan des moyens de communication audiovisuelle la politique initiée en 1959 par André Malraux : ***la puissance publique doit être garante d'une production et d'une diffusion culturelle diversifiée.***

Cela est rendu possible grâce à l'existence des radios associatives, missionnées au travers de cahiers des charges favorisant l'information de proximité, économique, sociale, scientifique, culturelle, la valorisation des initiatives territoriales et l'émergence des nouveaux talents musicaux. En outre, le dispositif contribue à limiter les médias transnationaux à contenu non francophone. La radiodiffusion associative locale est ainsi un élément essentiel du pluralisme des médias et de la diversité culturelle.

En France, **l'accès au spectre hertzien est gratuit**, mais conditionné à un cahier des charges strict défini par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. En échange de cet accès gratuit à la ressource hertzienne, les recettes publicitaires des radios et télévisions commerciales et publiques abondent, pour partie, le Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique.

Créé en 1982, le fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER) a pour objet de permettre aux radios associatives locales, définies comme éditeurs de catégorie A par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, d'assurer leur mission de ***communication sociale de proximité***, grâce à des aides prévues par l'article 80 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et précisées dans l'article 20 du décret n° 2006-1067 du 25 août 2006. Ce dispositif exceptionnel, part de l'exception culturelle française, doit être préserver et renforcer dans l'évolution de la Loi de 1986.

**L'arrivée d'internet, nouveau média, lui aussi symbole de liberté, remet en cause l'existence des médias existants, et en particulier celle de la presse écrite et de la radio.**

En septembre 2011, les mesures d'audience donnaient Pandora, un streaming musical automatisé, comme première "radio" de Los Angeles. (pièce jointe n°3 : article le club radio - juin 2012.) devant les « grandes radios » de la FM.

Cette remise en cause du média radio est basée sur deux évolutions majeures :

- celle des usages d'écoute qui évoluent avec la technologie et la mise à disposition de nouveaux services musicaux ;
- l'augmentation de la concurrence sur le marché publicitaire qui fragilise les ressources des radios gratuites au même moment où l'audience s'éparpille.

La radio sera particulièrement touchée lorsque, d'ici 5 à 10 ans, le streaming sera accessible en mobilité, sur la 4G. Les offres musicales exclusives couplées à des abonnements de téléphonie mobile se substitueront aux radios gratuites sur les smartphones.

Aujourd'hui, seule la radiodiffusion hertzienne assure une couverture homogène de qualité.

**Conserver et développer une offre culturelle de qualité, variée et accessible impose de préserver et renforcer l'un des dispositifs essentiels de diffusion de la culture et de l'information : le secteur radiophonique dans sa diversité. Ce média voit aujourd'hui son potentiel renouvelé avec la diffusion numérique en bande III : la Radio Numérique Terrestre.**

## **Le passage au numérique de la radio**

**La Loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur** impose au régulateur de déployer progressivement la Radio Numérique Terrestre en France. Le 15 janvier 2013, le CSA a officiellement attribué les autorisations d'émettre aux éditeurs retenus sur les 3 premières zones de déploiement : Paris, Marseille et Nice.

Les objectifs de la RNT ? Davantage de diversité sur un spectre hertzien saturé, un regain de dynamisme pour un secteur en position figée, tout en préservant les valeurs fondamentales de la diffusion hertzienne : gratuité et anonymat.

### **Le passage au numérique ne pose aucun problème technique aux radios.**

Depuis de nombreuses années, plusieurs expérimentations pérennes de diffusion numérique hertzienne ont donné des résultats positifs en tous points, notamment à Lyon et à Nantes où différents modèles techniques multinormes ont permis de prouver la pertinence de cette nouvelle voie de diffusion, complémentaire aux services numériques offerts par l'IP.

### **La vraie difficulté d'un passage au numérique, préservant la diversité culturelle, c'est le manque de volonté politique.**

Contrairement à la diffusion d'un flux audio en streaming, dont le coût croît proportionnellement au nombre de sollicitations, la diffusion numérique hertzienne présente l'immense avantage de présenter un coût fixe et maîtrisé ainsi qu'une qualité de service fiable quelque-soit le nombre d'auditeurs.

Côté éditeur, passer au numérique hertzien nécessite une double diffusion FM + RNT qui aura incontestablement un coût transitoire, d'ici à ce que les auditeurs s'équipent en terminaux numériques. Sans volonté politique, notamment concernant le Groupe Radio France, le Gouvernement prend le risque de contrevenir à la modernisation du média radio, ce qui entrainera incontestablement son déclin. Est-ce son objectif ?

Concernant les radios associatives, sans contribution spécifique supplémentaire, il y a un risque que les radios locales du secteur de l'économie sociale ne puissent passer au numérique. Le gouvernement porterait ainsi la responsabilité de leur immobilisme.

Par ailleurs, si on souhaite maintenir un pluralisme de l'information au travers des journalistes employés par les médias dits « traditionnels », et en particulier les acteurs locaux, il est nécessaire de redéfinir de nouvelles règles pour l'audiovisuel intégrant radiodiffusion hertzienne et internet, en mesure de s'appliquer à toutes les catégories de radio.

## **Les fondamentaux d'un nouveau modèle audiovisuel**

**La lettre de mission de cette commission ne remet pas en cause les valeurs qui ont servi de base à l'exception culturelle « acte I », elle est orientée sur l'évolution des dispositifs permettant de conserver une offre culturelle de qualité, variée et accessible.**

**Dans le cas de l'audiovisuel, ces valeurs sont écrites dans la Loi 86-1087. Trois nous semblent particulièrement importantes :**

### **La variété :**

Elle se décline en deux concepts : le pluralisme des éditeurs et distributeurs, et le pluralisme des opinions et des contenus culturels. En particulier, il doit être trouvé une place économique, en numérique, pour les éditeurs de radios indépendants et associatifs, face aux géants de l'internet et à leurs services de masse.

Il faut prendre conscience du rôle majeur des radios associatives dans la découverte des talents musicaux par leurs programmations très riche et variée en nouveaux talents français, par exemple, parmi des centaines d'autres, Radio Néo diffusée à Paris, Toulouse et Bourges, ou Radio Grenouille sur Marseille. Cette dernière émet depuis 1981, et continue de soutenir la diversité contrairement à ces plateformes internet que les artistes utilisent un temps pour les délaisser ensuite faute de retour significatif.

Il ne s'agit pas de remettre en cause les potentialités d'Internet qui représente un bond en avant pour les éditeurs, car cela renforce le pluralisme et la liberté d'expression. Cet outil permet une interactivité avec les auditeurs, ce qui était une faiblesse des médias et représente un formidable apport à la radiodiffusion hertzienne.

Mais l'exemple du filtrage mis en place par certains F.A.I. montre que la liberté est fragile et que l'accès à l'information peut évoluer vers un système payant et potentiellement liberticide. On a tout compris.

De plus, peu d'éditeurs trouvent un modèle autonome viable sur internet en capacité de payer leurs salariés , et leurs journalistes, en respectant leur droits ; il y a donc un risque sur la diversité d'opinion.

Pour assurer une liberté d'opinion et une variété de contenus, un nouveau modèle d'encadrement pour le numérique ne peut donc réguler l'audiovisuel sur l'unique base des règles actuelles d'internet. Par ailleurs, les règles d'Internet doivent aussi préserver une neutralité économique sur les réseaux permettant le développement de la distribution, elle aussi nécessaire à la liberté d'opinion.

### **L'accessibilité :**

Être en zone urbaine, pouvoir s'acheter un smartphone à plusieurs centaines d'euros, disposer d'un abonnement à plusieurs dizaines d'euros par mois, sont des conditions nécessaires pour accéder au modèle de radio internet. Ces conditions sont excluantes, de fait, pour une part significative de la population.

De façon plus générale, l'étude Havas média de cet automne montre que près de 20% de la population restera déconnectée. (pièce jointe n°4 : article Stratégies 1690 sept 2012, enquête sur les déconnectés)

Pour lutter contre l'exclusion, il doit exister une large offre de radios gratuites, c'est-à-dire sans abonnement à un distributeur, même si celui-ci offre d'autres services liés .

Pour lutter contre l'exclusion, les engagements de couverture en échange de spectre hertzien, doivent reposer sur un pourcentage surfacique de couverture du territoire et non sur un pourcentage lié à la population couverte. En effet, trop souvent FM, ADSL, 3G ne sont pas reçues sur les mêmes zones : 30% du territoire ne reçoit pas 10 radios hertziennes, et dans ces zones, nombreux sont ceux sans capacité de streaming ni en ADSL, ni en 3G.

Pour les acteurs à vocation nationale, leurs engagements doivent être nationaux. La couverture de ces acteurs, cumulant FM et RNT, doit être de 95% de la surface du territoire.

Pour les acteurs régionaux et locaux, il faut une règle similaire adaptée à la zone géographique autorisée et aux puissances autorisées.

### **L'anonymat :**

Conséquence historique de la technique de radiodiffusion, l'anonymat est inscrit dans la loi de 1986 que doit faire appliquer le CSA. Hors procédure judiciaire, ni les services de l'Etat, ni des sociétés privées ne doivent pouvoir identifier le comportement ainsi que les modes de vie et de consommation des auditeurs.

Il est étonnant de voir, dans les propos d'un patron de radio nationale privée, soumis à la Loi de 1986 : « *Internet est un formidable relais de croissance, les mobinautes sont à un clic des sites marchands. Grâce à la géolocalisation, on peut même savoir où ils se trouvent. Un jour, on saura tout d'eux.* ». Si tel était le cas, le CSA se verrait dans l'obligation d'examiner la validité des autorisations de ce type d'éditeur radios compte-tenu de l'article 3 de la Loi de 86 : « *Le secret des choix faits par les personnes parmi les services de communications électroniques et parmi les programmes offerts par ceux-ci ne peut être levé sans leur accord* ».

A ce jour, seule la technologie de la radiodiffusion hertzienne permet l'anonymat. Prôner du « tout internet » pourrait amener des dérives. L'exception culturelle, version française, c'est aussi la défense de la vie privée et la garantie des libertés individuelles, éléments fondamentaux des droits de l'Homme.

### **Conclusion :**

**Le syndicat souhaite une prise de position sans ambiguïté en faveur de la radiodiffusion universelle, anonyme, populaire et gratuite sur l'ensemble du territoire national (95%) ainsi que sur toutes les bandes de fréquences AM, I, II et III, L, en numérique, qui doivent rester équitablement affectées à tous les types d'opérateurs et notamment les radios de l'économie sociale.**

## **Les moyens d'une ambition culturelle : la régulation**

**La nouvelle définition de l'audiovisuel doit englober les services de radiodiffusion et les services en ligne de façon cohérente tout en respectant les valeurs de la Constitution française et de la Loi de 86.**

Une proposition est de définir comme éditeurs et distributeurs de contenus audiovisuels les acteurs régulés par le CSA dans le cadre de l'évolution de la Loi de 86, quelques soient les modalités de distribution de leurs services auprès du public (hertzienne FM / TV, ADSL, réseau câblé, 3G, 4G).

Toujours dans l'esprit de la loi de 1986, être régulé impose de prendre des engagements sur des critères fixés par la Loi : engagements de production, chronologie des médias, diversité, protection des mineurs, rémunération des ayants droits, quotas de musique d'expression francophone,...

Cette régulation des contenus audiovisuels professionnels peut être imposée par la Loi, comme dans le cas d'usage du domaine hertzien.

**L'audiovisuel doit rester régulé par une Autorité Indépendante spécifique dédiée à l'offre audiovisuelle, quel que soit le support de communication utilisé.**

L'Arcep régule l'offre de gros des services de communication électronique, dont fait partie l'audiovisuel. Elle ne régule pas les services au public en ligne.

Le CSA régule l'offre de détail dans la gestion de la ressource et le contrôle des contenus des services audiovisuels, marché historiquement basé sur le hertzien.

Pour garantir et renforcer les mécanisme permettant l'exception culturelle, il semble pertinent que le champ d'action du CSA s'élargisse à l'ensemble du domaine des services audiovisuels sur tous les supports de communication électronique.