

# BUSINESS

## TECHNOLOGIES & MÉDIAS



Les membres de Conseil supérieur de l'audiovisuel ont tenu hier une conférence de presse sur la radio numérique terrestre.

# La radio numérique lancée fin 2009 à Paris et dans le Sud-Est

**LAGARDÈRE, RTL ET TF1 SONT LES GRANDS VAINQUEURS** des choix effectués hier par le CSA. NRJ et NextRadioTV sont furieux.

Par JAMAL HENNI

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a fait hier sept heureux élus: les nouvelles radios qui pourront diffuser en numérique dès cette année. Sans surprise, Lagardère et RTL figurent parmi les lauréats, chacun avec une radio d'information sportive. D'abord, Europe 1 Sport, issu du rachat en 2008 de la station parisienne Sport MX (ex-Sport OFM) pour une demi-douzaine de millions d'euros. Ensuite, RTL l'Équipe, filiale commune à 50-50 de la radio et du quotidien sportif, déjà diffusée depuis 2007 sur Internet. Interrogé sur ce tropisme en faveur de l'information sportive, le conseiller du CSA Rachid Arhab a répondu: « C'est un choix assumé, et ces deux radios ont une offre assez différente ».

Le CSA permet aussi à TF1 de faire enfin son entrée dans le monde de la radio, en retenant LCI Radio, chaîne d'information déjà diffusée sur le Web depuis janvier 2009. « Une radio d'un autre genre que France Info », selon Rachid Arhab, jugeant « intéressant que l'auditeur ait le choix ».

### ■ 75 CANDIDATURES

Le précieux sésame a aussi été attribué à quatre candidats inattendus. D'abord, des radios communautaires destinées aux berbères (Antinea) et aux asiatiques (Mandarin). « Deux communautés qui avaient souvent frappé à la porte de la FM sans jamais être satisfaites », selon Rachid Arhab. Ensuite, R2O, une station ciblant les 6-13 ans, portée par Patrick Fillioud et Joël Pons, qui avaient en 2002 relancé Superloustic sur les ondes moyennes, finalement liquidée en 2006. Enfin, Crooner, une

radio consacrée aux « belles voix », lancée par Jean-Baptiste Tuzet, ancien animateur producteur sur Radio France.

Le gendarme de l'audiovisuel avait reçu près de 75 candidatures pour de nouvelles chaînes, mais ne disposait, à Paris, que de 7 places. Il a donc effectué un choix drastique, écartant notamment les projets de NRJ, NextRadioTV ou Goom, qui repartent les mains vides. Alain Weill, PDG de NextRadioTV (et propriétaire de « La Tribune ») compte déposer un recours gracieux contre « un choix incompréhensible et discriminatoire, qui rompt l'équilibre entre les groupes: non seulement nous n'obtenons rien, mais en outre RMC va devoir faire face à de nouvelles radios sportives de concurrents bien plus puissants ». De même, Jean-Paul Bauducroux, PDG de NRJ, étudie un recours contre un choix « très décevant et vraiment choquant, qui privilégie RTL, groupe allemand, alors que NRJ n'arrive pas à obtenir des fréquences en Allemagne ».

Parallèlement, le numérique va aussi permettre aux stations existantes d'étendre leur couverture. Par exemple, RFI, Oufi FM, Latina, FG... seront désormais diffusées en province.

« Le CSA prévoit désormais un lancement région par région et non par agglomération. La couverture nationale sera atteinte fin 2014.

Au passage, le gendarme de l'audiovisuel a annoncé un changement complet de sa stratégie de déploiement. Il prévoit désormais un lancement région par région, alors qu'il avait décidé initialement de procéder par agglomération. Surtout, alors qu'il projetait à l'origine de couvrir 19 villes à la fin 2009 (soit 30 % de la population), il a choisi de restreindre la couverture initiale à Paris, Marseille et Nice (15 % de la population). « L'objectif reste

un démarrage sur ces trois zones en décembre 2009 », selon Rachid Arhab.

### ■ RECOURS

Sur les autres régions, de nouveaux appels à candidatures seront lancés entre la fin 2009 et la fin 2013, à raison d'une région par trimestre. La couverture nationale sera finalement atteinte à la fin 2014. Le CSA a promis que les candidats n'auront qu'à « actualiser » les dossiers déjà déposés en octobre 2008 pour les 16 villes de province finalement non attribuées.

Modifier l'appel à candidatures après son lancement entraînera « bien sûr des recours », a prédit le président du CSA, Michel Boyon, assurant toutefois ne « pas avoir de souci », car les motifs de ces changements « sont parfaitement valables juridiquement ». Le CSA dit y voir aujourd'hui plus clair sur les fréquences utilisées pour la radio numérique. Il s'agira des fréquences actuellement utilisées pour diffuser Canal Plus en analogique. Cette diffusion va s'arrêter d'ici à décembre 2010, et même dès novembre 2009 en Provence-Alpes-Côte d'Azur, où le choix de Marseille et Nice. ■

### LA RADIO NUMÉRIQUE, MODE D'EMPLOI

La radio numérique terrestre apportera un son de meilleure qualité, comme la TNT a apporté une meilleure image en télévision. Elle permettra aussi de proposer des données multimédia associées, par exemple le titre de la chanson diffusée, des cartes météo, des flashes d'information, etc. Elle nécessitera de se doter d'un nouveau récepteur. Toutes les radios FM seront reprises en numérique, ainsi que certaines nouvelles radios. Mais, contrairement à la TNT, aucune date d'extinction de la diffusion analogique n'a encore été fixée.



5 décembre 2007: Christine Albaladejo signe l'arrêté fixant les normes utilisées, et promet la radio numérique pour « Noël 2008 ».

26 mars 2008: le CSA lance l'appel à candidatures, promettant de publier les résultats « fin 2008 » et de premières émissions « début 2009 ».

30 mai 2008: à la demande des radios, le CSA repousse la remise des candidatures du 16 juin au 1<sup>er</sup> octobre 2008.

1<sup>er</sup> octobre 2008: 377 candidatures déposées.

26 mai 2009: le CSA publie les résultats.

Fin 2009: début prévu des émissions sur Paris, Marseille et Nice.

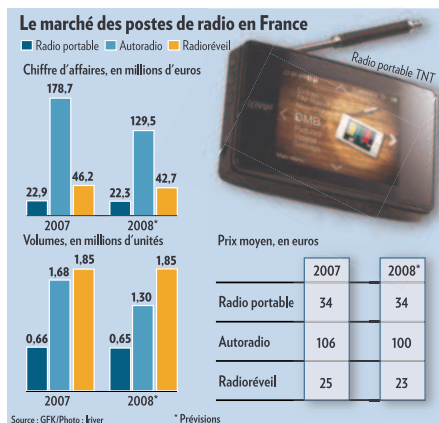
1<sup>er</sup> septembre 2010: toutes les radios à la vente capables d'afficher des contenus multimédia, à l'exception des autoradios, devront recevoir la radio numérique.

1<sup>er</sup> septembre 2012: cette obligation s'étend à tout terminal pouvant recevoir la radio (téléphone mobile, etc.).

1<sup>er</sup> septembre 2013: cette obligation s'étend aux autoradios.

## Des fabricants encore en phase d'attente

LES FRANÇAIS ONT 180 MILLIONS DE RÉCEPTEURS RADIO. Leur basculement au numérique ouvre un vaste marché.



À CE STADE, grands fabricants d'électronique grand public ou de téléphones mobiles restent attentistes face à la radio numérique. Avec des approches contrastées toutefois. Sony ne cache pas son intérêt. « Quand le contenu sera accessible au grand public, il faudra être parmi les premiers à proposer des appareils, d'autant plus que les premiers clients seront plutôt haut de gamme », estime Hervé Vancompernelle, directeur marketing Sony France.

Au contraire, Panasonic indique n'être « pas très moteur là-dessus ». Le Sud-Coréen LG compte, pour sa part, commercialiser deux téléphones portables équipés pour recevoir la radio numérique en 2009, mais « n'en fait pas une bataille, le marché (étant) assez

petit », selon Éric Surdej, directeur général de LG France. Au contraire, Bernard Heger, délégué général du Simavelec, le syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques, se dit « très enthousiaste » sur la radio numérique, « qui va permettre au média de se repositionner de façon un peu plus moderne ». Les foyers français ont en moyenne de 5 à 6 récepteurs radio (radio-réveil, chaîne hi-fi, radio et téléphone portable...), soit environ 180 millions de postes à remplacer en numérique un jour ou l'autre.

### ■ SURCÔÛT DE FABRICATION

La visibilité reste limitée sur les prix des appareils. Les fabricants n'ont pas encore dévoilé leur dispositif. Le Simavelec estime à 25-30 euros le surcôté

de fabrication d'un récepteur de radio numérique, par rapport à un poste traditionnel. Mais ce surcôté ne préjuge en rien des offres qui seront proposées au consommateur. Les fabricants peuvent être tentés de valoriser leurs produits avec des écrans de qualité, la norme retenue par la France permettant d'associer des contenus visuels aux programmes radio. Quoi qu'il en soit, le cadre législatif va soutenir le marché. En effet, la loi contraint, à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2010, les fabricants de radios multimédia à pouvoir recevoir la radio numérique. Deux ans plus tard, l'obligation sera étendue à l'ensemble des terminaux multimédia capables de recevoir la radio, hors autoradio, qui ne seront concernés qu'en 2013. O.H.