

AN RADIO



CSA
CONSEIL SUPERIEUR
DE L'AUDIOVISUEL



BILAN RADIO

B

BILAN RADIO



AN
RADIO

88

SOMMAIRE

05 EDITO

La radio : le plus beau média du monde ?
Marc Janssen (Président du CSA)

06 PAYSAGE

07 Carte blanche

Le paysage radiophonique belge, entre stabilité et bouleversements,
Aurélië Moreau (Journaliste, La Libre Belgique)

- 08 **Le paysage radiophonique**
- 09 **Les radios de service public**
- 10 **Les radios en réseau**
- 12 **Les radios indépendantes**

18 CONSOMMATION

19 Carte blanche

La radio, un média qui ne montre pas de signe de faiblesse, Michaël Debels (Sr. Project Manager CIM, Centre d'Information sur les Médias)

- 20 **Usages et audiences**
- 22 **Les nouveaux modes de consommation**

24 PROXIMITÉ

25 Carte blanche

La radio : proche, directe, sans fard,
Ingrid Franssen (Journaliste Bel RTL)

- 26 **Quand l'auditeur « fait » l'émission**
- 28 **La radio, média local et de proximité**
- 30 **Une voix pour les minorités : la diversité sur les ondes**

- 32 **La radio, un moyen d'expression facile d'accès**

- 33 **Radio libellule « Plus qu'un simple outil de diffusion »**

34 MUSIQUE

35 Carte blanche

Les nouvelles technologies au service de la radio, Pierre Mengal (Warm FM, Retrology.fm)

- 36 **Les quotas radiophoniques**
- 39 **Trois questions à Marie Warnant et à Stromae**
- 40 **Le deejaying, un véritable courant artistique**
- 41 **Les radios thématiques**

42 INFORMATION

43 Carte blanche

Pauvre info, Frédéric Antoine (Professeur en information et communication à l'UCL)

- 44 **Il est 7heures, le journal vous est présenté par ...**

Déontologie, traitement et qualité de l'information
Diversité de tons et formes
Confiance dans les médias

46 CRÉATION

47 Carte blanche

Faire de la radio autrement, Déborah Fabré (Radio Campus Bruxelles)

- 48 **La création radiophonique**

- 49 **Le FACR, Fonds d'Aide à la Création Radiophonique**

- 50 **Les radios associatives hors des sentiers battus**

- 51 **La radio, partie intégrante de notre univers culturel**

52 GESTION

53 Carte blanche

Les réseaux provinciaux sur le fil,
Serge Leenman (Administrateur Must FM)

- 54 **Emploi et bénévolat**
- 55 **Sources de financement**

Les radios de la RTBF
Les radios privées
Le marché publicitaire
Le FACR (Fonds d'Aide à la Création Radiophonique)
Parts de marché

- 58 **Pluralisme et transparence des médias**

60 RÉGLEMENTATION

61 Carte blanche

FM 2008, exemplaire unique ?,
François Jongen (Professeur à UCL et Avocat au Barreau de Nivelles)

- 62 **Le cadre réglementaire du secteur radiophonique**

- 63 **Les autorisations, et après ?**

LA RADIO : LE PLUS BEAU MÉDIA DU MONDE ?

Marc JANSSEN
Président

Le *Bilan Radio* du CSA, comme le *Bilan TV* qui l'a précédé l'année dernière, poursuit un double objectif : mettre à disposition du public, dans une perspective transversale et pluriannuelle, toutes les informations dont le régulateur dispose à travers sa mission de contrôle, et mettre en valeur ce secteur et ceux qui le font vivre. C'est pourquoi nous avons également voulu ouvrir ces pages à des acteurs et des observateurs, en les invitant à partager, en toute liberté, leurs analyses, leurs témoignages, leurs expériences.

Le maintien d'un paysage radiophonique en bonne santé créative, culturelle et économique, dépend évidemment et avant tout de la détermination et du dynamisme des acteurs eux-mêmes, avec lesquels le CSA veut maintenir un dialogue franc, critique et constructif, motivé par le service au public et la défense de l'intérêt général.

Ce Bilan, vous le lirez, fait le constat d'un média qui reste parmi les médias les plus populaires, les plus démocratiques, les plus diversifiés. La radio informe et divertit, elle crée et renforce le lien social, elle révèle des talents, elle s'adresse à un public très large, qu'elle fédère avec une impressionnante fidélité.

Nous avons en Fédération Wallonie-Bruxelles tous les signes d'un paysage radiophonique diversifié et bien vivant. Ses atouts apparaissent au fil des pages : une offre variée et stable, une grande proximité avec le public (malgré, voire grâce à, l'émergence des nouvelles technologies), une consommation qui ne faiblit pas, l'existence d'un tissu de radios indépendantes et

associatives au sein desquelles se mobilisent près de 1800 bénévoles, un terrain de création et d'expressions.

De ce premier bilan sur la radio se dégagent des motifs de satisfaction et se dessinent de vrais enjeux. De réelles difficultés se précisent également : problèmes et déséquilibres de couverture géographique, répartition inégale du marché publicitaire, précarité des acteurs les plus faibles et de certains modèles économiques.

Le maintien d'un paysage radiophonique en bonne santé créative, culturelle et économique, dépend évidemment et avant tout de la détermination et du dynamisme des acteurs eux-mêmes. Le CSA est également conscient de ses propres responsabilités. Notre préoccupation majeure est que l'encadrement légal ne devienne pas un frein à la créativité, un motif de découragement ou, plus généralement, un carcan, qui briderait les initiatives de développement plutôt qu'il ne les accompagnerait. Nous voulons contribuer à l'émulation collective du secteur. A tout moment, nous restons lucides quant aux réalités concrètes et aux difficultés que représentent, au quotidien, la gestion d'une radio. Nous devons continuer à traiter des problèmes techniques, dont les premières victimes sont toujours les auditeurs et les radios qui jouent le jeu de la légalité. Nous devons rester vigilants face aux tentatives de détourner de leur finalité des projets radiophoniques qui avaient été autorisés pour leur contribution à la diversité de l'offre. Nous devons, enfin, veiller à maintenir, avec tous les acteurs du secteur, un dialogue franc, critique et constructif, motivé par le service au public et la défense de l'intérêt général.

Ces incertitudes et ces difficultés n'entament pas la passion et le dynamisme : c'est sans aucun doute la conclusion la plus encourageante de ce *Bilan Radio*.

EDITORIAL

DEPUIS L'ARRIVÉE DES PREMIÈRES RADIOS LIBRES IL Y A UNE TRENTAINE D'ANNÉES, LES CONTOURS DU PAYSAGE RADIOPHONIQUE DE LA FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES SE SONT PROGRESSIVEMENT PRÉCISÉS, AU RYTHME DES PLANS DE FRÉQUENCES ET DES ÉVOLUTIONS TECHNIQUES. AUJOURD'HUI LARGE ET COMPLEXE, L'OFFRE ENGLOBE DES RADIOS PUBLIQUES ET PRIVÉES, INDÉPENDANTES, ASSOCIATIVES, EN RÉSEAU, ET DEPUIS PEU, DES WEBRADIOS. QUEL EST LE PROFIL DE CES RADIOS ? OÙ ET SUR QUELLES FRÉQUENCES LES ÉCOUTER ?



LE PAYSAGE RADIOPHONIQUE BELGE, ENTRE STABILITÉ ET BOULEVERSEMENTS

Aurélié MOREAU
Journaliste à la rédaction de La Libre Belgique

Il est désormais bien loin le temps du transistor. Depuis le dernier plan de fréquences 2008 et après 20 années de blocages, d'effets d'annonces et de déboires juridico-politiques (émaillés d'embûches techniques, de comportements pirates de certains opérateurs et de conflits avec le gouvernement flamand), les 11 réseaux de radios et les 81 stations indépendantes émettent officiellement dans l'éther de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Pirates, les radios libres avaient, de facto, échappé à tout contrôle des organes de régulation, faute de pouvoir obtenir des

Aujourd'hui, si la bataille de la bande 87.5-108MHz semble résolue et ses fréquences acquises, le secteur n'en demeure pas moins soumis à de nombreuses tergiversations. A l'ère du numérique, l'espace économique majeur de l'industrie radiophonique est confronté à de nouveaux défis, notamment financiers et de gestion.

autorisations d'émettre. L'objectif était alors de les réintégrer dans le paysage radiophonique belge afin de les soumettre à une série d'obligations (promotion culturelle, quota de musique francophone, contribution annuelle au Fonds d'aide à la Création radiophonique, etc.). Mais la bande FM n'est pas infinie : le nombre de fréquences est limité alors que la couverture géographique et la puissance de certaines d'entre elles sont fortement restreintes. Dès lors, l'accès aux ondes a été soumis à d'importantes contraintes techniques. Il a fallu gérer – en bon père de famille – l'espace radiophonique et attribuer des fréquences selon des critères objectifs tout en conciliant les exigences

CARTE BLANCHE

élémentaires en matière de pluralisme et de diversité. Inutile de préciser que les négociations furent ardues. A la redistribution des cartes, certains piochèrent une mauvaise main (Fun Radio, Ciel FM, BFM et Mint) et pointèrent du doigt la gourmandise de la RTBF alors que d'autres dénoncèrent « *des relais politiques privilégiés* » au profit des radios générant les plus grandes parts de marchés et « *au détriment des radios associatives ou communautaires* ». Ils furent nombreux à signaler les « *déséquilibres et les inégalités* » du nouveau cadastre, les points forts et les points faibles, à tort ou à raison, entre les radios privées et publiques ou entre les réseaux et les radios indépendantes.

Aujourd'hui, si la bataille de la bande 87.5-108MHz semble résolue et ses fréquences acquises - définissant ainsi le paysage radio pour quelques années encore - le secteur n'en demeure pas moins soumis à de nombreuses tergiversations. A l'ère du numérique, l'espace économique majeur de l'industrie radiophonique est confronté à de nouveaux défis, notamment financiers et de gestion. La voie hertzienne terrestre analogique (la classique bande FM) étant saturée, de nouveaux modes de diffusion prennent le relais (le câble, Internet ou le hertzien numérique). Les podcasts, le multiplexage, la téléphonie et l'Internet mobile (smartphones, tablettes, etc.) bouleversent les modes de consommation - jusqu'à présent linéaires - des auditeurs. Si de nombreuses études ont démontré que la multiplicité des modes de diffusion renforçaient la consommation FM (en amenant de nouveaux auditeurs vers le média radio), elle n'en bouleverse pas moins les contenus. « Stratégie 360° », « multimédia », « interactivité » et « renforcement de la marque » sont dorénavant les maîtres mots d'un secteur engagé dans une profonde remise en question et par conséquent amené à fortement évoluer dans les dix prochaines années.

LE PAYSAGE RADIOPHONIQUE

Depuis les premières heures de la FM à l'aube des années 80, le paysage radiophonique de la Fédération Wallonie-Bruxelles s'est progressivement façonné au rythme des évolutions et des plans de fréquences. Depuis 2008, il a pu trouver une certaine stabilité. Tour d'horizon de l'offre, achevé le 15 novembre 2011.

LES RADIOS PUBLIQUES (P. 9)

La RTBF, ou Radio Télévision Belge Francophone, propose cinq services radiodiffusés en FM, ainsi que RTBF International et plusieurs webradios. La couverture de ces cinq services, bien qu'inégale, couvre une grande majorité du territoire.

LES RÉSEAUX (P. 10-11)

Reconnus en 2008, 11 radios privées structurées en réseau allant de 10 à 42 fréquences FM proposent leurs programmes à une large partie de la population. On y distingue quatre réseaux à couverture communautaire (Bel RTL, Radio Contact, Nostalgie et NRJ), deux réseaux à couverture urbaine (Fun Radio et Twizz Radio) ainsi que cinq réseaux provinciaux (Sud Radio en Hainaut, Antipode en Brabant wallon, Maximum FM en province de Liège, et Must FM en deux déclinaisons pour les provinces de Namur et Luxembourg).

LES RADIOS INDÉPENDANTES (P. 12-17)

Des radios géographiques locales aux radios communautaires en passant par les radios associatives et les radios thématiques, un maillage de 81 radios privées indépendantes offre une grande diversité de programmes de portée essentiellement locale, partout en Wallonie et à Bruxelles. Certaines, les radios associatives et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente, disposent d'un statut particulier par lequel leur contribution à la diversité des ondes est reconnue en soutenue.

LES WEBRADIOS

Les webradios se sont développées grâce à l'évolution technologique. Ce sont des radios disponibles uniquement sur Internet. Etant donné qu'elles n'utilisent pas les ressources rares que sont les fréquences hertziennes, elles sont soumises à un simple régime déclaratif.

Comme les radios FM, les webradios sont soumises à des conditions à remplir au moment de leur déclaration au CSA et pendant toute la durée de leur activité, notamment en matière de respect de droits d'auteurs et voisins, d'information,.... Afin de remplir sa mission de contrôle, le CSA demande aussi à l'éditeur de la webradio un rapport d'activités de l'année écoulée ainsi que les bilans et comptes annuels. En matière de contenus, par contre, elles ne sont pas soumises aux règles applicables aux radios FM, sauf si elles sont disponibles sur bouquets numériques par abonnement.

Plus d'infos : www.csa.be/documents/show/48

LISTE DES WEBRADIOS DÉCLARÉES AU 31/12/2011

Radio El Boss

« Une webradio qui veut toujours aller de l'avant avec un contenu informatif et convivial. « Web »Radio El Boss Plus Proche De Vous. »

www.radioelboss.be

Retrology

« Webradio diffusant de la musique Rétro House des années 90. »

www.retrology.fm

Radio Quart d'Onde

« Webradio née de l'initiative de la maison de jeunes de Brugelette Les Chardons. »

www.rqo.be

Mint

« Mint est le juste équilibre entre les titres pop-rock de ces 30 dernières

années, les nouveautés du moment, et les futurs grands de la scène pop-rock belge et internationale. »

www.mint.be

Radio Si

« Radio Si émet en français, italien, espagnol, grec et portugais et vise à promouvoir une interculturelité en devenir au sein de la région bruxelloise. »

www.radiosi.org

Contact R'n'B

« L'émission de référence des musiques urbaines a enfin sa radio ! Daddy-K et Le « S » proposent une programmation mélangeant les classiques Old School et les nouveautés des 4 coins du monde, sans oublier la scène belge. R'n'b ; Hip-Hop et Ragga, pas d'exclusive, pas de concessions. »

www.contactrnb.be

LES RADIOS DE SERVICE PUBLIC

Editeur : RTBF.be. **Administrateur général :** Jean-Paul Philippot.

Directeur général de la radio et des partenariats radio-TV : Francis Goffin

Les radios de la RTBF sont disponibles en FM, en DAB (bloc 12B), mais aussi via le câble de télédistribution, la TNT et la télévision numérique (VOO, Telenet, Belgacom TV)

La Première



« La radio généraliste de référence de la RTBF pour les accros de l'info et les curieux de la culture. »

www.lapremiere.be

Directeur : Jean-Pierre Hautier

Bruxelles centre	92.5
Bruxelles	96.1
Brabant Wallon	96.1
Huy	94.3
Liège	96.4
Malmédy	89.2
Saint-Vith	87.9
Spa	97.3
Verviers	91.3
Waremme	94.6
Ath	97.9
Charleroi	94.8
Chimay	87.6
Comines	94.1
Hainaut occidental (Tournai)	106.0
La Louvière	91.5
Mons	91.5
Thuin	93.4
Couvin	94.2
Région namuroise	102.7
Bouillon	89.4
Houffalize	90.2
La Roche-en-Ardenne	96.0
Marche-en-Famenne	93.3
Sud-Luxembourg et Ardenne	96.4
Vielsalm	102.8

Vivacité



« La radio complicité, la plus écoutée de la RTBF, généraliste proche de son public grâce à son ton et à son ancrage régional, couvrant aussi très largement l'actualité sportive. »

www.vivacite.be

Directeur : Eric Gilson

Bruxelles	99.3
Wavre	97.3
Liège	90.5
Malmédy	91.6
Spa	94.6
Verviers	103.0
Welkenraedt	89.4
Centre - La Louvière	99.5
Charleroi	92.3
Chimay	95.4
Hainaut occidental	101.8
Mons	97.1
Couvin	89.3
Namur centre	89.1
Région namuroise	98.3
Ardenne et Sud-Luxembourg	91.5
Bouillon	98.2
Houffalize	91.8
La Roche-en-Ardenne	88.2
Marche-en-Famenne	95.2

Classic 21



« La radio Rock'n Pop par excellence avec une programmation musicale axée sur les classiques du Rock et de la Pop, la radio du radioguidage grâce à ses flashes réguliers RTBF Mobilinfo. »

www.classic21.be

Directeur : Marc Ysaye

Bruxelles	93.2
Brabant Wallon	93.2
Province de Liège	95.6
Hainaut occidental	104.6
Région de Charleroi-Mons	99.1
Province de Namur	90.8
Ardenne et Sud-Luxembourg	87.6
La Roche-en-Ardenne	89.4
Marche-en-Famenne	90.0

Pure FM



« La radio des jeunes qui mise sur la découverte des nouveaux talents belges et internationaux, présente sur quasi tous les festivals de musique. »

www.purefm.be

Directeur : Rudy Léonet

Bruxelles centre	88.8
Bruxelles	101.1
Brabant Wallon	101.1
Wavre	101.1



Musiq'3



« La radio de tous les classiques mais aussi du jazz, de l'opéra, de la musique de films, de la chanson française,.... »

www.musiq3.be

Directeur : Bernard Meillat

Bruxelles	91.2
Brabant Wallon	91.2
Tubize et Braine-le-Château	94.0
Province de Liège	99.5
Charleroi centre	97.1
Chimay	91.6
Hainaut occidental	102.6
La Louvière et Binche	97.9
Mons	88.5
Province de Namur et Basse Sambre	92.8
Ardenne et Sud-Luxembourg	94.1
La Roche-en-Ardenne	97.6

Huy	91.4
Liège	92.5
Verviers	87.9
Waremme	87.8
Charleroi	96.6
Hainaut occidental	90.6
Hainaut oriental	96.6
Tournai	90.6
Namur	89.8
Famenne	97.8
Anlier	89.9
Arlon	98.4
Léglise	89.9
Marche	97.8
Spa	94.1

LES RADIOS EN RÉSEAU

QUATRE RÉSEAUX COMMUNAUTAIRES

Bel RTL

« Bel RTL est une radio généraliste qui s'adresse à un large public. »
www.belrtl.be

Editeur : INADI SA
Directeur général : Eric Adelbrecht
Actionnariat : Radio H (99.9%) et Coblifra SA (0.01%)

Radio Contact

« Radio Contact est une radio transgénérationnelle de proximité qui s'adresse aussi bien à l'écolier et à l'étudiant qu'à leurs parents. »
www.radiocontact.be

Editeur : COBELFRA SA
Directeur général : Eric Adelbrecht
Actionnariat : Radio H (99.9%) et Joker FM SA (0.01%)

DEUX RÉSEAUX URBAINS

Fun Radio

« Fun Radio se présente comme une radio avec un esprit jeune, jeune adulte, dynamique, proche de son public par ses programmes variés, par leur contenu divertissant, informatif, interactif et un ton résolument positif et belge. »
www.funradio.be

Bruxelles.....	104	Tournai.....	93.6	Philippeville.....	106.1
Wavre.....	100.2	Huy.....	88	Arlon.....	97.2
Ath.....	103.6	Liège.....	103.6	Bastogne.....	106.1
Braine-le-Comte.....	88.9 - 106.7	Malmedy.....	89.8	Bouillon.....	99
Charleroi.....	104	Verviers.....	106.8	Libramont-Chevigny.....	106.2
Comines-Warneron.....	90.8	Beauraing.....	101.4	Marche-en-Famenne.....	101.6
Enghien.....	107	Ciney.....	107.6	Messancy.....	106.1
La Louvière.....	95.3	Couvin.....	101.7	Neufchâteau.....	105.2
Mons.....	103.4	Dinant.....	105.2	Virton.....	104.8
Soignies.....	106.1	Namur.....	101.6		

Jette.....	102.2	Huy.....	96.9	Mettet.....	107.3
Jodoigne.....	106.8	Liège.....	102.2	Rocheftort.....	106.6
Nivelles.....	89.9	Lincent.....	94	Viroinval.....	104.7
Ottignies-Louvain-la-Neuve.....	104.5	Malmedy.....	104.7	Bastogne.....	104.6
Ath.....	106.4	Spa.....	97.7	Bertrix.....	106.6
Braine-le-Comte.....	107.8	Verviers.....	101.6	Bouillon.....	97.1
Bruglette.....	105.1	Waremme.....	100.7	Durbuy.....	105.3
Charleroi.....	102.2	Welkenraedt.....	104.9	Houffalize.....	102.5
Chimay.....	106.6	Beauraing.....	106.7	La Roche-en-Ardenne.....	106.5
Dour.....	106.7	Cerfontaine.....	106.4	Libramont-Chevigny.....	107.8
Erquelines.....	105	Ciney.....	98.8	Marche-en-Famenne.....	104.6
La Louvière.....	105.1	Dinant.....	101.9	Saint-Léger.....	101.8
Mons.....	102.3	Fosses-la-Ville.....	107.8	Vielsalm.....	107.8
Mouscron.....	106.8	Gembloux.....	106.7		
Tournai.....	101	Namur.....	104.7		

Charleroi.....	103.5	Dinant.....	106.6
Fleurus.....	107.2	Gembloux.....	89.2
Frameries.....	93.9	Namur.....	107.5
La Louvière.....	107.3	Bastogne.....	92.9
Soignies.....	99.7	Marche-en-Famenne.....	101.2
Tournai.....	97.4	Messancy.....	107.5
Jalhay.....	105.7		
Huy.....	98.8		
Liège.....	99		
Remicourt.....	106.4		

Nostalgie

« La mission de Nostalgie est d'offrir aux personnes, des émotions authentiques et bénéfiques grâce à la musique d'hier et au ton actuel et crédible des journalistes et à celui, actuel, complice, bienveillant et joyeux des animateurs. »
www.nostalgie.be

Editeur : Nostalgie SA
Directeur général : Marc Vossen
Actionnariat : Corelio SA (50%) et Radio Nostalgie SAS (50%)

NRJ

« NRJ propose le meilleur des hits actuels (pop-rock, R'n'B, dance et variétés) et des moments de divertissement contemporain. »
www.nrj.be

Editeur : NRJ Belgique SA
Directeur général : Marc Vossen
Actionnariat : NRJ SAS (99.99%) et NRJ Group SA (0.01%)

Twizz Radio

« Twizz est une radio généraliste mêlant l'information en continu, le meilleur de la musique pop-rock et l'humour de Laurent Ruquier. »
www.twizzradio.be

Editeur : TWIZZ RADIO SA
Directeur général : François Le Hodey

Bruxelles.....	100	La Louvière.....	89.2	Gembloux.....	107.4
Genappe.....	107.7	Lobbes.....	107	Namur.....	100.4
Jodoigne.....	95.1	Péruwelz.....	107.3	Andenne.....	107.7
Nivelles.....	87.9	Tournai.....	107.2	Couvin.....	100.5
Perwez.....	107.6	Bassenge.....	105.9	Dinant.....	100.7
Wavre.....	105.1	Faimes.....	107.5	Rocheftort.....	107
Ath.....	107.1	Fléron.....	89.7	Ciney.....	106.9
Binche.....	106.7	Hannut.....	105.8	Arlon.....	102.4
Charleroi.....	100	Huy.....	104.1	Bouillon.....	107.6
Chimay.....	107.7	Liège.....	95	Durbuy.....	107.3
Comines-Warneron.....	95.2	Pepinster.....	92.3	Marche-en-Famenne.....	107.9
Dour.....	107.5	Spa.....	107.5	Neufchâteau.....	107
Ecaussinnes.....	107.5	Waremme.....	107.1	Rouvroy.....	107.9
Enghien.....	107.4	Beauraing.....	107.1	Saint-Hubert.....	100.2
Frameries.....	89.9	Sambreville.....	87.8	Vaux-sur-Sûre.....	106.4

Bruxelles.....	103.7	Enghien.....	105	Dinant.....	105.6
Braine L'alleud.....	99.8	Frameries.....	105.6	Florennes.....	105
Grez-Doiceau.....	107.5	La Louvière.....	105.5	Fosses-la-Ville.....	88.7
Jodoigne.....	106.1	Mons.....	104.9	Namur.....	104.3
Nivelles.....	105.3	Mouscron.....	107.5	Arlon.....	89.5
Tubize.....	88.6	Soignies.....	105.4	Bastogne.....	106.7
Wavre.....	106.2	Tournai.....	107.6	Bertrix.....	107.3
Ath.....	105.5	Liège.....	104.5	Bouillon.....	88.3
Charleroi.....	91.9	Malmedy.....	92.7	Durbuy.....	104.9
Chapelle-lez-Herlaimont.....	104.8	Wanze.....	104.8	Léglise.....	103.2
Chimay.....	105.2	Chimay.....	105.2	Marche-en-Famenne.....	105.9
Comines-Warneron.....	100.7	Comines-Warneron.....	100.7	Saint-hubert.....	106.7
Ellezelles.....	106.7	Ellezelles.....	106.7	Rouvroy.....	105.1

Comines-warneron.....	91.7	Namur.....	99.7
La Louvière.....	95.6	Arlon.....	101
Mons.....	107.2	Durbuy.....	106.4
Tournai.....	106.5	Marche-en-Famenne.....	105.5
Huy.....	105.6	Herbeumont.....	105.7
Liège.....	103.2	Saint-Hubert.....	106
Modave.....	97.4		
Waterloo.....	106.9		
Wavre.....	95.4		
Charleroi.....	101.4		

CINQ RÉSEAUX PROVINCIAUX

Antipode



« Antipode propose un contenu de proximité, adapté au profil des habitants du Brabant wallon. Elle cible plus particulièrement les familles de la province sensibles au bien-être. »
www.antipode.be

Editeur : Baffrey-Jauregui SNC
Président : Etienne Baffrey
Actionnariat : Etienne Baffrey (50%) et Maria Eva Jauregui (50%)

Beauvechain.....	106.4
Braine L'alleud.....	94.9
Jodoigne.....	107.2
Nivelles.....	94.2
Perwez.....	103.3
Rixensart.....	107.3
Tubize.....	106.3
Wavre.....	94.1

Sud Radio



« Sud Radio est une radio musicale généraliste de proximité. Sa grille: La bonne humeur et le soleil pour bronzer pleins tubes en po-si-ti-vant ! »

www.sudradio.net

Editeur : RMP SA
Administrateur délégué : Natacha Delvallée
Actionnariat : Média Invest (43,7%), Natacha Delvallée(38,17%), Serge Delvallée (10%) et Emmanuelle Delvallée (8,13%)

Ath.....	87.6
Braine-le-Comte.....	97.6
Charleroi.....	88.2 - 97.5
Huy.....	107.2
Chimay.....	105.9
Jalhay.....	106
Liège.....	100.9
Lincent.....	105.4
Spa.....	107.2
Sprimont.....	106.9
Waremme.....	91.9
Welkenraedt.....	107.3

Maximum FM



« Maximum est la radio de la Province de Liège. Elle donne la priorité à la détente et à la musique tout en agrémentant ses programmes d'informations régionales, nationales et internationales. »
www.maximumfm.be

Editeur : Maximum Média Diffusion SPRL
Directeur : Luc Hoven
Actionnariat : Antonio Di Sciascio (35%), Luc Hoven (35%), Patrick Lienne (10%), Vincent Bragard (0,1%), Serge Leenman (0,1%) et Samuel Tabart (0,1%)

Amay.....	105.2
Crisnée.....	97.1
Hannut.....	105.1
Couvin.....	105.9
Dinant.....	106.3
Gembloux.....	106.3
Namur.....	87.6
Philippeville.....	105.7
Sambreville.....	105.1

Must FM Namur



« Must Fm, la radio provinciale, est le reflet de la vie associative, sportive, culturelle, événementielle et entrepreneuriale de la Province de Namur au travers de toutes ses émissions. »
www.mustfm.be

Editeur : Régie Média Namur - RMN SPRL
Administrateur délégué : Vincent Bragard
Actionnariat : Solution Médias SA (99,7%), Vincent Bragard (0,1%), Serge Leenman (0,1%) et Samuel Tabart (0,1%)

Andenne.....	107
Beauraing.....	107.5
Ciney.....	94.5
Huy.....	107.2
Dinant.....	106.3
Gembloux.....	106.3
Namur.....	87.6
Philippeville.....	105.7
Sambreville.....	105.1

Must FM Luxembourg



« Must Fm, la radio provinciale, est le reflet de la vie associative, sportive, culturelle, événementielle et entrepreneuriale de la Province de Luxembourg au travers de toutes ses émissions. »
www.mustfm.be

Editeur : RMS Régie SA
Administrateur délégué : Serge Leenman
Actionnariat : Solution Médias SA (92,52%), Vincent Bragard (0,16%), Serge Leenman (0,16%) et Samuel Tabart (0,16%)

Arlon.....	104.6
Aubange.....	105.7
Bastogne.....	105.7
Bouillon.....	94.7
Durbuy.....	107.7
Habay.....	106
Houffalize.....	98.6
La Roche-en-Ardenne.....	105.4
Libramont-Chevigny.....	104.4
Marche-en-Famenne.....	105.1
Saint-Hubert.....	105.5
Vielsam.....	105.1

LES RADIOS INDÉPENDANTES

BRUXELLES

01	106.8	Al Manar/Al Markaziya
02	104.3	FooRire FM
03	106.1	Gold FM
04	87.7	Radio Air Libre
05	101.9	Radio Alma
06	92.1	Radio Campus Bruxelles
07	90.2	Radio Judaïca
08	97.8	Radio K.I.F.
09	105.4	Radio Panik
10	107.2	Radio Vibration
11	107.6	RCF Bruxelles

BRABANT WALLON

12	104.9	Canal 44
13	105.9	Radio Terre Franche
14	102.9	Radio Stéphanie
15	106.5	Passion FM
16	104.8	LN FM
17	101.6	Mélo FM
18	105.8	Ultrason
19	105.2	UpRadio
20	107.4	Scoop Mosaïque
21	101.9	Capital FM

NAMUR

22	106.6	Fréquence Plus
23	105.6	Radio Rîezes et Sarts
24	104.9	Fréquence Eghezée
25	105.5	Radio Chevauchoir
26	94.9	Hit Radio
27	106.6	Radio Cyclone - RCF Namur
28	106	Radio Equinoxe
29	88.1	Radio Studio One
30	107.1	RUN - Radio Universitaire Namuroise
31	105.8	Radio Snoupy
32	105	Radio Quartz

HAINAUT

33	106.9	Radio Columbia
34	92.9	Max FM
35	105.3	Vivante FM
36	107.8	Radio Salamandre
37	97.7	Move
38	99.9	Radio Beloëil
39	94.3 - 97.8	Buzz Radio
40	107.6	Mixx FM
41	105.2	Radio Italia
42	105.6	Ramdam Musique
43	106.5	Charleking
44	107.8	Radio Libellule FM
45	107.9	Radio Bonheur
46	107	Flash FM
47	107.8	Radio Tcheuw Beuzie
48	105.8	Radio Stars
49	106.1	Radio J600
50	106.3	Le Centre FM
51	90.1	Ma Radio
52	100.1	Electro FM
53	89.3	Phare FM
54	106.9	yoUfm
55	107.9	Loisirs 81
56	95	RQC - Radio Qui Chifel
57	95.1	Pacifique FM
58	87.7	Radio Tant que vive

LIÈGE

59	93.5	Radio Plein Sud
60	98.2	Canal Inter
61	107	RCH - Basse Meuse
62	106.3	AFM - Amay Fréquence Musique
63	105	48FM
64	106	Equinoxe FM
65	106.7	Radio Hitalia
66	93.8	RCF Liège
67	104.2	Warm
68	107.8	Génération
69	106.4	Mixt
70	105.4	Radio Al Manar
71	106.1 - 107.2	Radio Plus
72	107.4	Radio Prima
73	106.9	Est FM
74	101.8	Panache FM
75	106.2	Radio Ourthe Amblève
76	107.9	Radio Fize Bonheur

LUXEMBOURG

77	105.4	RCF - Namur service Bastogne
78	107.4	Studio 5
79	105	Radio Sud
80	89.1 - 96.2	7 FM
81	107	Métropole

BRUXELLES

Al Manar/Al Markaziya

106.8 à Bruxelles
« Al Manar va au cœur et livre l'information vraie. »
Profil : radio communautaire
Public cible : auditeurs originaires des pays arabes (Maghreb, Proche et Moyen orient)
Editeur : CEDAV SPRL (22/07/2008)
www.almanar.be

FooRire FM

104.3 à Bruxelles
« FooRire FM, du rire et des tubes ! »
Profil : radio thématique et radio généraliste
Public cible : 25 - 55 ans
Editeur : M.G.B. Associés SPRL (22/07/2008)
www.foorirefm.be

Gold FM

106.1 à Bruxelles
« Gold Fm, la radio Belgo-Turcophone Bruxelloise. »
Profil : radio communautaire et radio généraliste
Public cible : 15 - 45 ans
Editeur : Gold Music SPRL (22/07/2008)
www.goldfm.be

Radio Air Libre

87.7 à Bruxelles
« Radio Air Libre est, depuis 1980, une radio libre, associative, non commerciale et autonome, autogérée par ses animateurs, une radio progressiste, subversive, ouverte à la vie, à l'interrogation et à la réflexion, destinée à tous ceux et celles qui sont intéressés par une approche du monde qui soit critique, démystificatrice, créatrice. »
Profil : radio associative et d'expression
Public cible : tous publics
Editeur : Aïrs Libres ASBL (22/07/2008)
www.radioairlibre.be

Radio Alma

101.9 à Bruxelles
« Radio Alma, la fréquence méditerranéenne de Bruxelles. »

Radio associative et d'expression
Profil : radio communautaire et radio d'expression
Public cible : public local de la communauté française, espagnole, italienne, portugaise et internationale.
Editeur : Alma ASBL (22/07/2008)
www.radioalma.be

Radio Campus Bruxelles

92.1 à Bruxelles
« Radio Campus Bruxelles est une radio culturelle et musicale privilégiant l'ouverture et l'éclectisme et se définit comme un espace de libertés prônant la libre expression. »
Profil : radio associative et d'expression
Public cible : 15 ans et plus
Editeur : Campus Audio-Visuel ASBL (22/07/2008)
www.radiocampusbruxelles.org

Radio Judaïca

90.2 à Bruxelles
« Une radio thématique, communautaire, Judaïca offre à ses auditeurs une programmation complète et diversifiée, où la culture et l'information occupent une place prédominante. »
Profil : radio associative et d'expression
Public cible : une audience large, un auditorat généraliste, depuis les enfants jusqu'aux auditeurs plus âgés
Editeur : Cercle Ben Gourion ASBL (22/07/2008)
www.cerclebengourion.be

Radio K.I.F.

97.8 à Bruxelles
« K.I.F : Station de radio bruxelloise au format Hip-hop & R'n'B. »
Profil : radio thématique et radio géographique
Public cible : 15 - 35 ans
Editeur : Dune Urbaine ASBL (22/07/2008)
www.radiokif.be

Radio Panik

105.4 à Bruxelles
« Radio Panik offre gratuitement sur les ondes du

son varié en paroles, en bruits et en musiques. »
Profil : radio associative et d'expression
Public cible : radio d'expression
Editeur : Radio Panik ASBL (22/07/2008)
www.radiopanik.org

Radio Vibration

107.2 à Bruxelles
« Vibration est la radio bruxelloise spécialisée dans les musiques électroniques. »
Profil : radio associative et d'expression
Public cible : 15 - 50 ans
Editeur : Action Musique Diffusion ASBL (22/07/2008)
www.radiovibration.be

RCF Bruxelles

107.6 à Bruxelles
« RCF Bruxelles est une radio chrétienne, généraliste et grand public offrant un large programme d'émissions spirituelles, culturelles, socio-politiques, etc. dans une perspective de recherche de sens. »
Profil : radio communautaire
Public cible : public adulte
Editeur : RCF Bruxelles ASBL (22/07/2008)
www.rcf.be

BRABANT WALLON

Canal 44

104.9 à Braine L'Alleud
« Radio locale à vocation socio-culturelle. »
Profil : radio géographique et radio généraliste
Public cible : 25 - 80 ans
Editeur : Queen ASBL (22/07/2008)
www.canal44.be

Radio Terre Franche

105.9 à Chaumont-Gistoux
« Divertissement tous publics. »
Profil : radio géographique
Public cible : tous publics
Editeur : Radio Terre Franche ASBL (22/07/2008)
www.radioterrefranche.be

Radio Stéphanie

102.9 à Court-St-Etienne
« La radio proche de chez vous, votre radio. »
Profil : radio géographique
Public cible : tous publics
Editeur : Radio Stéphanie ASBL (22/07/2008)

Passion FM

106.5 à Jodoigne
« La passion pour vous et avec vous ! »
Profil : radio géographique
Public cible : tous publics
Editeur : Radio Centre Jodoigne ASBL (22/07/2008)
www.radiopassionfm.be

LN FM

104.8 à Louvain La Neuve
« Radio associative animée par les étudiants pour un large public. »
Profil : radio géographique
Public cible : tous publics
Editeur : Radio Louvain ASBL (08/04/2011)
www.lnfm.eu

Mélo FM

101.6 à Nivelles - Soignies
« Mélo FM est un média percutant au format généraliste et adulte de proximité. »
Profil : radio géographique et radio généraliste
Public cible : 25 - 55 ans
Editeur : FM Aclot ASBL (22/07/2008)
www.melodiefm.be

Ultrason

105.8 à Nivelles
« Ultrason, la radio qui donne l'attitude ! »
Profil : radio thématique
Public cible : 15 - 35 ans
Editeur : Ultrason ASBL (22/07/2008)
www.ultrasonfm.be

UpRadio

105.2 à Perwez
« Les couleurs de votre région », illustrant une Radio à vocation régionale, de proximité, positive, avec un programme continu 7j/7 axé sur

une musique de type « pop-rock » de qualité, une information régionale de proximité et des émissions thématiques en soirée et le week-end. »
Profil : radio géographique
Public cible : 18 - 50 ans
Editeur : CE.RE.DI.AN. ASBL (22/07/2008)
www.upradio.be

Scoop Mosaïque

107.4 à Tubize
« Scoop Mosaïque, le son libre. »
Profil : radio géographique
Public cible : tous publics
Editeur : BW ASBL (23/10/2009)
www.scoopradio.be

Capital FM

101.9 à Wavre
« Capital FM est la radio pop-rock à destination des 18 à 55 ans du centre du Brabant wallon. »
Profil : radio géographique et radio généraliste
Public cible : 25 - 55 ans et étudiants de Louvain-la-Neuve
Editeur : Radio FMK ASBL (22/07/2008)
www.capital-fm.be

NAMUR

Fréquence Plus

106.6 à Andenne
« Radio de proximité au service de toutes les associations locales ! »
Profil : radio géographique
Public cible : tous publics
Editeur : Fréquence Andenne ASBL (22/07/2008)
www.frequenceplus.be

Radio Rîezes et Sarts

105.6 à Chimay - Riezes
« Radio de proximité et de la bonne humeur. »
Profil : radio géographique
Public cible : 40 ans et plus
Editeur : Radio Rîezes et Sarts ASBL (22/07/2008)
www.radio-riezes.be

Fréquence Eghezée

104.9 à Eghezée

« Radio de proximité régionale. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Fréquence Eghezée ASBL (22/07/2008)**www.fr-eghezee.be****Radio Chevauchoir**

105.5 à Lesves

« Une radio de proximité souvent imitée mais jamais égalée. »

Profil : radio d'expression et radio géographique**Public cible :** 8 - 100 ans**Editeur :** Radio Chevauchoir ASBL (22/07/2008)**www.radiochevauchoir.be****Hit Radio**

94.9 à Namur

« Radio jeune, généraliste. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 18 - 39 ans**Editeur :** Vital FM ASBL (22/07/2008)**www.hit-radio.be****Radio Cyclone - RCF Namur**

106.8 à Namur

« RCF-Namur est une radio chrétienne généraliste de proximité s'adressant à un très large public. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** 35 ans et plus**Editeur :** Radio Cyclone RCF Namur ASBL (22/07/2008)**www.rcfnamur.be****Radio Equinoxe**

106 à Namur

« Equinoxe, ... la radio découverte ! »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Equinoxe Namur ASBL (22/07/2008)**www.equinoxenamur.be****Radio Studio One**

88.1 à Namur

« Radio Studio One diffuse de la musique électronique et à vocation non-commerciale. »

Profil : radio thématique**Public cible :** 15 - 35 ans**Editeur :** Radio Studio One ASBL (08/04/2011)**RUN - Radio Universitaire Namuroise**

107.1 à Namur

« La Radio du campus namurois dédiée aux musiques alternatives et à la culture en général. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio d'expression**Public cible :** tous publics mais majoritairement

étudiants

Editeur : O.R.E.F.U.N.D.P. ASBL (22/07/2008)**www.run.be****Radio Snoupy**

105.8 à Sambreville - Arsimont

« Radio familiale et conviviale. »

Profil : radio géographique et radio généraliste**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Snoupy ASBL (22/07/2008)**Radio Quartz**

105 à Sombreffe

« Radio Quartz, la radio découvreuse de talents. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 20 - 50 ans**Editeur :** Radio Quartz ASBL (22/07/2008)**www.radioquartz.be****HAINAUT****Radio Columbia**

106.9 à Aiseau-Presles

« Une offre radiophonique diversifiée pour le plaisir de ses auditeurs. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 7 - 77 ans**Editeur :** Radio Columbia ASBL (17/10/2008)**www.radio-columbia.be****Max FM**

92.9 à Ath - Brugelette

« M@X FM et Radio Quart d'Ondes sont deux radios locales établies sur une seule et même fréquence qui propose un large panel d'émissions pour répondre aux attentes des auditeurs. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Diffusion ASBL (17/10/2008)**www.maxfm.be****Vivante FM**

105.3 à Aulnois

« La radio 100% régionale, de tous les styles et de tous les âges. »

Profil : radio géographique et radio d'expression**Public cible :** 12 - 77 ans**Editeur :** C.P.A.H. Vivante FM ASBL (22/07/2008)**Radio Salamandre**

107.8 à Beaumont

« Radio de proximité, de diversité culturelle, transfrontalière, éclectique, accessible à tous et d'expression citoyenne. »

Profil : radio géographique et radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Salamandre ASBL (22/07/2008)**Move**

97.7 à Beloeil

« Move, la radio de rap et R'n'B à l'écoute des jeunes. »

Profil : radio thématique**Public cible :** 15 - 35 ans**Editeur :** Move ASBL (22/07/2008)**www.move-fm.be****Radio Beloeil**

99.9 à Beloeil

« Radio généraliste, divertissante qui s'adresse à un public adulte. »

Profil : radio géographique**Public cible :** Plus de 35 ans**Editeur :** Beloeil FM SPRL (22/07/2008)**www.beloeil-fm.be****Buzz Radio**

94.3 et 97.8 à Charleroi

« Buzz Radio c'est la radio des hits d'hier et d'aujourd'hui, d'ici et d'ailleurs, juste pour vous. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 25-45 ans**Editeur :** RMI FM ASBL (22/07/2008)**www.buzzradio.be****Mixx FM**

107.6 à Charleroi

« Mixx FM est la radio carolo spécialisée dans les musiques électroniques. »

Profil : radio thématique**Public cible :** 15 - 35 ans et plus**Editeur :** Charleroi Mix Diffusion ASBL (22/07/2008)**Radio Italia**

105.2 à Charleroi

« Musique italienne à 70%. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** 45 ans**Editeur :** Studio Tre ASBL (17/10/2008)**www.radioitalia.be****Ramdam Musique**

105.6 à Charleroi

« Radio pop-rock/rock des années 70 à nos jours. »

Profil : radio géographique et radio thématique**Public cible :** 25 - 35 ans**Editeur :** RDM ASBL (08/04/2011)**www.ramdammusique.be****Charleking**

106.5 à Chatelineau

« La Grande Radio de Charleroi...La Radio 100% Charleroi. »

Profil : radio géographique et radio thématique**Public cible :** 25 - 50 ans**Editeur :** FM Charleroi Promotion ASBL (22/07/2008)**www.radiocharleking.be****Radio Libellule FM**

107.8 à Comines-Warneton

« Libellule en tant que radio associative, est un

vecteur de diffusion des activités de l'entité Cominoise »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio géographique et radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Comines Contact Culture ASBL (22/07/2008)**www.libellulefm.be****Radio Bonheur**

107.9 à Courcelles

« Radio Bonheur, c'est la radio du coeur à toutes heures. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 30 - 99 ans**Editeur :** Radio Bonheur ASBL (22/07/2008)**Flash FM**

107 à Couvin

« Les souvenirs des années 80 jusqu'à nos jours. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 20 - 60 ans**Editeur :** Flash FM ASBL (22/07/2008)**www.flashfmlradio.be****Radio Tcheûw Beuzie**

107.8 à Frasnes Lez Anvaing

« Radio Tcheûw Beuzie est la radio de la région du « Pays des Collines » qui diffuse un concentré de ce qui s'y produit en matière de culture, d'art & de musique pour représenter au mieux ses habitants/auditeurs. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio géographique et radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Maison des Jeunes Vaniche ASBL (22/07/2008)**Radio Stars**

105.8 à Havré

« Emissions musicales en tous genres et émissions culturelles à vocation régionale. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Stars ASBL (23/10/2009)**Radio J600**

106.1 à Jumet

« La radio du folklore jumétois et de l'animation de ses quartiers. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio géographique**Public cible :** audiorat de 45 ans mais vise aussi les plus jeunes**Editeur :** J600 ASBL (22/07/2008)**www.j600.be****Le Centre FM**

106.3 à La Louvière

« La radio d'une région, faite par et pour les gens du Centre. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Horizon 2000 ASBL (22/07/2008)**www.lecentrefm.be****Ma Radio**

90.1 à Lessines

« Ma Radio, la radio qui me ressemble. »

Profil : radio géographique et radio généraliste**Public cible :** 25 - 55 ans**Editeur :** Lessines Inter ASBL (23/10/2009)**www.maradiofm.be****Electro FM**

91 à Mons

« Electro FM est la radio montoise spécialisée dans les musiques électroniques. »

Profil : radio thématique**Public cible :** 15 - 35 ans et plus**Editeur :** Arts Urbains Promotion ASBL (22/07/2008)**Phare FM**

89.3 à Mons

« Radio musicale pop-rock d'expression chrétienne protestante. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** 25 - 49 ans**Editeur :** Impact FM ASBL (22/07/2008)**www.pharefm.be**

yoUfm

106.9 à Mons

« La radio de la communauté universitaire montoise. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio d'expression**Public cible :** la communauté universitaire montoise et ville de Mons**Editeur :** Radio UMH ASBL (22/07/2008)**www.youfm.be****Loisirs 81**

107.9 à Mouscron

« Radio qui intègre les personnes moins valides. »

Profil : radio d'expression et radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Espérance ASBL (22/07/2008)**RQC - Radio Qui Chifel**

95 à Mouscron

« La seule radio libre de la région de Mouscron et des environs. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio géographique et radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Animation Média-Picardie ASBL (22/07/2008)**www.rqc.be****Pacifique FM**

95.1 à Tournai

« Pacifique FM, la radio, la vôtre. La radio de la région de Tournai. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 25 - 60 ans**Editeur :** Magic Harmony ASBL (22/07/2008)**www.pacifiquefm.be****Radio Tant que vive**

87.7 à Trazegnies

« Radio musicale proche de ses auditeurs ayant comme ligne de conduite le positif et la découverte. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 25 - 77 ans**Editeur :** Radio Tant que Vive FM ASBL (22/07/2008)**LIÈGE****Radio Plein Sud**

93.5 à Amay - Stockay-St-Georges

« Radio de proximité au service de tous sans distinction. »

Profil : radio géographique**Public cible :** auditeurs de tous âges**Editeur :** Station Plein Sud ASBL (17/10/2008)**Canal Inter**

98.2 à Bassenge

« La radio locale non commerciale de Bassenge. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Bassenge Inter ASBL (15/07/2011)**RCH - Basse Meuse**

107 à Herstal

« Basse-Meuse FM, redécouvrez la radio ! Musique, culture, services. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 35 - 60 ans**Editeur :** Radio Charlemagn'rie Herstal ASBL (22/07/2008)**www.bmfm.be****AFM - Amay Fréquence Musique**

106.3 à Huy-Amay

« AFM radio diffuse de la musique tout-public. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Amay ASBL (22/07/2008)**www.afmradio.be****48FM**

105 à Liege

« Une tribune d'expression libre, ouverte aux associations et collectifs qui le souhaitent. 48FM est également un outil de formation aux techniques audiovisuelles, orienté vers la formation des étudiants en journalisme de l'Université de Liège et ouvert à tous. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Turbo Inter ASBL (22/07/2008)**Public cible :** tous publics**Editeur :** 48FM ASBL (22/07/2008)**www.48fm.com****Equinoxe FM**

100.1 à Liege

« Equinoxe FM, LA radio liégeoise. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio d'expression**Public cible :** 15 - 45 ans**Editeur :** P.A.C.T.E.S. ASBL (22/07/2008)**www.equinoxefm.be****Radio Hitalia**

106.7 à Liege

« La culture italo-belge en province de Liège. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** 20 - 80 ans**Editeur :** La Renaissance ASBL (22/07/2008)**www.radiohitalia.com****RCF Liège**

93.8 à Liege

« Radio chrétienne généraliste liégeoise de proximité, ouverte à tous, respectueuse des diverses convictions, citoyenne en dialogue avec la société, qui propose des programmes variés. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** tous publics**Editeur :** RCF Liège ASBL (22/07/2008)**www.rcfliège.be****Warm**

104.2 à Liege

« Radio de musiques électroniques. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio thématique**Public cible :** amateurs de musiques électroniques**Editeur :** Electron Libre ASBL (22/07/2008)**www.warm.fm****Génération**

107.8 à Liège

« Une radio généraliste pour tous alliant infos, infos locales et éducation permanente. »

Profil : radio géographique et radio d'expression**Public cible :** 12 - 60 ans**Editeur :** Radio Turbo Inter ASBL (22/07/2008)**Mixt**

106.4 à Liège

« Mixt est une radio à tendance pop-rock privilégiant les découvertes. »

Profil : radio d'expression**Public cible :** 18 - 35 ans**Editeur :** Nova MJ ASBL (22/07/2008)**www.mixt-liege.be****Radio Al Manar**

105.4 à Liège

« Al Manar va au cœur et livre l'information vraie. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** auditeurs originaires des pays arabes (Maghreb, Proche et Moyen orient)**Editeur :** B & B Sport SPRL (22/07/2008)**www.almanar.be****Radio Plus**

106.1 à Liège

« Radio Plus, à chaque instant, un tube qui vous rappelle vos meilleurs souvenirs. »

Profil : radio géographique**Public cible :** plus de 35 ans**Editeur :** Speed FM ASBL (22/07/2008)**www.radio-plus.be****Radio Prima**

107.4 à Liège

« Le son de la méditerranée au cœur de Liège. »

Profil : radio communautaire et radio géographique**Public cible :** 7 - 77 ans**Editeur :** Belle-Fleur et Apodème ASBL (22/07/2008)**www.radio-prima.com****Est FM**

106.9 à Malmedy

« Une des dernières vraies radios locales de proximité avec des animateurs en direct survivant grâce à la publicité régionale ! »

Profil : radio géographique**Public cible :** 25 - 49 ans**Editeur :** Radio Fagnes Ardennes ASBL (22/07/2008)**www.sud.be****Panache FM**

101.8 à Seraing

« Information de proximité, promotion des artistes et des événements, ouverture aux acteurs socioculturels liégeois et de la Province, diffusion des artistes pop, rock et soul de qualité. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 18 - 55 ans**Editeur :** Turkuaz ASBL (22/07/2008)**www.panachfm.be****Radio Ourthe Amblève**

106.2 à Sprimont

« Radio de proximité de la région Ourthe-Amblève fonctionnant uniquement avec des bénévoles. »

Profil : radio géographique**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Ourthe Amblève ASBL (22/07/2008)**www.roa.be****Radio Fize Bonheur**

107.9 à Villers-Le-Bouillet

« Offrir un rayon de soleil aux personnes âgées, malades ou pensionnaires de homes. »

Profil : radio géographique**Public cible :** public âgé**Editeur :** Radio Fize Bonheur ASBL (22/07/2008)**fizebonheur.skynetblogs.be****LUXEMBOURG****RCF - Namur service Bastogne**

105.4 à Bastogne

« Radio concevant, produisant, programmant et diffusant 24h/24h des émissions porteuses de sens et d'espérance à destination du grand public. »

Profil : radio communautaire**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Cyclone RCF Namur ASBL (08/04/2011)**Studio S**

107.4 à Bastogne

« Radio souvenirs pour toutes les générations. »

Profil : radio géographique et radio thématique**Public cible :** 40 ans et plus**Editeur :** Studio S ASBL (22/07/2008)**Radio Sud**

105 à Chiny - Izel

« La radio qui secoue les ondes rurales d'un petit territoire gaumais. »

Radio associative et d'expression**Profil :** radio géographique et radio d'expression**Public cible :** tous publics**Editeur :** Radio Sud ASBL (22/07/2008)**www.beaucanton.be/radiosud****7 FM**

89.1 Bastogne et 96.2 Gouvy

« 7 FM, le son groove/rock. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 15-45 ans**Editeur :** Beho FM ASBL (22/07/2008)**www.7-fm.be****Métropole**

107 à Virton

« Une programmation musicale continue, une information locale de proximité et des émissions thématiques. »

Profil : radio géographique**Public cible :** 35 - 55 ans**Editeur :** Gaume Chérie ASBL (08/04/2011)

LA RADIO EST LE DEUXIÈME MÉDIA LE PLUS ÉCOUTÉ APRÈS LA TÉLÉVISION. QUEL EST LE PROFIL DES AUDITEURS ? QUAND ET À QUELLE FRÉQUENCE ÉCOUTENT-ILS LA RADIO ? COMMENT SE COMPORTENT ET SE RÉPARTISSENT LES AUDIENCES DES RADIOS EN FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES ? PODCASTING, RNT, RADIO HYBRIDE, RADIOVISION : COMMENT ÉVOLUENT LES USAGES RADIOPHONIQUES ET SUR QUELLES PLATEFORMES LES AUDITEURS ÉCOUTENT-ILS LA RADIO ?

LA RADIO, UN MÉDIA QUI NE MONTRE PAS DE SIGNE DE FAIBLESSE

Interview de Michaël DEBELS
Sr. Project Manager CIM (Centre d'Information sur les Médias)

La radio est-elle une championne des audiences ?

Oui, la radio se situe dans le top 3 des médias les plus prisés par la population. Plus de 90% des gens l'écoutent de temps en temps, et 70% l'écoutent tous les jours. Seule la télévision fait mieux. En termes de durée d'écoute, la radio est aussi très performante. Elle n'est dépassée que d'une courte tête par la télé. C'est donc un média qui est omniprésent dans nos vies.

Comment peut-on décrire, dans les grandes lignes, le partage des audiences radio au sein du paysage ?

Ce sont les réseaux privés et publics qui se partagent, ensemble, 85% de l'audience. Le reste est constitué de chaînes flamandes ou françaises (5 à 10%), et des radios indépendantes entre 3 et 5%. On constate aussi une répartition entre radios de la RTBF (30% environ) et radios privées (50%). Bel RTL et Radio Contact se disputent le leadership, avec Vivacité pour arbitre, tous autour de 15%. Nostalgie suit ce trio, puis viennent les chaînes plus ciblées comme Fun Radio, NRJ, La Première, Classic 21, Pure FM qui font grosso modo entre 4 et 7% d'audience. Mais si l'on prend un groupe spécifique, par exemple les jeunes, on obtient un classement totalement différent car il existe une forte différenciation des stations.

Le paysage évolue-t-il à travers le temps ? Si oui, de quelle manière ?

La radio reste un média solide et stable dans la durée, dans un paysage où l'offre est en constante augmentation. Que ce soit en parts de marché ou en audience, la radio résiste très bien. La durée d'écoute subit certes une légère baisse de 10 à 15 minutes, mais c'est une belle performance de résister aussi bien dans un paysage en pleine révolution ! Seuls 12% de l'auditorat écoutent de temps en temps la radio via Internet. Les nouvelles technolo-

CARTE BLANCHE

gies et les réseaux sociaux ne sont pas vus comme une menace mais bien comme une opportunité pour renforcer la relation avec les auditeurs.

La radio, on l'écoute surtout le matin...

La courbe de l'audience d'un jour de semaine est très spécifique. Elle monte progressivement jusqu'à un pic à 8 heures. Ensuite, elle descend en matinée et dans l'après-midi, pour connaître un deuxième pic, moins important, en fin de journée. Ces audiences correspondent aux moments où les gens effectuent des trajets entre domicile et travail. Avec 75% des gens qui déclarent écouter la radio en voiture, la radio est le média des actifs et des gens en déplacement.

Au niveau belge, constate-t-on des différences importantes entre Nord et Sud ?

Oui, très nettement. En Flandre, la radio est un média très puissant - les Flamands l'écoutent encore plus longtemps que les francophones ! Mais la télévision y est moins forte, à l'inverse de la situation en Wallonie et à Bruxelles. Par ailleurs, le rapport public/privé s'inverse entre Sud et Nord, où Radio 2 (VRT) totalise plus de 30% d'audience à elle seule.

Quel futur prédiriez-vous au média radio ? Est-il réellement en perte de vitesse ?

Non, nous ne voyons pas d'amorce d'un déclin. Le léger tassement de la durée d'écoute ne doit pas inquiéter car tous les médias ont souffert d'un élargissement de l'offre. Dans ce contexte, la radio se maintient et reste le média d'accompagnement par excellence.

USAGES ET AUDIENCES

AUDIENCE RADIOPHONIQUE

Le média radio capte une audience importante, malgré un léger effritement ces dernières années. En 2010, 90,2% des 12 ans et plus déclaraient ainsi avoir écouté la radio lors des derniers mois. Sur une semaine habituelle, la radio touche pas moins de 87% de la population belge francophone, contre 76% en moyenne dans les Etats d'Europe occidentale¹. Par jour moyen, le média radiophonique atteint 73,2% de la population, avec une durée d'écoute moyenne de 3h24 par jour (Graphique 1).

LA RADIO, 2^e MÉDIA LE PLUS ÉCOUTÉ APRÈS LA TÉLÉVISION

La radio représente environ un quart du temps consacré aux médias en Belgique (chiffres de 2008), occupant ainsi la deuxième place derrière la télévision (Graphique 2).



AUDIENCE PAR TRANCHES D'ÂGE

La radio est écoutée par des personnes de tous les âges, même si, chez les plus jeunes, le nombre d'auditeurs a eu tendance à se tasser ces dernières années, ceux-ci se tournant sans doute de plus en plus vers d'autres services en ligne. Par ailleurs, suivant les publics qu'elles ciblent, certaines radios ont une audience plus importante auprès des jeunes ou jeunes adultes (Fun Radio, NRJ, Twizz, Pure FM ou Radio Contact) alors que d'autres ont une audience plus âgée (Graphique 3).

AUDIENCE PAR TRANCHES HORAIRES

Souvent qualifiée de média du matin (l'auditeur devient plutôt téléspectateur en soirée), la radio est également un média de mobilité, écouté par exemple par de nombreuses personnes sur le chemin du travail. Les courbes d'audience sur une journée type montrent en effet des taux d'écoute importants entre 7h et 9h du matin ainsi que, dans une moindre mesure, en fin de journée (16h-18h). Notons que ces pics d'audience sont particulièrement importants dans le cas des radios généralistes, qui consacrent ces tranches horaires à l'information, alors que les audiences des radios musicales sont plus étalées sur la journée (Graphique 4).

¹ Mediascope Europe, European Media Landscape Report, décembre 2010. Chiffre comprenant le Royaume-Uni, Allemagne, France, Italie, Espagne, Belgique, Pays-Bas, Danemark, Norvège et Suède.

Graphique 1

AUDIENCES RADIOS 2010

- Durée d'écoute moyenne par jour (minutes)
- Audience jour moyen (%)
- Audience semaine moyenne (%)
- Audience totale moyenne par vague (6 mois) (%)

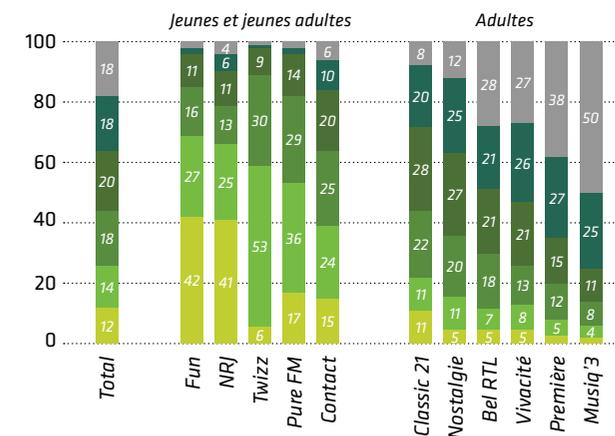


Source : CIM Radio, 12+, 5:00-22:00, Sud

Graphique 3

AUDIENCES PAR TRANCHES D'ÂGE (%)

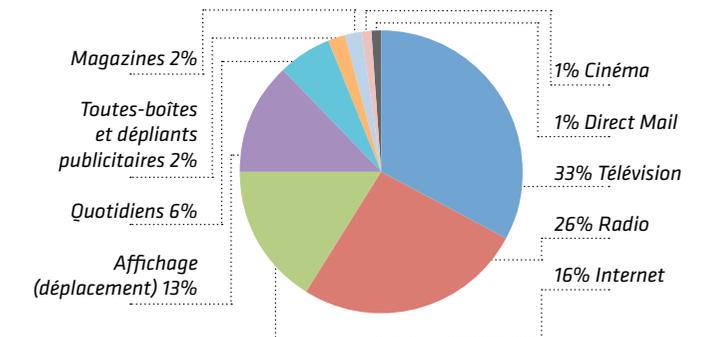
- 65+
- 55-64
- 45-54
- 35-44
- 25-34
- 12-24



Source : CIM radio 2011-2 (Sud)

Graphique 2

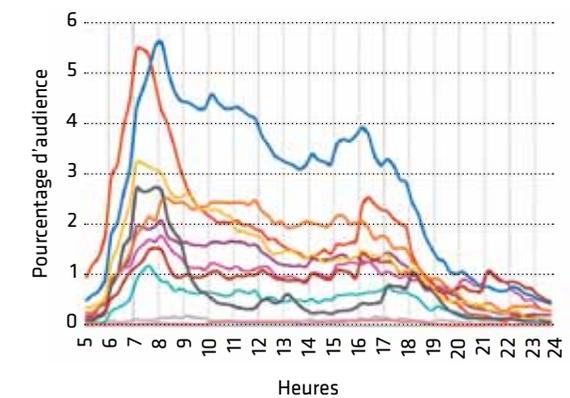
TEMPS CONSACRÉ AUX MÉDIAS (BELGIQUE, 2008)



Graphique 4

COURBES D'AUDIENCES (12-54 ans ; du lundi au vendredi 5-24H)

- Bel RTL
- Contact
- Nostalgie
- VivaCité
- Première
- Fun
- Classic 21
- Pure FM
- Musiq'3
- NRJ
- Twizz



Source : CIM radio 2011-2 (Sud)

LES NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION

En radio comme pour les autres médias, les habitudes et les modes de consommation évoluent, notamment depuis l'arrivée d'Internet.

LA RADIO SUR INTERNET

La radio sur Internet (radio sur IP) présente certains avantages par rapport à la FM. A l'inverse des technologies de radiodiffusion classiques (technologies broadcast) qui sont à sens unique, l'Internet permet l'interactivité. De plus, contrairement aux services transmis sur les ondes hertziennes, considérées comme une ressource rare et donc accessibles à un nombre restreint de stations, créer une radio sur Internet est accessible à tous et peut se révéler très bon marché à mettre en œuvre. L'offre de service sur Internet n'est donc pas limitée mais cette ouverture constitue aussi une difficulté. En effet, les webradios (radios uniquement disponibles sur Internet) qui ont une réelle visibilité sur la toile sont peu nombreuses tant l'offre est pléthorique. En revanche, la flexibilité qu'offre Internet attire de plus en plus d'auditeurs avec des possibilités telles que **la radio à la demande, la radio de rattrapage et le podcast**. La radio ne s'écoute donc plus uniquement en linéaire, mais se réécoute ou s'écoute en différé via un flux (streaming) directement sur les sites web des radios, ou se podcaste, c'est-à-dire se télécharge pour être écoutée n'importe où, n'importe quand et sans besoin d'avoir une connexion à Internet. L'avantage du podcast réside dans la possibilité de s'abonner aux flux de ses émissions préférées qui seront alors téléchargées automatiquement à chaque nouvelle édition disponible en ligne.

Malgré ces avantages, l'accès aux radios sur Internet n'est pas gratuit pour les utilisateurs, contrairement à la FM ou à la radio

numérique terrestre, puisque que les utilisateurs doivent disposer d'une connexion Internet. Cela pose de gros problèmes, surtout en réception mobile, où l'écoute de la radio via les réseaux de données (comme le réseau 3G) n'atteint pas la qualité offerte par les technologies broadcast pour un coût de connexion qui reste excessif. D'autre part, là où les technologies de radiodiffusion hertzienne qui desservent tout le monde sans distinction sont parfaitement anonymes, la réception de la radio sur IP est traçable, permettant ainsi de pister les utilisateurs pour leur adresser des contenus ciblés, comme par exemple de la publicité.

LA RADIO NUMÉRIQUE TERRESTRE (RNT)

La RNT, c'est la transmission des signaux radio numérisés par les ondes hertziennes. Avec la norme **DAB+**, elle présente également bien des avantages par rapport à la FM : qualité de réception et qualité sonore en fonction du débit audio attribué à chaque flux, extension de l'offre grâce à la compression du signal (ainsi, avec l'arrivée de la RNT, l'offre radiophonique pourrait doubler en



Fédération Wallonie-Bruxelles), données associées sous forme de textes et d'images et guide électronique de programmes, zones de couvertures plus grandes et améliorables à l'envi, coûts de diffusion moins

élevés, rayonnements électromagnétiques plus faibles et bien sûr mobilité, gratuité et anonymat. En revanche, contrairement à l'Internet, les ressources hertziennes restent limitées et la RNT ne permet pas d'interactivité.

LA RADIO HYBRIDE

Partant du postulat qu'elles ne sont pas concurrentes mais complémentaires, la radio hybride combine les technologies broadcast pour la diffusion du signal sonore, avec les technologies IP pour la diffusion des données associées (images, textes, ...). Un consortium de radiodiffuseurs et de manufacturiers ont créé le RadioDNS, une technologie ouverte c'est-à-dire une technologie dont les spécifications techniques sont publiques et sans restriction d'accès ni de mise en œuvre. Le **RadioDNS** permet, sur un récepteur de radio numérique équipé aussi d'une connexion Internet, de faire le lien entre une station de radio numérique terrestre et son nom de domaine sur Internet pour enrichir l'expérience de l'auditeur avec les données associées ou des invitations à interagir sur le site Internet de cette station. En plus de ce qui est possible avec le DAB+ (diaporamas, guide électronique de programme...), les applications actuellement développées au niveau du RadioDNS s'étendent au marquage de favoris (tagging) et au partage des données sur les réseaux sociaux (Twitter, Facebook,...). Dans le futur, on peut imaginer beaucoup d'autres applications très intéressantes pour les radios et les auditeurs puisque le RadioDNS est un projet open source où tous ceux qui veulent créer (ou participer à la création) de nouvelles applications peuvent le faire gratuitement.

LA RADIOVISION OU LA RADIO EN TÉLÉVISION

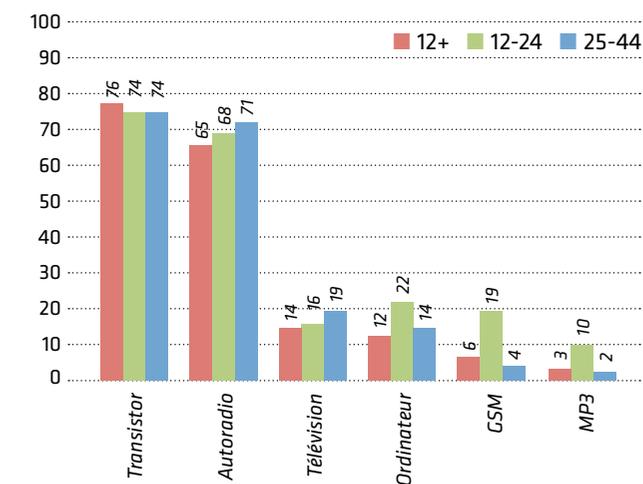
C'est une autre tendance en plein essor. Dans un monde d'images et d'écrans, la radio ne peut rester le dernier média uniquement sonore, même si son mode de communication central reste le son. Et il est vrai que faire de la **radiovision** ne demande pas beaucoup de moyens : pour le moment, elle consiste à diffuser en direct ce que filment les webcams installées dans les studios et des clips vidéo. En Fédération Wallonie-Bruxelles, Radio Contact Vision est la toute première radiovision, lancée en 2009.

LA QUESTION DES RÉCEPTEURS

Bien sûr, ces nouvelles technologies requièrent l'utilisation d'autres récepteurs que le bon vieux transistor FM. Le modèle IP est par exemple accessible via des récepteurs non dédiés : ordinateurs, tablettes, smartphones et lecteurs MP3. Il l'est également à l'aide de récepteurs dédiés. Il existe sur le marché de nombreux récepteurs de différentes catégories, les modèles d'entrée de gamme ne disposent que d'un écran bicolore alphanumérique et les modèles plus sophistiqués sont équipés d'un écran couleur de minimum 320 x 240 pixels. La plupart des récepteurs sont multistandards : DAB/DAB+ et FM ou DAB/DAB+, Wifi et FM.

LES PLATEFORMES D'ECOUTE DE LA RADIO

Selon les données du CIM, la majorité des auditeurs utilisent un transistor classique (76% des 12 ans et plus) ou un autoradio (65% des 12 ans et plus) pour écouter la radio. C'est chez les 12-24 ans que l'écoute de la radio via ordinateur (22%) ou GSM (19%) est la plus importante.



Source : CIM Radio Wave 2011-1, 12+, South

SOUPLE, FACILE ET PEU ONÉREUSE À METTRE EN ŒUVRE, LA RADIO SE CARACTÉRISE PAR SON INTERACTIVITÉ, SA CAPACITÉ À SUSCITER LE DIALOGUE ET LA PARTICIPATION DES AUDITEURS, PAR EXEMPLE À TRAVERS LES PROGRAMMES DE LIBRE ANTENNE. COMMENT GÉRER CETTE RELATION DIRECTE À L'ANTENNE ? MÉDIA DE PROXIMITÉ, LA RADIO PEUT AUSSI VÉRITABLEMENT RENFORCER LE LIEN SOCIAL, ET SE RÉVÉLER UN MOYEN D'EXPRESSION POUR ET PAR LES MINORITÉS, QUELLES QU'ELLES SOIENT.

LA RADIO : PROCHE, DIRECTE, SANS FARD

Interview d'Ingrid FRANSSSEN
Journaliste - Animatrice Bel RTL

Selon les sondages, la radio est le média en qui le public a le plus confiance ? Qu'est-ce qui explique ça, selon vous ?

La radio est moins superficielle. Il n'y a pas d'artifice en radio. Pas de décor parasite, pas de visage à apprécier, pas d'image à interpréter. La source d'information est unique. Les interférences, réduites. La radio profite (en apparence) de l'instantanéité (mais en souffre en coulisse). L'information en radio évolue d'heure en heure pour davantage de consistance. Une erreur peut être rapidement rectifiée en radio. Ce qui est moins vrai en télé. Enfin, le petit écran n'évoquera pas ce qu'il ne peut pas illustrer, ce qui peut être considéré comme un manque d'objectivité.

Comment la radio arrive-t-elle à tisser un lien de proximité plus fort avec son public que les autres médias ?

En partie pour les raisons évoquées ci-dessus. Ensuite, grâce au direct, qui expose chacun d'entre nous, révélant nos forces, nos faiblesses, nos émotions. La radio offre plus de place à la spontanéité. A la télévision, les émissions sont aseptisées, tout est contrôlé, millimétré, beau, propre. Trop beau, trop propre pour être vrai. La voix est aussi un élément enivrant. Associée à un physique, elle perd immédiatement de sa superbe, quel que soit le physique. Et puis, en radio, il suffit d'un coup de fil pour s'entretenir avec l'animateur.

Quand des auditeurs interviennent en direct à l'antenne, comment gérez-vous ce direct ? Avez-vous mis en place des garde-fous ?

Comme dans la vie, exception faite des gros mots. Pas de vulgarité à la radio. Pour ma part, je m'en sors toujours avec beaucoup d'humour, beaucoup d'empathie et/ ou une argumentation brève et béton. Je refuse de laisser exprimer des propos extrémistes ou injurieux. Les assistantes ont peu de temps pour jauger

CARTE BLANCHE

l'intervenant, il m'est arrivé de me retrouver à l'antenne avec des personnes beaucoup trop expressives, imprégnées d'alcool, suicidaires, agressives, grossières... je les gère comme dans la vie... avec dignité. En ayant toujours une pensée pour ce qui a pu conduire cette personne à s'exprimer de la sorte.

Recevez-vous beaucoup de retours des auditeurs (courrier, mails, etc.) en dehors des émissions ? Que vous disent-ils ?

Ééééééééééénormément [très large sourire]. Tous les jours. Avec les réseaux sociaux, c'est très facile. Les auditeurs ne manquent de me contacter par Facebook, par sms avant ou après l'émission. Par voie postale, ça arrive aussi, mais c'est plus rare. Lorsque nous sommes en émission à l'extérieur des studios, ils viennent à notre rencontre, toujours très cordialement. Dans les courriers, ils sont très critiques à l'égard de mon travail. Ils ne manquent de me donner leur avis, de me féliciter, de m'encourager et parfois de suggérer des émissions. Ils se confient aussi, cherchent du réconfort ou un coup de pouce dans leur entreprise... Certains sont devenus des amis. D'autres aimeraient et d'autres encore ont tenté de m'inviter à sortir mais sans succès [sourire]. Très souvent, ces personnes me tutoient, ce qui est touchant et étonnant à la fois. Je réponds à tous les courriers, sans exception. Dans le cadre de l'émission que j'anime avec Christian De Paepe (« Bel RTL va vous aider »), je ne manque de rappeler les auditeurs personnellement. Nous venons de consacrer une semaine à des interventions sur chantier, des dossiers très lourds. A titre d'exemple, une de nos intervenantes n'avait que son four de cuisine pour se chauffer, une autre a conclu l'émission avec ces mots « vous avez changé ma vie ». Ce n'est qu'une partie de l'iceberg, ces gens confient à l'équipe des détails de leur intimité dont nous ne faisons bien sûr pas écho. Je n'ai jamais été aussi proche de mes auditeurs sans lesquels ce projet, qui me réjouit chaque jour, n'existerait pas.

QUAND L'AUDITEUR « FAIT » L'ÉMISSION

Roselyne d'Uccle, Fabien de Charleroi, Amina de Forest, Kevin de Bastogne ... La FM propose constamment à ses auditeurs d'intervenir en direct. Héritée des radios pirates, la libre antenne, programme multiforme, donne toujours la place principale à l'auditeur et à une certaine liberté de ton. Enjeux et limites.

Aujourd'hui, SMS et Internet permettent d'intervenir de manière instantanée sur le contenu des programmes : on joue, choisit sa musique, interpelle direct, ... Et surtout, on discute ! Tribune d'opinions, lieu d'échanges d'expériences et de dialogue, la radio donne la parole aux auditeurs.

LA LIBRE ANTENNE, MULTIFORME

Héritée des radios pirates, la libre antenne a constitué un tournant fondamental dans l'histoire des médias audiovisuels : les auditeurs, jusque-là cantonnés dans une écoute passive, vont petit à petit décomplexer la radio, se l'approprier, et en faire un véritable lieu d'échanges et de confrontation d'idées.

Les programmes de libre antenne, qui représentent aujourd'hui une centaine d'heures chaque semaine sur les radios de la Fédération Wallonie-Bruxelles, s'inscrivent dans le contexte plus large de l'expression libre et directe en radio.

Les interventions de quidams à l'antenne contribuent à l'attractivité d'un programme (tout peut arriver d'un moment à l'autre...), elles créent aussi un lien ici et maintenant, un esprit de communauté propice à la fidélisation des auditeurs, et sortent l'information de l'objectivité des journaux parlés.

Les radios au format talk (La Première, Vivacité, Bel RTL) construisent en grande partie leur grille autour des interventions

des auditeurs. Dans sa tranche d'info matinale, La Première propose à ses auditeurs d'interpeller en direct l'invité de *Questions publiques*. Bel RTL invite les auditeurs à réagir à l'actualité du jour dans *Les auditeurs ont la parole*. Les ondes deviennent un lieu d'expression et de réflexion sur la société.

La libre antenne crée un tissu social médiatique et donne le sentiment de ne pas être isolé : on y trouve écho à ses expériences et à ses problèmes, on y repère conseils et solutions auprès de spécialistes ou d'anonymes. La libre antenne devient un lieu de rencontres et d'échanges.

Au rayon des émissions forums, *C'est vous qui le dites* (Vivacité), *Le Forum de Midi* (La Première) ou *Vivreensemble* (Bel RTL) par exemple, proposent des programmes sur un thème d'actualité ou de société.

La libre antenne peut être aussi l'expression d'une certaine audace, celle du « tout est permis ». Elle veut briser les tabous et bousculer les mentalités. La radio devient alors un divertissement intime alimenté par des confidences nocturnes ou des messages personnels par SMS, comme le soir sur Radio Contact par exemple.

A l'auditeur qui veut sa minute de gloire en devenant l'espace d'un moment, le héros d'un jeu ou d'un canular téléphonique, la libre antenne offre une audience. Pour faire durer ce moment, il doit

séduire le public et se surpasser. On retrouve de tels programmes sur Radio Contact, NRJ, FUN Radio, surtout le matin et en soirée.

LE DIRECT AVEC LES AUDITEURS NE S'IMPROVISE PAS !

La liberté d'expression en radio est un exercice périlleux et le risque de dérapage existe. Comme tous les contenus audiovisuels, la libre antenne doit respecter les règles fondamentales : pas de discours incitant à la haine, discriminants ou liberticides, protection des mineurs et respect de la dignité humaine. Même s'il perd momentanément la maîtrise de son antenne, l'éditeur reste responsable de tout ce qui s'y dit !

Pour mieux en comprendre le contexte et les enjeux, le CSA a lancé en 2010 une large réflexion avec les animateurs, journalistes, standardistes, responsables de radios... concernés par la libre antenne. Les discussions et les débats ont favorisé l'échange de bonnes pratiques, donné l'occasion au régulateur de rappeler ses recommandations antérieures (en matière de protection des mineurs, de dignité humaine, de racisme, de sexisme...), et, grâce aux experts du Centre pour l'égalité des chances et la lutte contre le racisme et du Centre de la vie politique (ULB), de mieux cerner ce que recouvre la notion de « *propos incitant à la discrimination* » interdits par le décret sur les services de médias audiovisuels.

AVIS DU CSA SUR LA LIBRE ANTENNE EN RADIO

Avant le programme, le CSA recommande à l'éditeur de radios :

- d'établir un règlement d'ordre intérieur relatif aux programmes de libre antenne qu'il communique à son personnel et le transmet pour information au CSA ;
- de s'assurer que l'animateur du programme de libre antenne est suffisamment formé et/ou expérimenté pour faire face aux imprévus du direct, recadrer certains propos et pour conserver la ligne éditoriale de la radio en toutes circonstances.

Pendant le programme, le CSA recommande :

- de filtrer efficacement les intervenants avant de les laisser s'exprimer en direct à l'antenne et le cas échéant, avant son passage sur antenne, de lui rappeler la ligne éditoriale de la radio ;
- de garantir une modération efficace tout au long du programme, en privilégiant la mise en place éventuelle d'équipes d'animation, et en y intégrant, dans la mesure du possible, un psychologue ou un journaliste en fonction du format de programme ;
- de mettre en place un dispositif d'interruption d'antenne afin de pouvoir couper court aux interventions dont l'animateur perdrait la maîtrise ;
- de garantir une certaine pluralité des opinions exprimées de façon à accompagner l'animateur dans son travail de modération ;
- de veiller à la dignité humaine, en prenant en considération les droits de la personne pour éviter que le programme puisse nuire à la vie privée d'autrui, à son image, à son honneur ou à sa réputation ;

- de veiller à ménager une zone de confiance, entre 6h et 22h, durant laquelle des contenus de programme susceptibles de nuire à la protection des mineurs ne devraient pas être diffusés ;
- de prévoir un suivi des témoignages problématiques en mettant en place une écoute appropriée hors antenne en cas de problème personnel perceptible chez un intervenant.

En dehors des heures du programme :

- d'organiser des débriefings, formels ou informels, de façon à ce que les programmes de libre antenne soient l'objet d'un dialogue permanent interne à la radio.

Le CSA demande aussi que les éditeurs complètent ces mesures :

- si l'interactivité du programme repose en partie sur l'envoi de sms ou de courriel. Dans ce cas, l'éditeur informera régulièrement les auditeurs des éventuels surcoûts de participation ;
- dans les cas de programmes consacrés à des témoignages de vie au cours desquels des auditeurs exposent des situations personnelles difficiles et une certaine souffrance, l'éditeur veillera à assurer la présence en studio d'un psychologue afin que les intervenants puissent être guidés de façon sérieuse et constructive ;
- dans le cas où des mineurs participeraient au programme, l'éditeur veillera à ce qu'ils soient systématiquement briefés de façon à les sensibiliser aux implications d'une intervention à l'antenne, ainsi qu'aux règles en matière de diffamation et d'atteinte à la dignité humaine

¹ Plus d'infos : www.csa.be/documents/1178

LA RADIO, MEDIA LOCAL ET DE PROXIMITÉ

Dans le paysage audiovisuel, la radio est le média de proximité par excellence. En Wallonie et à Bruxelles, radios indépendantes, radios en réseau et radios de service public multiplient leurs efforts pour être en phase avec le terrain local.

RTBF

Sur la RTBF, Vivacité est la chaîne de proximité à travers 7 décrochages régionaux quotidiens. Depuis Bruxelles, Liège, Mons, Namur, Verviers et plus récemment Charleroi et Arlon, Vivacité propose des programmes matinaux spécifiques le matin entre 5h30 et 8h00, et en fin d'après-midi entre 15h30 et 18h. Animation, agenda culturel, informations régionales, informations sportives, info trafic ... Au total, ce sont près de 23 heures de programmes qui sont spécifiquement diffusés par les antennes régionales de Vivacité tout au long de la semaine, dont 1h40 d'information locale.

RÉSEAUX COMMUNAUTAIRES ET URBAINS

Même si ce n'est pas la vocation des réseaux communautaires et urbains, le maillage de leurs émetteurs à portée locale rend possible les variantes du programme « national » en fonction des zones de service. Cette possibilité technique est surtout utilisée pour la diffusion de publicité locale, mais plusieurs réseaux proposent aussi des informations régionales en décrochage. C'est particulièrement le cas de Radio Contact qui propose un journal des régions de 3 minutes à 7 h et 12h30, un « zoom région » de 2 minutes, ainsi que 6 décrochages régionaux spécifiques de 3 minutes à 8h, 13h et 17h. Quant à Bel RTL, elle propose une séquence d'informations régionales de 4 minutes 30 le matin à 7h30. Elle est réalisée sans décrochage, sauf pour la région liégeoise où il reste un décrochage spécifique.

RÉSEAUX PROVINCIAUX

Depuis le plan de fréquence de 2008, le paysage radiophonique s'est restructuré pour faire place à 5 réseaux provinciaux : Sud Radio pour le Hainaut, Maximum FM pour Liège, Antipode pour le Brabant Wallon, Must FM Namur et Must FM Luxembourg. Dotés chacun d'une dizaine d'émetteurs pour couvrir leur province, ces réseaux se différencient par leur approche de proximité. Ils proposent ainsi des programmes centrés sur leur province, y incluant de l'information locale, générale, culturelle et sportive (cfr tableau page suivante).

Acteurs intermédiaires entre des réseaux à vocation (multi-) nationale et des acteurs ultra-locaux, les réseaux provinciaux rencontrent actuellement des fortunes diverses notamment dans leur positionnement sur un marché publicitaire peu ouvert et centré sur les médias nationaux. En témoignent les difficultés rencontrées par les réseaux provinciaux pour apparaître à leur juste place dans les résultats des études d'audience.

RADIOS INDÉPENDANTES

Si toutes les radios indépendantes disposent d'une couverture restreinte qui les pousse naturellement à focaliser leur activité sur une zone de diffusion, certaines radios ont développé une identité locale qui fait corps avec leur territoire de couverture (une commune ou un bassin de communes). Ces radios dites « géographiques » intègrent la dimension locale à la fois dans

leurs programmes et dans tous les aspects de leur activité. Au travers de bénévolat (le plus souvent) ou de personnel rémunéré (plus rarement), la radio est faite par les habitants, pour les habitants. Ses moyens sont ancrés localement, qu'il s'agisse de ressources commerciales ou d'aides des pouvoirs locaux. Ses programmes sont en prise directe avec la vie locale et la radio n'hésite pas à dépasser son rôle de relais pour devenir un véritable pôle d'animation et de manifestations locales. On citera ainsi une couverture étendue des événements locaux par le biais d'interviews approfondies, de décrochages ou encore des délocalisations des studios sur le terrain, les partenariats avec les associations et les acteurs locaux, et un soutien des autorités locales qui peut prendre la forme d'une mise à disposition de locaux.

Dans certaines zones plus rurales ou reculées, la radio peut entretenir le lien social et œuvrer à la permanence d'une identité territoriale souvent ignorée par les plus grands médias et par la presse. D'un coût qui reste abordable, la diffusion par les ondes est une technologie idéale pour toucher une population rurale ou isolée et les radios géographiques jouent un rôle important dans la diversité du paysage radiophonique. C'est pourquoi dans des zones plus reculées, le CSA leur a donné la priorité dans l'attribution des autorisations, par contraste avec les zones urbaines, comme Bruxelles, où les radios géographiques n'ont pas fait l'objet d'une priorité, la vie de ces territoires y est en effet déjà bien couverte

par d'autres médias et les identités locales y sont sans doute moins menacées.

L'information de proximité sur les réseaux provinciaux Hors agenda des manifestations

Sud Radio - Hainaut				
Journal régional, national et international	6'	7h 8h 9h 12h 13h 16h 18h	Lun > Ven	
	6'	8h 9h 10h 11h 12h	Sam	
Flash régional, national et international	2'	6h30 7h30 8h30	Lun > Ven	
	3'	7h30 8h30 9h30	Sam	
Journal régional	6'	17h	Lun > Ven	

Antipode - Brabant Wallon				
Journal régional	7'	7h30 8h30	Lun > Ven	
Revue de presse régionale	1'30	9h	Lun > Ven	

Must FM - Luxembourg				
Journal régional	4'	7h30 8h30 12h30 13h30 17h30 18h30	Lun > Ven	

Must FM - Namur				
Journal régional	4'	7h30 8h30 12h30 13h30 17h30 18h30	Lun > Ven	



Up Radio à la journée portes ouvertes des pompiers de Jodoigne (02/10/11)



Le beau vélo de ravel, sur Vivacité



Radio Campus en direct de Jam'in'Jette (mai 2011)

UNE VOIX POUR LES MINORITÉS : LA DIVERSITÉ SUR LES ONDES

Les médias de masse sont régulièrement pointés du doigt parce qu'ils sont peu représentatifs de la diversité de la société. Ce constat, surtout basé sur l'analyse des programmes télévisuels, est plus nuancé quand il s'agit de la radio, notamment grâce à la relation plus proche qu'elle entretient avec ses auditeurs et son caractère plus accessible.

Comme l'a montré le *Baromètre 2011 de l'égalité et de la diversité dans les médias audiovisuels* (www.csa.be/diversite), la télévision ne rend pas suffisamment compte de la diversité de la société et a tendance à effacer certaines catégories sociales de ses programmes. Si ce Baromètre ne prend pas en compte les radios et ne donne pas d'information chiffrée sur ce média, l'examen de la programmation des radios, en particulier des indépendantes, révèle qu'elles constituent à plusieurs égards un terreau favorable à la présence et à l'expression de la diversité.

Plus un média se consacre au local et est proche de son public, plus il laisse de place à la diversité. Ce constat dressé par le Baromètre est confirmé en radio. C'est en effet dans les radios indépendantes que l'on retrouve le plus de programmes réalisés par et pour des groupes sociaux peu présents chez les « grands » médias.

L'exemple le plus flagrant est celui des **radios communautaires**, dont la vocation est de représenter sur les ondes un groupe social particulier : Radio Al Manar (Liège et Bruxelles) propose de l'information, des émissions culturelles, des jeux, des musiques, en relation avec le monde et la culture arabe, en particulier marocaine. Gold FM s'adresse aux personnes de culture turque de Bruxelles. Radio Hitalia (Liège) et Radio Italia (Charleroi) se focalisent sur la culture italienne. Radio Alma cible les populations d'origines italienne, espagnole, grecque et portugaise installées à Bruxelles. A côté de ces radios dont une partie de la programmation est

diffusée en langue étrangère, d'autres visent plutôt une communauté culturelle ou religieuse : Radio Judaïca (Bruxelles) s'adresse au monde juif ; des radios catholiques (RCF Liège, RCF Bruxelles, RCF Namur) et une radio protestante (Phare FM à Pâturages) proposent un regard chrétien sur le monde.

Les **radios d'expression** se donnent une mission plus générale de porter « la voix des sans-voix », de faire exister sur les ondes tout groupe social ou courant musical ignoré par les autres médias. C'est le cas, par exemple, de Radio Air Libre, Radio Panik et Radio Campus à Bruxelles, de 48FM et Equinoxe FM à Liège, de RUN à Namur, de yoUfm à Mons, Radio J600 à Jumet, Radio Sud à Izel, Radio Libellule à Comines, Radio Loisirs 81 et Radio Qui Chifel à Mouscron ou encore Radio Tcheûw Beuzie à Frasnes-les-Buissenal. On retrouvera dans leurs grilles une mosaïque de programmes destinés à des minorités africaine, chinoise, albanaise, gay et lesbienne, ou à des enfants, des personnes âgées, des personnes handicapées, des jeunes en décrochage, ... Des genres musicaux peu présents par ailleurs sur les ondes, heavy metal, musiques électroniques, musiques du monde, sont également présents sur ces radios. Dans ces radios, la frontière entre diffuseur et auditeur est relativement mince, la participation et l'interactivité y sont recherchées. Pour assurer leur existence, elles ne comptent pas sur la publicité, mais sur un réseau de bénévoles engagés. Par définition médias de niche, elles se consacrent pleinement à des audiences qui n'intéressent pas d'autres médias.

LISTE NON EXHAUSTIVE D'ÉMISSIONS RADIOPHONIQUES DÉDIÉES AUX MINORITÉS D'ORIGINE ÉTRANGÈRE ET À LA MIGRATION

Minorité	Chaînes	Emissions
Afrique	La Première	Afrik'hebdo
	Radio Air Libre	Afrika Jamaa
	Radio Campus	Africana
		Sous l'arbre à palabres L'Afrique en un déclic
Radio Panik	Gospel Time	
Monde arabe et Maghreb	Radio Air Libre	Assaout Al Mouhajir
	RUN	Entre amigos
	48 FM	Divers'Cité Arabesque
Amérique latine, monde hispanophone et lusophone	Radio Air Libre	Entre amigos
		Palabra de Mujer
		Antenne latine
		America y Stereo
		Voz Portugal
	Radio Campus	Carajillo Sabado Campus latino
Grèce et Balkans	Radio Panik	I Love Latino !
		La voix de la Grèce
	RUN	Jehona Valkanisater Makowal
Iran	Radio Campus	Campus Iran
Chine	Radio Panik	La voix des Chinois(es) Yellow Vitamins
Assyrie	Radio Panik	La voix des Assyriens
Littératures du Sud	Radio Campus	Fridolinades
		Naklab Egeil Kruw
	RUN	Radio Interculturelle Namuroise
	Radio Panik	La voi(e)x sans frontière Le monde en musique
	La Première 48 FM	Le monde est un village Naklab Egeil Kruw

LES RADIOS COMMUNAUTAIRES

Communauté	Radio	Localisation
Arabe et marocaine	Al Manar Bruxelles	Bruxelles
	Al Manar Liège	Liège
Turque	Gold FM Bruxelles	Bruxelles
Espagnole, italienne, grecque et portugaise	Radio Alma Bruxelles	Bruxelles
Italienne et espagnole	Radio Prima	Liège
Italienne	Radio Italia	Charleroi
	Radio Hitalia	Liège
Juive	Radio Judaïca Bruxelles	Bruxelles
Chrétienne	Phare FM	Pâturages
	RCF Bruxelles	Bruxelles
	RCF Liège	Liège
	RCF Namur	Namur & Bastogne



Le magazine queer consacré aux cultures gay et lesbienne et aux sexualités minoritaires

De nombreux autres programmes existent pour couvrir d'autres identités comme **des émissions religieuses, des programmes par et pour les enfants, les adolescents y compris les jeunes en difficulté, les étudiants, les personnes handicapées, les orientations sexuelles, mais aussi les détenus, les luttes syndicales, etc.**

On retrouve ces programmes sur La Première, Pure FM, Radio Panik, Radio Air Libre, Radio Campus, 48 FM Equinoxe FM, Radio Quart d'ondes, Max FM, Mixt, Radio Loisirs 81, Pacifique FM, RUN, Radio Qui Chifel...

LA RADIO : UN MOYEN D'EXPRESSION FACILE D'ACCÈS. TÉMOIGNAGE.

ACCESSIBLE

Grâce à la relative légèreté des moyens qu'elle nécessite pour être mise en œuvre, la radio est un moyen d'expression facile d'accès et concourt de ce fait largement à la liberté d'expression. Elle constitue également le meilleur, et parfois le seul moyen, pour certaines catégories de personnes de prendre la parole et de se faire entendre.

« Pour mes sept ans, j'ai reçu mon premier enregistreur à cassettes. Dès le lendemain, je me suis installé devant mon micro pour inventer ma propre radio, m'inspirant avec plus ou moins de bonheur de ce que j'entendais sur les trois seules chaînes belges disponibles à l'époque : les trois chaînes de la RTB (qui ne portaient pas encore de « F »). Plus tard, j'ai réalisé que mon expérience était loin d'être exceptionnelle. »

LIBRES

Ceux qui ont vécu l'explosion du phénomène des radios libres à la fin des années 70 conservent le souvenir de ce foisonnement incroyable et passionnant. Des radios libres, il y en avait de tous types ; des plus ludiques aux plus contestataires. Les premières radios libres sont par exemple nées de la résistance spontanée de citoyens à la construction de barrages hydroélectriques dans la région de Couvin.

MOBILE ET DÉLINÉARISÉE

Aujourd'hui, avec l'apparition de nouvelles plateformes de diffusion, certains s'interrogent sur l'avenir de la radio. Les dernières statistiques montrent pourtant qu'en France par exemple, l'audience de la radio s'érode à peine. La webradio ou la radio à la demande modifient les habitudes de consommation radiophonique, parallèlement, ces technologies présentent des avantages, en termes de mobilité, de délinéarisation, par exemple. Même si la radio à la demande est un peu à l'auditeur ce que le « voice track » est à l'animateur : elle ne remplacera jamais la rencontre instantanée entre un animateur et une pluralité d'auditeurs, c'est ce contact direct, immédiat, qui fait le charme de la radio. Car au-delà de la relation, parfois fusionnelle, qui s'établit entre un animateur et ses auditeurs, il y a aussi la relation des auditeurs entre eux. Nombreux sont les programmes qui tiennent ou tenaient leur succès d'un sentiment d'appartenance de leurs auditeurs à une véritable communauté ou une famille.

INTERACTIVITÉ

Les nouveaux modes de communication et les réseaux sociaux offrent à cet égard de nouvelles perspectives pour générer du contenu et favoriser l'interactivité. Un exemple parmi d'autres : l'émission *The control room* diffusée en soirée sur Pure FM et qui donne la possibilité aux auditeurs de faire eux-mêmes la programmation musicale en choisissant parmi les titres sur le page Facebook de l'émission. Tout en générant du contenu, de tels programmes permettent en outre aux auditeurs d'échanger entre eux, via les réseaux sociaux. Ceux-ci deviennent alors un prolongement et un complément de la radio.

Une chose est sûre : la radio a encore de l'avenir, tout simplement parce que la circulation des idées et l'imaginaire qui font sa force sont des valeurs indémodables.

RADIO LIBELLULE « PLUS QU'UN SIMPLE OUTIL DE DIFFUSION »

C'est dans l'ancienne cafétéria du complexe sportif de Warneton que Radio Libellule a établi ses quartiers : deux studios, des bureaux, un local technique et sur le toit, une antenne qui diffuse sur 107,8 MHz. « C'est un peu défraîchi, mais nous avons beaucoup d'espace » explique Christine Declercq, l'une des chevilles ouvrières de Radio Libellule. Visite des lieux et du projet.



Depuis quand existe Radio Libellule ?

Depuis 32 ans. Elle a connu la grande époque des « radios libres » avec des débuts chaotiques, puis s'est structurée en ASBL. Un long parcours, avec des hauts et des

bas. En 2007, les locaux qu'elle partageait avec une bibliothèque paroissiale étant devenus insalubres, la Ville de Comines-Warneton a décidé de soutenir notre activité, qu'elle juge essentielle pour notre entité, enclavée entre France et Flandre. Aujourd'hui, deux personnes travaillent à temps plein pour la radio.

Que peut-on écouter à l'antenne ?

Nous avons une grille « mosaïque », avec des émissions à thème qui se succèdent toute la semaine. Chez nous, pas de tranche d'info matinale, sauf le vendredi, mais des soirées et des week-ends bien occupés, surtout par les émissions d'associations et des programmes musicaux thématiques (country, reggae, rock, électro...). Nous fonctionnons aussi avec des rediffusions multiples.

Quelles relations entretenez-vous avec le tissu socioculturel local ?

Nous relayons toutes les activités du centre culturel, de la maison des jeunes, de la bibliothèque, des écoles. L'essence d'une radio associative, c'est bien plus qu'être un simple outil de diffusion et de collaborer dans une optique de réciprocité. Nous avons par exemple participé à un projet sur la maladie d'Alzheimer avec le CPAS et la Fondation

Roi Baudouin, en réalisant des émissions qui témoignaient à la fois de la réalité de cette maladie, en allant à la rencontre de personnes atteintes et de leur famille, et qui offraient un volet informatif et un volet de terrain en mettant en relation des familles confrontées aux mêmes problèmes. On travaille aussi beaucoup avec les écoles, pour leurs festivités et aussi leurs projets comme une visite à Auschwitz. Les élèves ont réalisé des capsules avec des témoignages, des poèmes, etc. qui ont été diffusées à l'antenne.

Votre équipe compte une trentaine de personnes. De qui s'agit-il ?

Il y a tous les profils ! Notre doyen affiche 69 ans au compteur, il y a des petits jeunes, des passionnés d'Internet. C'est intergénérationnel. Il y a pas mal de renouvellement chez nos jeunes, qui à un moment s'éloignent pour poursuivre des études supérieures. Nous avons aussi des émissions avec des personnes handicapées mentales légères. Au fil des semaines, nous les voyons progresser de manière surprenante !

Tout le monde peut s'exprimer sur Radio Libellule ?

Oui, et nous encourageons les gens à nous rejoindre. L'émission *Carte blanche* met à disposition de qui le souhaite une heure d'antenne pour construire et diffuser son propre choix musical. Contrairement aux inévitables disques demandés, la carte blanche demande une grande implication et une réflexion sur la radio, l'expression libre et le partage avec le public.



INGRÉDIENT PRIMORDIAL DE LA RADIO, LA MUSIQUE SE DÉCLINE SUR UNE VARIÉTÉ DE FORMATS ET D'APPROCHES. DANS UN CONTEXTE DE PROFONDE MUTATION DU PAYSAGE MUSICAL, QUEL EST L'IMPACT DU SYSTÈME DES QUOTAS, CONÇU POUR ENRAYER L'UNIFORMISATION DES ANTENNES ET SOUTENIR LA PRODUCTION MUSICALE ? QU'EN PENSENT LES ARTISTES EUX-MÊMES ? QUELS SONT LES ARTISTES ET LES TITRES LES PLUS DIFFUSÉS ? COMMENT LA PROTECTION ET LA RÉMUNÉRATION DES ARTISTES ET DES INTERPRÈTES SONT-ELLES GARANTIES ?

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES AU SERVICE DE LA RADIO

Pierre MENGAL
Warm FM, Retrology.fm

Beaucoup de patrons de radios musicales s'inquiètent de l'incroyable développement technologique de ces dernières années. De plus en plus d'alternatives s'offrent à leurs auditeurs. Là où beaucoup y voient une menace dont il faut se prémunir par tous les moyens, certains y voient de véritables opportunités de se développer.

Tout d'abord la concurrence d'Internet. Plusieurs responsables de radios avec qui j'ai eu l'occasion d'en parler, pensent - peut-être à juste titre - que la possibilité pour leurs auditeurs d'accéder à des milliers de radios sur le net dites "jukebox" va contribuer à

Les auditeurs décident de ne pas écouter la radio car ils ne s'y retrouvent pas, et préfèrent passer leurs propres contenus ou pire, ne rien écouter.

réduire considérablement leur audience. S'ils n'ont rien à proposer de mieux, ça sera inévitable : il existe une pléthore de radios de qualité 100% musicales, sans aucune pub et il y en a pour tous les goûts. Mais cette concurrence n'est probablement pas la plus sérieuse. Il existe actuellement plusieurs radios thématiques consacrées aux musiques électroniques en Fédération Wallonie-Bruxelles et aucune ne se ressemble. L'explication de ce phénomène est simple : elles s'adaptent aux goûts musicaux de la région dans laquelle elles opèrent. Etant proches de leurs auditeurs, elles s'adaptent très rapidement aux changements. Il est fort probable que ces dernières survivent mieux au développement de la radio Internet que les plus grandes grâce à ces spécificités locales. Lorsqu'Internet sera disponible partout, les radios musicales plus généralistes devront, elles aussi, s'adapter pour survivre.

Ensuite, il faut envisager la concurrence extérieure à la radio, l'iPod et consorts. Les auditeurs décident de ne pas écouter la radio car

CARTE BLANCHE

ils ne s'y retrouvent pas et préfèrent passer leurs propres contenus ou pire, ne rien écouter du tout. L'avantage pour l'utilisateur dans cette formule c'est qu'il n'est jamais déçu. Comme il est impossible de satisfaire tout le monde dans le mode de fonctionnement actuel de la radio, il n'y a pas d'autres choix que de ratisser large dans une cible donnée. On se focalise donc sur la masse en oubliant les auditeurs insatisfaits jusqu'ici perdus.

Si la radio Internet n'est pas une vraie menace pour ceux qui sauront s'adapter, un autre phénomène risque bien de changer les règles du jeu. Il s'agit de la radio personnalisable. Le meilleur exemple est Pandora. Entrée récemment en bourse et forte de ses 100 millions d'auditeurs, cette radio se positionne comme leader dans le domaine de la personnalisation. Autrefois appelée "the genome project", cette technologie innovante est capable d'identifier les goûts de chacun de ses auditeurs et de leur transmettre le contenu qui leur convient le mieux individuellement, indépendamment du contenu personnalisé envoyé aux autres. Le gros avantage de cette méthode, c'est la possibilité pour les annonceurs de cibler très précisément des échantillons d'auditeurs qui correspondent à leurs produits, en fonction des goûts musicaux et des données démographiques. C'est ce qui a fait le succès incroyable de Google Adwords, autre exemple de technologie qui a révolutionné l'Internet.

Et si cette menace était plutôt une opportunité pour nous de toucher de nouveaux auditeurs tout en fidélisant les existants ? En fin de compte, il semblerait que l'avenir de la radio soit meilleur qu'on ne le pense. Grâce aux nouvelles technologies, nous allons peut-être pouvoir proposer nos contenus locaux tout en les combinant avec une sélection musicale personnalisée. Cela permettra d'obtenir le petit plus nécessaire pour contrer les radios Internet et augmenter l'audience en attirant les auditeurs qui ne se trouvaient pas dans la radio.

LES QUOTAS RADIOPHONIQUES

Pour enrayer l'uniformisation des antennes et soutenir la production musicale, le législateur de la Fédération Wallonie-Bruxelles a prévu l'obligation pour les radios de respecter des quotas musicaux.

LES QUOTAS DANS LES TEXTES

Le décret SMA (art. 61, 4°) prévoit deux types d'obligation, la première impose aux radios de diffuser annuellement au moins **30% d'œuvres musicales de langue française** sur l'ensemble des œuvres chantées, et la seconde impose la diffusion de **4,5% d'œuvres musicales émanant de la Fédération Wallonie-Bruxelles**, sur l'ensemble des œuvres, musicales ou chantées.

Pour la RTBF, ces quotas, prévus dans son contrat de gestion, sont adaptés aux différents formats des chaînes de la RTBF qui doit diffuser 30% de chansons en langue française sur La Première et Vivacité, 40% sur l'ensemble de ces deux chaînes et 15% sur Classic 21. La RTBF doit également diffuser une proportion de 10% d'œuvres émanant de la Fédération Wallonie-Bruxelles sur La Première, Vivacité et Pure FM.

Ces deux types de quotas musicaux poursuivent différents objectifs culturels et économiques. Vu l'attrait suscité en Europe, et particulièrement dans un petit marché très perméable que constitue la Fédération Wallonie-Bruxelles, par des cultures dominantes, les quotas ont pour vocation d'assurer au public une diversité des contenus. Loin du caractère protectionniste que certains leur prêtent, les quotas ne rejettent aucune culture, mais permettent au contraire aux moins visibles d'exister.

Par ailleurs, ces quotas assurent au secteur musical local, au minimum quelques rentrées financières, idéalement la pérennité. Les quotas reposent sur deux principes médiatiques pourtant divergents. D'un côté la défense de la diversité culturelle et de l'industrie musicale locale, qui tendent vers des quotas plus élevés, et de l'autre, la liberté éditoriale des éditeurs pour qui les quotas peuvent constituer une entrave. Jugés trop faibles par les uns et trop élevés par les autres, les quotas sont donc un point d'équilibre entre ces tensions.

Le décret ne mentionne aucun élément concret quant à leur mise en application : les radios peuvent choisir de diffuser n'importe quel artiste ou œuvre éligibles, quels que soient le style et le genre. La diffusion peut se faire sous la forme d'une forte rotation d'un petit nombre d'œuvres, ou s'orienter vers de nombreuses découvertes, avec des faibles occurrences de diffusion. De plus, contrairement au système français, les œuvres éligibles peuvent être diffusées à n'importe quelle heure du jour et de la nuit, dans des émissions spécifiques ou saupoudrées dans le flux musical, avec ou sans mention explicite.

LES QUOTAS EN PRATIQUE

Au-delà des dispositions légales, quand elles ont posé leur candidature dans le cadre du plan de fréquences FM 2008, les radios pouvaient s'engager à réaliser des quotas plus élevés que ceux

prévus dans le décret, augmentant ainsi leurs chances d'être retenues et d'obtenir une autorisation d'émettre. Par conséquent, les radios qui ont été autorisées par le CSA sont généralement soumises à des obligations plus élevées que celles prescrites par le décret SMA. Le site pluralisme (www.csa.be/pluralisme) reprend dans le détail les informations sur les engagements des radios indépendantes et en réseau.

Si la RTBF atteint globalement ses objectifs en matière de quotas, ce n'est pas le cas d'une grande partie des réseaux privés. La situation tend toutefois à s'améliorer. Les éditeurs justifient ces manquements par le peu d'œuvres éligibles disponibles et par l'inadéquation de l'offre musicale belge francophone à leur ligne éditoriale, ce que conteste évidemment l'industrie musicale.

Quotas musicaux auxquels s'étaient engagés les radios et réellement réalisés

	Engagements		Quotas 2009		Quotas 2010	
	FWB (4,5%)	Fr (30%)	FWB	Fr	FWB	Fr
Sud radio	4,50%	50,00%	4,00%	38,20%	7,16%	40,23%
NRJ	5,30%	33,00%	2,40%	20,30%	6,38%	27,39%
Nostalgie	4,70%	40,00%	3,60%	36,00%	3,23%	38,47%
Must FM Lux	5,30%	35,00%	2,40%	30,20%	4,67%	33,27%
Fun radio	5,70%	31,33%	3,70%	13,00%	4,50%	15,94%
Radio Contact	4,97%	33,00%	1,96%	34,20%	4,38%	33,16%
Bel RTL	5,10%	42,00%	6,30%	37,20%	4,88%	38,69%
Antipode	5,00%	38,32%	4,50%	40,50%	6,45%	39,67%
Twizz	6,00%	40,00%	x	x	9,70%	30,78%
Must FM Namur	5,30%	35,00%	x	x	4,67%	33,27%
Maximum FM	6,00%	35,00%	x	x	x	x

Source : Avis du CSA relatifs au contrôle annuel des réseaux privés et des radios indépendantes (voir site du CSA, rubrique « avis »)

HIT PARADE

Ce contrôle empirique des radios permet d'établir une sorte de hit-parade des artistes les plus diffusés, et de montrer quels sont ceux qui ont le plus bénéficié du système des quotas.

Top 10 des titres et des artistes les plus diffusés en 2010

	Artistes de la FWB	Artistes chanson française
1	Stromae	Gaetan Roussel
2	Suarez	Christophe Mae
3	Puggy	Calogero
4	Axelle Red	Stromae
5	Eté 67	Pascal Obispo
6	Pierre Rapsat	Yannick Noah
7	Saint André	Camelia Jordana
8	DJ Joss	Marc Lavoine
9	Leopold Nord	Zaz
10	Vaya Con dios	Zazie

Les titres les plus diffusés (2010)

	Titre	Artiste
1	Hey, Soul Sister (Karmatronic Radio Remix)	Train
2	Help myself (nous ne faisons que passer)	Gaëtan Roussel
3	Waka Waka	Shakira
4	Non non non	Camelia Jordana
5	Alejandro	Lady Gaga
6	California Gurls	Katy Perry
7	Je veux	Zaz
8	Angela	Yannick Noah
9	Memories	Davis Guetta Ft Kid Cudi
10	Dis moi que tu m'aimes encore	Gaetan Roussel

Classement établi sur base des journées d'échantillons prélevés en 2010 auprès de Bel RTL, Radio Contact, Nostalgie, NRJ, Fun Radio, Twizz, Antipode, Sud Radio, Must FM, Classic21, La Première, Pure FM et Vivacité.

DROIT D'AUTEUR ET DROITS VOISINS

Lors de débats qui ont agité début 2011 le secteur musical français, la Sacem (la Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique, équivalent de la SABAM en Belgique) a publié les résultats d'un sondage¹ qui montrent que pour écouter de la musique, et en particulier pour découvrir de nouveaux artistes ou morceaux, la radio reste le média préféré de 70% des français. La situation est comparable en Belgique.

La radio est donc primordiale pour un artiste (notamment en termes de retombées financières...), et la musique en est l'un des ingrédients principaux. C'est pourquoi les éditeurs radiophoniques participent à la rémunération des créateurs musicaux, c'est d'ailleurs un poste important de dépense pour les radios.

Le **droit d'auteur** est le droit de la ou des personnes qui ont imaginé et créé une œuvre musicale. L'auteur, ou le compositeur, a le droit de décider ce que l'on fait de son œuvre, et à quelles conditions il accepte que d'autres personnes en fassent usage. En Belgique, les auteurs délèguent ce pouvoir de décision à la SABAM, une société de gestion collective des droits de tous les auteurs, belges ou étrangers. La SABAM conclut un contrat avec chaque radio, qui prévoit une rémunération annuelle sur base de divers critères comme son chiffre d'affaires, la taille de sa zone de couverture, le public qu'elle touche potentiellement,...

Les **droits voisins** concernent les producteurs et les interprètes des enregistrements. Ces personnes, bien que n'ayant pas participé à la création de l'œuvre, disposent elles aussi d'un droit de regard sur ce qu'il est fait du résultat de leurs prestations. Dans la mesure où leur contribution à l'œuvre elle-même est secondaire, ce droit est plus limité. Concrètement, les producteurs et interprètes ne peuvent s'opposer à l'utilisation d'un titre (par exemple, sa diffusion en radio) mais disposent du droit d'être

¹ Cf. <http://www.sacem.fr/cms/home/la-sacem/etudes/sondage-francais-musique>

rémunérés pour cette diffusion. Cette rémunération est qualifiée d'équitable car elle n'est pas fixée au cas par cas, mais bien par des accords sectoriels entre utilisateurs et ayants droit, qui sont ensuite coulés dans une loi. Il n'y a donc pas de contrat établi et les sociétés qui gèrent collectivement les droits des producteurs (la SIMIM) et les interprètes (l'URADEx) peuvent percevoir cette « rémunération équitable » sur la seule base de la loi.

DYNAMISER ET SOUTENIR LA CRÉATION MUSICALE

Dans un contexte de profondes mutations du paysage musical, il faudra trouver des solutions pour soutenir et dynamiser la création musicale dans les médias audiovisuels. De meilleures synergies, fondées sur la confiance et une compréhension des enjeux réciproques, devront être établies entre les acteurs concernés : Fédération Wallonie-Bruxelles, éditeurs, producteurs, artistes, ... Seul un dialogue ouvert et soutenu pourra préserver la diversité culturelle tout en respectant l'indépendance éditoriale des radios. C'est pour favoriser ce dialogue que le CSA a réuni à l'été 2011 les radios en réseau et les producteurs, indépendants ou non, actifs en Fédération Wallonie-Bruxelles. Des pistes ont déjà été évoquées pour aller dans ce sens.

Plus d'infos sur le droit d'auteur et les droits voisins :
www.sabam.be - www.simim.be - www.uradex.be



TROIS QUESTIONS À MARIE WARNANT ET À STROMAE

En tant qu'artiste de la FWB, trouvez-vous que la radio diffuse suffisamment ses artistes ?



Je pense qu'il faudrait parler plutôt « des radios » que de « la radio ». Elles diffusent les artistes nationaux et internationaux en fonction de leur style, de leur ligne générale, de leur directeur, de leur public cible. Les portes de la radio s'ouvrent ou pas en fonction de beaucoup de paramètres, justifiés ou non. Certaines radios prennent des risques en diffusant un artiste non connu, un artiste différent ou un format de chanson particulier, ... d'autres pas. Le format et le genre de l'artiste jouent beaucoup. Le moment auquel il présente son travail en radio aussi. Des artistes belges sur les ondes il y en a, mais de toute façon jamais assez par rapport à ce qui se passe sur la scène actuelle !



Les radios diffusent les artistes de la FWB, notamment grâce aux quotas, et c'est tant mieux, car ils ont des retombées positives et importantes pour les artistes qui en bénéficient. Or, des artistes de qualité, il y en a beaucoup chez nous ! Je l'entends dire chaque fois que je suis invité à me produire à l'étranger. Il faudrait que ce pays soit plus fier de ce qu'il fait ! Nous sommes ouverts vers l'extérieur, au contraire des grandes nations, plus vite satisfaites de ce qui est produit en interne. C'est une chance car ça permet de créer des choses nouvelles et fraîches. En revanche, le public s'intéresse à tout ce qui se fait ailleurs et n'accorde pas toujours l'attention qu'elles méritent aux productions nationales. Les radios ont donc un vrai rôle à jouer pour faire découvrir au public tous ces artistes de qualité.

Quelles sont pour vous les retombées d'une diffusion en radio ? Qu'en espérez-vous ?



La diffusion radio d'un morceau peut faire partie d'un processus qui fait qu'on découvre un artiste, qu'on a envie d'aller le voir en concert, qu'on a envie d'acheter son album, d'écouter son travail. La radio permet de le mettre en avant parmi d'autres. C'est aussi comme ça que l'auteur et/ou le compositeur de la chanson (souvent l'interprète en Belgique) gagnent des royalties, des droits d'auteur, qu'ils peuvent travailler, faire des concerts et vivre de la musique. Le passage en radio est donc toujours un plus pour un artiste mais je pense

que ce n'est pas l'unique moyen de faire de la musique. Donc j'espère continuer à faire des chansons qui passeront en concert, en radio et qui toucheront un public.



J'ai pris conscience de la force de la radio pour la promotion musicale lorsqu'Alors on danse a acquis sa notoriété en cinq semaines de diffusion seulement. Pour se faire connaître du grand public, la diffusion en radio est un média incomparable. Ensuite, une seconde vague importante de diffusion, sur Pure FM, a eu d'autres retombées positives pour moi. Ma musique est trop populaire pour être diffusée dans les découvertes de cette chaîne. Mais cette diffusion plus tardive a fait entrer Alors on danse une seconde fois dans les charts. De plus, être programmé par les radios du service public, qualitativement reconnues, a apporté de la crédibilité à mon projet, même s'il était déjà connu. Aujourd'hui, les radios restent indispensables pour faire connaître mes nouveaux singles. Comme j'en ai déjà diffusé précédemment, ils ont d'avantage de chances d'être programmés. Mais il faut toujours convaincre, rien n'est gagné d'avance.

Etes-vous vous-même une auditrice ? La radio vous inspire-t-elle ?



J'écoute la radio occasionnellement. J'aime certaines radios pour leur programmation musicale, d'autres pour leur qualité informative ou pour leurs émissions culturelles.

Que pensez-vous des quotas musicaux ?



Les quotas musicaux m'ont beaucoup aidé, dès les premières diffusions en radio, même si je ne le savais pas à ce moment-là. Je connaissais l'existence de quotas en France, mais j'ignorais qu'il y en avait en Belgique. Des amis ont transmis Alors on danse à NRJ, qui a décidé de le diffuser. Mon manager m'a ensuite appris qu'en plus d'apprécier le morceau, la radio était contente remplir son obligation de quotas. C'est là que j'ai pris conscience que les quotas avaient donné un coup de pouce à ma diffusion sur les ondes.

LE DEEJAYING, UN VÉRITABLE COURANT ARTISTIQUE

Décalé et émergent depuis une dizaine d'années, le deejaying avait pourtant déjà trouvé sa place sur la FM dès le début des années 80 en tant que forme d'expression radiophonique. Aujourd'hui, beaucoup de radios diffusent des mixes de deejays. Cet engouement a permis leur reconnaissance bien au-delà des frontières.

ESSAI DE DÉFINITION

Véritable espace de liberté, le deejaying ne rentre dans aucune case. Toutefois, afin d'en comprendre les enjeux en matière de diversité culturelle et de régulation, le CSA a essayé d'en cerner les contours.

Le deejaying recycle des œuvres musicales préexistantes pour en créer de nouvelles. Cette spécificité constitue une de ses faiblesses, l'usage d'œuvres protégées exclut en effet les deejays des dispositions légales, et donc aussi du statut de « compositeur ». Trois formes de deejaying, variant selon leur apport créatif, sont généralement reconnues :

- Le **DJ « selector »** mixe à partir d'œuvres préexistantes et les enchaîne de manière plus ou moins élaborée. La valeur ajoutée du DJ réside dans les transitions entre les titres successifs.
- Le **DJ « artiste »** recourt à des œuvres préexistantes pour créer de nouveaux morceaux, en mélangeant différentes sources.
- Le **DJ « auteur-compositeur »** crée des œuvres musicales en mixant des sons qu'il a lui-même élaborés, en utilisant les techniques de turntablism, des boîtes à rythmes, etc.

Une définition reprenant ces différentes catégories, plus ou moins présentes en Fédération Wallonie-Bruxelles, serait la suivante : le deejaying est « l'action humaine de synchroniser des sources sonores électroniques (préexistantes ou propres) dans une perspective musicale ».

VALEUR AJOUTÉE POUR LE PAYSAGE RADIOPHONIQUE

Le deejaying contribue à la diversité et à la richesse du paysage radiophonique à plusieurs titres. En diffusant des mixes de deejays enregistrés dans des lieux culturels moins conventionnels (« *flyer musical* »), certaines radios encouragent en effet des courants musicaux alternatifs ou émergents, et permettent à ces artistes de bénéficier d'une plus grande visibilité. Les deejays qui utilisent des musiques alternatives et underground comme base de leurs mixes, leur assurent aussi une plus grande audience. Par ailleurs, en invitant des deejays amateurs ou débutants à profiter de leur infrastructure et de leurs conseils, certaines radios favorisent de cette manière la participation citoyenne. Enfin, une majorité de deejays professionnels étant également producteurs, ils favorisent le secteur musical de la Fédération Wallonie-Bruxelles, et contribuent à sa reconnaissance à l'international.

OUVERTURE

Le CSA a initié une réflexion sur la prise en compte des deejays comme des artistes à part entière, sans déformer les droits des artistes traditionnels ni les textes légaux. Cette réflexion gagnerait à être poursuivie, pour que la reconnaissance de cette pratique musicale ne reste pas confidentielle.

LES RADIOS THÉMATIQUES

Certaines radios ont choisi de spécialiser leur programmation musicale. En ciblant un public plus averti, donc moins large, elles se distinguent des autres radios plus généralistes. Le format musical qu'elles mettent en avant constitue leur ADN, et elles offrent une réelle alternative aux auditeurs.



Evan, dans La Tribu, sur Fun Radio

Leur spécificité relève d'un choix musical en particulier. Cet engagement démontre leur volonté d'être des **vecteurs de diffusion de styles musicaux généralement peu présents sur les ondes**, au-delà des succès commerciaux.

La musique électronique est le style musical le plus représenté sur les antennes de ces radios thématiques où elle est abordée dans toute sa diversité. Radio Vibration à Bruxelles, Warm à Liège, Mixx FM à Charleroi, Electro FM à Mons, Radio Studio One à Namur lui sont entièrement consacrées, alors que d'autres, Charleking à Charleroi et Ultrason à Nivelles, lui dédient une partie importante de leur programmation. Sur ces radios, la programmation musicale est pointue et orientée sur la découverte de nouveaux talents, de nouveaux univers et de nouveaux styles musicaux. Les radios thématiques électro adaptent aussi leur programme sur la forme, en s'ouvrant aux sets de deejays en direct, qu'ils soient débutants ou plus connus.

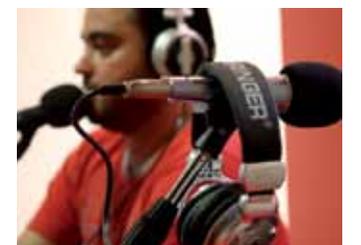
D'autres radios thématiques mettent en avant le Hip Hop et le R'n'B, comme Ultrason à Nivelles, Move à Beloeil et Radio K.I.F. à Bruxelles. Cette dernière fait figure de référence en matière de Black Music et de culture urbaine. La diversité musicale de sa programmation se veut à l'image de la population multiculturelle de Bruxelles : Ragga, Funk, Soul, Rap, 2step, Drum & Bass, Crunk, Reggae, Dance

Hall, Reggaeton, Roots, Garage, Socca ou encore Zouk définissent sa couleur musicale, ici encore exploitée sous toutes ses facettes.

Parmi les radios en réseau, NRJ, Fun Radio et Twizz déclinent aussi certains aspects thématiques dans leur programmation musicale, électro, R'n'B ou pop-rock.

Les radios thématiques ne sont pas l'apanage du seul public jeune. Studio 5 à Bastogne, par exemple, offre des documents sonores et des œuvres musicales oubliés. Sa programmation, essentiellement francophone, va de la diffusion des premiers enregistrements à la musique du début des années 80. Dans certaines tranches horaires, c'est l'accordéon, les anciennes rengaines, la musique d'orchestre ou classique, ou encore les chansons dialectales qui occupent l'antenne.

Bien d'autres radios ont leurs particularités musicales dans une programmation plus généraliste, ou visent la découverte dans divers styles musicaux. Mais les radios thématiques se distinguent par leur dévotion à un format musical qui structure leur démarche radiophonique dans son ensemble pour offrir une véritable alternative aux auditeurs.



Dj Tom Dolce Amaro pour 1h avec Mendi (Radio Charleking)

DEVANT LA TÉLÉVISION ET LA PRESSE ÉCRITE, LA RADIO EST LE MÉDIA AUQUEL LES CITOYENS FONT LE PLUS CONFIANCE POUR S'INFORMER. DÉONTOLOGIE, TRAITEMENT ET QUALITÉ DE L'INFORMATION, QUELLES RÈGLES DOIVENT RESPECTER L'INFO EN RADIO ? PRÉSENTS SUR TOUTES LES ANTENNES, QUEL TEMPS D'ANTENNE OCCUPENT LES PROGRAMMES D'INFO SUR LES DIFFÉRENTES RADIOS ?

PAUVRE INFO...

Frédéric ANTOINE

Professeur en information et communication
à l'Université catholique de Louvain

Portion congrue. N'est-ce pas un peu comme cela que l'on pourrait qualifier la place réservée aux « *programmes d'information* » dans le paysage radiophonique belge francophone ? Dire qu'ils n'existent pas, ou peu, serait exagéré : n'y a-t-il pas, notamment sur le service public, des chaînes dont le fer de lance (ou le fond de commerce) se situe du côté de l'info ? Mais, si l'on exclut ces cas de radios généralistes, le bilan devient rapidement fort morose. Hormis parfois lors de la tranche du matin, la place de l'info sur les grands réseaux se résume souvent à la diffusion de flashes, répétés à rythme plus ou moins régulier tout au long de la journée. Une sorte d'essentiel des nouvelles « *chaudes* », passé à la moulinette d'une sélection drastique justifiée par le peu de temps que la station octroie à ce qui n'est pas au cœur de son projet. Ces réseaux-là offrent donc un peu d'info, parce que cela renforce le sérieux de leur chaîne, mais avec une préoccupation : ne pas perdre pour autant la majeure partie des auditeurs, venus non pour l'info mais pour le format musical...

Schématique, l'info des flashes horaires paraît aussi de moins en moins originale. D'édition en édition, ces petits jp ressassent fréquemment les mêmes grands titres, déclinés sans surprise tout au long de la journée. Il semble bien révolu le temps où, à chaque top horaire, il s'agissait de donner les « dernières nouvelles » et de présenter la « *dernière minute* ». Comme si, à l'heure de l'instantanéité d'Internet, des emails, sms, Twitter et autres modes immédiats d'alarme, l'info radio avait décidé de ne plus faire une priorité de cette tâche qu'on lui assignait jusqu'ici de manière si évidente dans la formule « *la radio alerte, la télévision montre, le journal explique* ».

Étrange abandon de souveraineté, sans doute moins fruit d'une volonté explicite que d'un manque de moyens. Mais abandon que confirme aussi la disparition de notre paysage radiophonique de ce qui incarnait le plus clairement ce choix de valoriser l'urgence de l'info : les chaînes music and news et les stations all news.

CARTE BLANCHE

Les anciens combattants des vieilles guerres radiophoniques s'en souviendront peut-être : il y a un peu plus de trente ans, une chaîne « *jeune* » du service public avait opté pour ce format dans l'air du temps : une radio musicale dont la programmation pouvait à tout moment être interrompue par le surgissement d'une nouvelle. L'auditeur était donc là constamment lié à un fil info. Actuellement, plus aucune grande station de chez nous ne présente ce profil qui ne limite pas l'information à la diffusion de flashes horaires. Un des réseaux radios urbains avait semble-t-il déposé un projet où figurait ce type d'ambition. Mais, à l'antenne, le résultat paraît bien davantage « *music* » que « *news* »...

Quant aux chaînes *all news*, elles ont elles aussi totalement disparu depuis la non reconnaissance d'un projet de radio d'info à dominante économique. Impossible donc pour l'auditeur francophone belge de s'informer quand il veut en tournant le bouton de son transistor. Le spectre est vide de ce point de vue. À croire qu'il se passe si peu de choses dans ce pays qu'il est impossible d'y bâtir une radio reposant sur ce type de projet. S'il veut savoir comment tourne le monde, le Wallon (et un peu moins le Bruxellois) n'a qu'un choix : essayer de capter France Info, dont le signal en ondes moyennes est souvent audible chez nous dans des conditions acceptables...

Le chantier d'une revalorisation de la diversité informationnelle en Belgique francophone est donc large. Et ne devrait, bien-sûr, pas se limiter aux journaux parlés. À côté du « *hot news* », le travail long des enquêtes, reportages et documentaires radiophoniques devrait lui aussi retrouver davantage de place dans ce paysage sonore infiniment plat d'où seules émergent de rares émissions de ce type.

Au-delà de la valorisation du discours et du simple résumé des nouvelles, n'est-ce pas l'immersion dans le terrain qui devrait faire la richesse et l'originalité du traitement radio de l'info ?

[GÉNÉRIQUE FAMILIER], IL EST 7 HEURES, LE JOURNAL VOUS EST PRÉSENTÉ PAR...

Entre plages d'info en continu, flashes et *breaking news*, l'information tient une place particulière en radio. Elle répond aussi à des règles déontologiques, de traitement, et d'objectivité. Relation de cause à effet ? La radio reste le média dans lequel les citoyens ont le plus de confiance.

DÉONTOLOGIE, TRAITEMENT ET QUALITÉ DE L'INFORMATION

Toutes les radios qui diffusent des programmes d'info ont adopté un « *règlement d'ordre intérieur relatif à l'objectivité dans le traitement de l'information* ». Elles sont également membres fondateurs de l'AADJ (Association pour l'Autorégulation de la Déontologie Journalistique), dont le bras opérationnel, le CDJ (Conseil de déontologie journalistique), est l'interlocuteur du public pour les questions de **déontologie** journalistique.

Pour garantir la **qualité de l'information**, les radios publiques et les réseaux doivent faire appel à des journalistes professionnels agréés et la reconnaissance d'une Société des journalistes – obligatoirement consultée quand une modification de la ligne rédactionnelle de la chaîne est envisagée par exemple – assure l'**indépendance** des rédactions, notamment face aux actionnaires.

Le service public doit en plus répondre à des règles relatives au respect du pluralisme, traiter l'info du local à l'international, de diffuser quotidiennement plusieurs journaux parlés, journaux d'information régionale et décrochages. Si les radios indépendantes, aux moyens plus limités, ne doivent pas recourir à des journalistes professionnels, certaines proposent néanmoins des programmes d'information.

En période électorale, les radios renforcent leur dispositif en matière d'information, et le CSA invite les radios indépendantes à faire appel à des journalistes professionnels pour animer leurs débats électoraux.

DIVERSITÉ DE TONS ET DE FORMES

Présents sur toutes les antennes, les programmes d'information revêtent une diversité de tons et de formes. L'info est présente sur les **généralistes** (La Première, Vivacité, Bel RTL ou Twizz) dans une proportion substantielle (Bel RTL 17,8 % et Twizz 14,40 %) et elles proposent d'importantes plages horaires consacrées à l'info. La Première et Bel RTL analysent l'information plus en profondeur et font interagir les auditeurs, dans leurs magazines *Le forum de midi*, *Face à l'info* ou *La semaine de l'info* sur la Première et *Bel RTL Midi*, *Sans langue de bois* ou *Les auditeurs ont la parole* sur la chaîne privée. C'est également l'objectif des rubriques *C'est ma Une* et *Le fait du Jour* sur Twizz. Ces radios diffusent également de nombreuses rubriques consacrées aux médias, à l'économie, la politique, le sport,... Grâce à ses 18 rendez-vous quotidiens d'information en décrochage, Vivacité développe une offre d'information axée sur les régions.

Sur les radios **musicales** (Pure FM, Classic 21, Musiq'3, Nostalgie, NRJ ou Fun Radio), l'information, bien présente, l'est essentiellement en flashes et sa proportion dans leur programmation correspond à 1,15 voire 2% répartis sur toute la journée. Sur Fun, par exemple, le ton est divertissant et met en avant des thèmes susceptibles d'intéresser les jeunes. NRJ insiste sur la pertinence et la concision de ses informations, privilégie les sujets de société et dit développer l'esprit critique. Nostalgie mise sur des rubriques originales, *le Journal de la Télé*, *le Journal de la Terre*, *le Journal des*

Journaux. A côté de leurs propres flashes, qui reflètent la couleur de l'antenne, les chaînes thématiques de la RTBF diffusent certaines éditions du journal parlé de La Première. Sur Contact, la part d'information s'élève à 5% de la programmation, avec plusieurs rendez-vous d'information régionale et des rubriques comme le *Journal des informations insolites* ou *Les jeunes font l'actu*.

Les radios **provinciales** (Sud Radio, Antipode, Maximum FM, Must FM Namur et Luxembourg) privilégient naturellement l'information locale, sans négliger le reste de l'actualité. Grâce à leur proximité avec les auditeurs et leur connaissance du terrain local, elles investissent l'information pratique et de service, et mettent en valeur les personnalités provinciales. La part de l'information dans leur programmation peut varier de 0,1% à 4,7%, être concentrée en début de matinée ou s'étendre tout au long de la journée. Certaines, enfin, développent des rubriques particulières comme *L'Appel du jour* avec un invité du Brabant wallon sur Antipode ou *le Journal des Bonnes Nouvelles hennuyères* sur Sud Radio.

Faute de moyens, l'offre informationnelle sur les radios **indépendantes** est moindre. 35 radios indépendantes proposent toutefois à leurs auditeurs des programmes d'info, dans des conditions de production et des formats très variables : certaines comptent un ou plusieurs journalistes professionnels à l'interne, d'autres sous-traitent la production de l'information ou font appel à des étudiants stagiaires en journalisme, d'autres ne recourent pas à un journaliste professionnel. Le contenu de l'info varie également, de la simple revue de presse aux véritables journaux parlés en passant par les flashes horaires et des magazines comme le *Forum* sur UpRadio à Perwez, *Actumag* sur yoUfm à Mons ou le *Zoom sur l'actualité* d'Equinoxe FM à Liège. L'actualité locale peut être privilégiée, comme par exemple sur Est FM à Malmédy, sur Hit Radio à Namur ou sur UpRadio qui donne le compte-rendu des conseils communaux.

Certaines radios **communautaires** disposent de correspondants à l'étranger : Radio Judaïca (Bruxelles) diffuse un direct quotidien d'Israël et Al Manar/Al Markazyia (Bruxelles) a un correspondant permanent au Maroc.

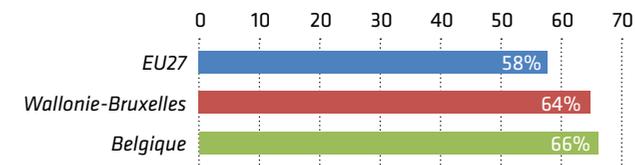
Certaines radios privilégient des thèmes ou des angles d'analyse particuliers : Passion FM (Jodoigne) et Radio Quartz (Sombreffe) diffusent *L'Europe et vous*, une émission sur l'actualité européenne. Radio Qui Chifel (Mouscron) aborde l'actualité économique et sociale dans *Chiffon rouge*. Radio Charleking (Charleroi) diffuse son *Show carry*, talk-show d'actualité sur un ton décalé. Equinoxe FM fait un *Zoom sur les quartiers* et, dans *School on Air*, choisit de donner la parole aux enfants dans un débat d'actualité réalisé et animé en direct par des élèves d'écoles liégeoises. Radio Campus (Bruxelles) s'intéresse à l'actualité de la recherche dans *Histoire de Savoir* et diffuse une émission spécialement consacrée à l'actualité africaine. Avec *Objecteurs de Croissance*, avec *Panik sur la ville*, qui « *donne la parole à ceux qui ne l'ont pas* », Radio Panik (Bruxelles) veut donner un profil militant et citoyen à son information.

Autant d'exemples, parmi d'autres, qui montrent la présence de l'information, sous toutes ses facettes, dans le paysage radio-phonique de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

CONFIANCE DANS LES MÉDIAS

L'inquiétude des citoyens européens due à la crise semble peser sur la confiance qu'ils accordent aux grandes institutions, y compris aux médias. Malgré une légère baisse du niveau de confiance à l'égard de chaque média en 2008, les européens continuent de faire majoritairement confiance à la radio : 58%, contre 49% à la télévision. Cette tendance européenne se confirme en Wallonie et à Bruxelles, où le niveau de confiance dans la radio (64%) est même supérieur à la moyenne européenne (58%).

NIVEAU DE CONFIANCE DANS LA RADIO



Source : Eurobaromètre Standard 72 / Automne 2009 - TNS opinion & social

QUEL EST L'ÉTAT DE LA CRÉATION RADIOPHONIQUE EN FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES ? QUELS MÉCANISMES SONT MIS EN PLACE POUR LA SOUTENIR ? DANS QUELS PROGRAMMES ET SUR QUELLES ONDES TROUVE-T-ELLE À S'EXPRIMER ? COMMENT ET DANS QUELLE PROPORTION LES RADIOS CONTRIBUENT-ELLES À LA CRÉATION D'AUTRES FORMES D'EXPRESSION OU D'ÉMISSIONS HORS DES SENTIERS BATTUS ? QUEL RÔLE JOUE LA RADIO DANS LA PROMOTION D'AUTRES SECTEURS CULTURELS ?

FAIRE DE LA RADIO AUTREMENT

Déborah FABRÉ
Radio Campus Bruxelles

Décembre 2001, le sommet de Laeken. En marge de cette fameuse réunion des pontes européennes, qui aboutira à une Déclaration sur l'avenir de l'Europe, un contre-sommet s'organise. Dans la foulée des manifestations de Seattle contre l'OMC et de Gênes contre le G8, la fourmilière des opposants dispose de ses propres médias, parmi lesquels Radio Bruxxel, une radio éphémère montée par des radios associatives francophones et flamandes. Le temps d'un week-end, le bar du Cinéma Nova en pleine effervescence s'improvise studio et quartier général où tout le monde se retrouve.

Et si, finalement, « faire de la radio autrement », c'était prendre le pari de la diversité... sous toutes ses formes ?

A l'antenne, on parle français, néerlandais, anglais, espagnol, italien,... Des émissions sur l'actualité chaude des manifestations, celle aussi du sommet. De la musique qui vient de partout. Des questionnements de fond, mis en onde avec une certaine recherche. Et prendre le temps, le temps de comprendre, de faire passer l'info, de partager des idées, de laisser le micro à ceux qui viennent de loin et qui veulent s'exprimer.

Cette expérience, ma première dans le monde radiophonique associatif, m'a appris qu'il est possible de faire de la radio autrement, et pas seulement au niveau musical : une autre approche de l'information, une autre approche du son, et une autre manière de s'adresser à l'auditeur.

... Autrement que quoi ?

D'où cette question : existe-t-il une norme, une règle écrite qui stipule comment on doit faire de la radio ? Existe-t-il une seule et même pratique radiophonique ?

CARTE BLANCHE

Il y a évidemment les grands standards. Les radios que tout le monde connaît. Mais la radio est aujourd'hui, et peut-être même depuis les années 80, le média le plus accessible au grand public en matière de diffusion de contenus des plus divers. C'est encore plus vrai à l'heure actuelle vu la pénétration et l'accessibilité d'Internet. N'importe quel quidam peut créer sa propre radio sur le web, moyennant quelques notions d'informatique et un matériel peu coûteux.

Et si finalement, « faire de la radio autrement », c'était proposer aux auditeurs une panoplie de tout ce qu'on peut réaliser en radio ?

Je pense que les radios associatives sont le vivier de cette pluralité radiophonique. Elles proposent du débat, de la réflexion, de la création, de la musique qu'on n'entend pas ailleurs,... « Elles proposent » ? Non... une radio associative ne constitue que le résultat d'un amalgame de passionnés qui veulent proposer à travers les ondes leurs visions de la radio.

Faire de la radio autrement... tous ensemble ?

Conscientes de leur statut d'ovnis dans le paysage qui les rapproche davantage qu'il les met en concurrence, plusieurs radios se sont regroupées au sein de la CraXX (Coordination des Radios Associatives et d'eXXpression). C'est ainsi que Radio Campus, Radio Panik, Radio Air Libre, 48FM, RUN, yoUfm, Radio Libellule et les autres se retrouvent pour partager des programmes, mais aussi, et surtout, des savoirs-être et des savoirs-faire, des rencontres de personnes. Chacun avec sa propre réalité.

Et si, finalement, « faire de la radio autrement », c'était prendre le pari de la diversité... sous toutes ses formes ?

LA CRÉATION RADIOPHONIQUE

Comme la littérature, la peinture, le cinéma ou la télévision, la radio constitue un terrain de création, et des œuvres sont conçues spécifiquement pour ce média. A *La Nuit* de la Radio, organisée par la SCAM en octobre 2010¹, Pascale Tison (RTBF) témoignait de la vitalité de la création radiophonique en Fédération Wallonie-Bruxelles : depuis une quinzaine d'années en effet, les évolutions technologiques permettent aux passionnés de bidouiller leurs propres studios et d'être rapidement capables de réaliser leurs propres programmes ; et grâce au podcast les productions de la FWB sont diffusées en dehors de nos frontières et nous recevons ici des productions françaises.

Toutefois, en dehors des œuvres qui bénéficient de subsides ou d'aides à la production, la création radiophonique est rare sur les antennes de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Les radios, qu'il s'agisse ou non de « *radio associative et d'expression à vocation culturelle et d'éducation permanente* » et les producteurs indépendants peuvent en effet recevoir une aide financière ponctuelle du FACR pour la production de telles émissions (voir page suivante). Deux fois par an, la Commission de sélection désigne les projets qui bénéficieront d'une aide à la production. Obligatoirement originaux quant à leur forme et leur contenu, les projets retenus sont divers : information spécialisée, magazines culturels, sujets d'intérêt général, fiction (adaptation d'œuvres littéraires notamment), musique (valorisation d'un courant original et novateur par exemple). Pour pouvoir bénéficier de l'aide, les émissions doivent être diffusées en langue française et au moins une diffusion doit être planifiée.

La sélection se fait sur l'originalité du sujet, du scénario, du découpage, de la qualité de la réalisation (prise de son, montage, direction des acteurs, musiciens), des lieux et techniques d'émission (en public, en extérieur, en direct), du lien que le projet entretient avec le patrimoine culturel et artistique de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En 2010, le FACR a soutenu 36 projets pour un montant total de 260.145 €. Parmi eux, 28 documentaires ou reportages, 1 documentaire-fiction, 6 fictions et 1 émission musicale. Au fil du temps, les radios ont de moins en moins bénéficié de cette aide, au profit des producteurs et des réalisateurs indépendants. Aujourd'hui, les radios ne représentent plus qu'un tiers des bénéficiaires. En 2010, 4 radios indépendantes, toutes des radios associatives et d'expression, ont reçu une aide ponctuelle du FACR : Radio Judaïca, Radio Panik, Radio Qui Chifel et Radio Vibration (pour 2 projets). Par ailleurs, Radio Panik, Radio Campus, Radio Air Libre, RUN, Radio Quart D'ondes, Radio Qui Chifel, 48 FM et Radio Vibration et la RTBF ont manifesté leur intention de diffuser des créations radiophoniques aidées par le FACR en 2010. La RTBF, en vertu de son contrat de gestion, a d'ailleurs l'obligation de diffuser des œuvres subsidiées par le FACR à hauteur de 20 heures par an et remplit cette obligation avec l'émission *Par oui-dire*, présentée par Pascale Tison sur La Première en semaine de 22h à 23h. Outre ces œuvres soutenues par le FACR, la RTBF diffuse également des créations qui bénéficient des aides à la production du programme Du côté des ondes, soutenu par le service de la promotion des lettres, la SACD Belgique, la SACD France, la SCAM Belgique, la SCAM France (aide financière) et la RTBF (qui met personnel et ressources techniques à disposition). En 2010, *Par oui-dire* a diffusé 22 productions soutenues par le FACR, 9 coproductions FACR/Du côté des Ondes, 19 productions Du côté des ondes et 3 productions *Par Oui-dire*, pour un total de 48h35. Jusqu'en 2010, la RTBF diffusait également *La quatrième dimension*, de Stéphane Dupont qui plaçait son micro dans un endroit apparemment banal, près de gens comme les autres, et posait un regard « *avec les oreilles* » sur la réalité de tous les jours.

¹ www.sacd.be/La-Nuit-de-la-Radio-a-Bruxelles?PHPSESSID=2eca586e2ed68d268a59d62384cbbb00

LE FACR, FONDS D'AIDE À LA CRÉATION RADIOPHONIQUE

Constitué en 1994, le FACR est un fonds budgétaire destiné à soutenir les projets d'émissions de création radiophonique et les structures, agréées par le Gouvernement, qui les accueillent. Grâce à ce fonds, alimenté par les revenus provenant des programmations généralistes, la Fédération Wallonie-Bruxelles soutient la création de formes d'expression aux audiences plus spécifiques et aux publics plus confidentiels, assurant la diversité du paysage radiophonique pour offrir à tous les publics des programmes qui leur correspondent.

Montants versés au FACR par les réseaux en 2010

Service	Montant versé en 2010 (€)
Bel RTL	308.820,00
RTBF	304.174,79
Radio Contact	277.938,00
Nostalgie	92.646,00
NRJ	61.764,00
Fun Radio	10.294,00
Twizz Radio*	3.406,83
Must FM Luxembourg	2.573,50
Sud Radio	5.147,00
Must FM Namur	2.573,50
Antipode	2.808,50
Maximum FM	428,83
TOTAL	1.072.574,95

* Pour Twizz Radio, ce montant correspond au montant versé pour les exercices 2008 et 2009.

MISSIONS

- Promouvoir et développer la création radiophonique en Fédération Wallonie-Bruxelles, en soutenant la production d'œuvres créatives et originales, qui valorisent le patrimoine de la Fédération Wallonie-Bruxelles, que ce soit sous la forme d'informations, de documentaires, de magazines culturels, de fictions ou de musiques.
- Financer les radios ayant obtenu du CSA le statut de radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente (depuis le plan de fréquence FM 2008).
- Soutenir la création radiophonique par le biais de l'ACSR (Atelier de Création Sonore et Radiophonique).

FINANCEMENT

Une proportion des revenus publicitaires générés par la RTBF et les radios en réseau est prélevée chaque année pour alimenter le FACR.

Plus d'infos www.audiovisuel.cfwb.be/index.php?id=avm_facr

L'ACSR, l'Atelier de création sonore et radiophonique, favorise la production d'œuvres sonores et de création en agissant au niveau des commandes et initiatives en matière de création radiophonique, de l'encadrement de l'ensemble des intervenants dans ces créations, mais également de la promotion des œuvres. Dans ce cadre, il propose notamment aux radios qui le souhaitent des formations liées à ce domaine, de même qu'il organise tous les deux ans, un Festival de création sonore et radiophonique.

Plus d'infos www.acsr.be

Montants versés au FACR
par les radios en réseau
en 2010 :

1.072.574,95 €

LES RADIOS ASSOCIATIVES, HORS DES SENTIERS BATTUS

La Fédération Wallonie-Bruxelles soutient les radios qui élargissent l'offre radiophonique et favorisent la diversité des ondes en proposant une programmation ou des émissions hors normes, pointues, générant généralement moins d'audience et étant donc moins lucratives.

Pour reconnaître cette programmation audacieuse, aider financièrement ces radios et leur permette de poursuivre dans cette voie, le législateur a prévu le statut de « *radio associative et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente* » (art. 1^{er} 42° bis du Décret SMA). Ce statut a aussi pour vocation de soutenir le bénévolat dans les radios et les structures qui laissent la plus grande place à l'expression citoyenne directe, permettant au modèle des premières radios libres de survivre à côté des radios et réseaux commerciaux.

Les conditions pour bénéficier de ce statut octroyé par le CSA tiennent compte de ces deux éléments : la programmation et l'organisation des radios. Elles doivent nécessairement être des radios indépendantes constituées en asbl. Elles doivent également fonctionner avec une majorité de bénévoles et les intégrer à leurs organes de gestion. Quant à la programmation, deux options sont possibles : soit l'essentiel des émissions porte sur l'information, l'éducation permanente, le développement culturel ou la participation citoyenne ; soit l'essentiel de la programmation se consacre à des genres musicaux qui ne sont pas parmi les plus vendus ni les plus diffusés.

Dans sa jurisprudence, le CSA a précisé ces définitions. En délimitant les émissions considérées comme relevant de l'information, du déve-

loppement culturel, de l'éducation permanente ou de la participation citoyenne, d'une part et d'autre part en détaillant le volume de diffusion à atteindre pour pouvoir considérer que tout cela représente « *l'essentiel de [sa] programmation* », ou encore en mettant au point des techniques d'analyse des playlists pour objectiver ce qui correspond à des genres musicaux moins vendus ou moins diffusés.

Quand elle obtient ce statut, et pour continuer à en bénéficier, la radio doit justifier annuellement qu'elle a adapté sa programmation aux exigences du décret.

Les radios associatives reçoivent par ailleurs un subside, dont le montant est conditionné au fait qu'elles recourent ou non à de la publicité (le subside est moins important si la radio diffuse de la pub) et qu'elles diffusent également sur Internet (si ce n'est pas le cas, le subside diminue légèrement).

Ces radios associatives bénéficient aussi d'une exonération du paiement annuel de la redevance d'usage de la radiofréquence et de tarifs préférentiels à la SABAM.

En 2010, on comptait **17 radios associatives et d'expression à vocation culturelle ou d'éducation permanente**. A Bruxelles : Radio Air Libre, Radio Alma, Radio Campus, Radio Judaïca, Radio Panik, Radio Vibration. A Liège : 48FM, Equinoxe FM, Warm FM. A Namur : Radio Equinoxe, RUN. A Jumet : Radio J600. A Comines-Warneton : Radio Libellule. A Mouscron : Radio Qui Chifel. A Florenville : Radio Sud. A Frasnes-les-Buissenal : Radio Tcheüw Beuzië et à Mons : yoUfm.

Ces radios associatives sont soit des radios d'expression, dont les émissions tendent à renforcer les valeurs citoyennes et à tisser des liens entre les cultures ; soit des radios communautaires, dont la vocation est de s'intéresser à une communauté spécifique et à faire le lien entre les cultures d'origine et le terrain local ; soit des radios musicales thématiques, dont jusqu'à présent, la majorité d'entre elles se consacre à la musique Electro.

LA RADIO, PARTIE INTÉGRANTE DE NOTRE UNIVERS CULTUREL

Chaque année, des milliers d'événements, d'expositions, de concerts, de spectacles, bénéficient d'une promotion à titre gratuit sur les ondes radio. Le législateur a estimé ce rôle joué par les radios tellement important pour la mise en évidence des cultures de la Fédération Wallonie-Bruxelles qu'il a coulé cette mission dans le cadre légal audiovisuel.

Très soucieux de poursuivre son rôle en matière de promotion culturelle, le secteur radiophonique a de longue date intégré cette dimension dans son fonctionnement. La RTBF et les réseaux tissent par exemple des partenariats, souvent assortis de clauses d'exclusivité, avec des acteurs culturels pour les événements d'envergure. Les grandes radios disposent toutes d'une cellule dédiée à ces partenariats promotionnels, considérés comme vitaux car ils leur donnent une visibilité dans le monde culturel. De leur côté, les radios indépendantes entretiennent des relations durables avec des acteurs culturels locaux ou spécialisés (centres culturels ou associations) qui trouvent sur les ondes un relais promotionnel bienvenu.

La promotion culturelle prend des formes très variées en radio. En voici quelques exemples.

- **Le format court** : annonces, capsules, ou pages culturelles dans les bulletins d'information se retrouvent dans la programmation des réseaux communautaires, urbains et provinciaux. C'est par exemple le cas des spots de promotion culturelle sur Ramdam Musique à Charleroi, des capsules promotionnelles d'Antipode en Brabant wallon.
- **L'invité** : pendant cinq minutes ou une heure, en studio ou par téléphone, un responsable d'événement ou un acteur culturel dialogue avec un journaliste ou un animateur à propos de son actualité, comme dans *Phoner Culture* sur Twizz, *Matin à Libellule* sur Radio Libellule à Comines-Warneton ou *Balance ton Space* sur Ultrason à Nivelles.
- **Le magazine culturel** : rendez-vous régulier, quotidien ou hebdomadaire, ce format balaie largement le panorama des activités

culturelles du moment et propose des interviews ou offre des places de concert... *Culture Club* sur La Première et *All Access* sur Bel RTL s'inscrivent dans cette catégorie.

- **Le magazine thématique** : ciblé sur un secteur culturel déterminé (cinéma, théâtre, littérature, bande dessinée...), ce programme relaie l'actualité à travers des chroniques, des interviews ou des reportages, c'est le cas du *Cinéclub* de Twizz et d'*Entre les lignes*, le magazine littéraire d'UpRadio à Perwez.
- **Le décrochage en direct** : ponctuel et lié à un événement culturel spécifique, le studio se déplace et diffuse en direct depuis le lieu de l'événement. Pure FM est présent sur les festivals d'été, Radio Esperanzah sur 48FM à Liège et sur plusieurs autres radios associatives. Radio Hitalia à Liège fait des décrochages sur de nombreux événements aux couleurs italiennes, et Radio Panik à Bruxelles s'est équipé d'un studio mobile.
- **La retransmission de concerts** : en direct ou en différé, dans ses propres studios ou en extérieur, la radio diffuse de la musique vivante en public, citons les concerts du *Monde est un Village* sur La Première, les invités musicaux sur Radio Contact, les concerts classiques sur Musiq'3, les tours de chants d'artistes locaux sur Radio Fize Bonheur à Villers-le-Bouillet ou sur Radio Chevauchoir à Lesves.
- **La radio fait l'événement** : parfois, la radio elle-même est partie intégrante d'un événement culturel. Créée pour assurer la promo du 600^e anniversaire de la marche folklorique de la Madeleine, à Jumet, Radio J600 en reste aujourd'hui l'une des sociétés organisatrices. Mentionnons aussi les spectacles *NRJ in the Park* organisés par NRJ en septembre.

EN 2010, LE SECTEUR RADIOPHONIQUE A GÉNÉRÉ DES RECETTES CUMULÉES DE 116.914.832 €. QUELLES SONT LES SOURCES DE FINANCEMENT DES RADIOS, PUBLIQUES ET PRIVÉES ? COMMENT SE RÉPARTIT L'EMPLOI DANS CE SECTEUR, QUI REPOSE EN PARTIE SUR L'ENGAGEMENT DE PRÈS DE 1800 BÉNÉVOLES ? COMMENT LE PLURALISME (DIVERSITÉ DE L'OFFRE ET ÉQUILIBRE DES FORMATS) ET LA TRANSPARENCE DU SECTEUR SONT-ILS GARANTIS ?

LES RÉSEAUX PROVINCIAUX SUR LE FIL

Serge LEENMAN
Administrateur Must FM

Must FM exploite deux réseaux provinciaux qui couvrent les provinces de Namur et Luxembourg. Serge Leenman, administrateur de Must FM ouvre les coulisses du marché publicitaire et explique le positionnement particulier des réseaux provinciaux.

Vous gérez deux réseaux provinciaux financés uniquement par la publicité. En quoi consiste exactement votre métier ?

Contrairement aux plus grosses radios qui ont recours à des régies dédiées, nous prenons en charge nous-mêmes toute la gestion

Le Gouvernement a souhaité que des réseaux provinciaux existent, et c'est très bien. Mais ce plan ne correspond pas du tout à la structure du marché publicitaire.

publicitaire de nos antennes. Nos délégués commerciaux sont sur le terrain et proposent des contrats publicitaires à des annonceurs potentiels. A ces annonceurs potentiels, nous vendons de l'espace publicitaire sur nos propres stations, mais aussi ailleurs, comme dans les pages régionales luxembourgeoises de La Libre Belgique et de La DH et, depuis peu, sur Canal C en province de Namur.

Quels sont vos concurrents ?

Sur le marché de la prospection publicitaire, nos principaux concurrents sont les régies IP (Bel RTL, Radio Contact, Nostalgie) et RMB (RTBF, NRJ, Twizz), ainsi que les toutes-boîtes, et un peu la presse écrite régionale aussi. Toutefois, nous ne jouons pas à armes égales ! La RMB vend des espaces pour la RTBF à des prix très en-dessous de ce que les privés sont en mesure de proposer, ce qui nous pose de gros soucis. Et en tant que réseaux provinciaux, nous n'avons actuellement aucun accès aux annonceurs nationaux. Enfin, nous sommes « monoproduit », c'est-à-dire

CARTE BLANCHE

qu'il est difficile pour nous de vendre des espaces complémentaires sur plusieurs stations, ou d'utiliser des médias « frères » pour assurer notre visibilité en télévision ou dans la presse. Ce n'est pas simple, et heureusement que certains groupes de presse régionale et toutes-boîtes acceptent de nous donner une certaine visibilité !

Il y a aussi ce problème de visibilité dans les sondages...

Soyons clairs : quand le Gouvernement a fait l'architecture du plan de fréquences, il a souhaité que des réseaux provinciaux existent, et c'est très bien. Mais ce plan ne correspond pas du tout à la structure du marché publicitaire. Le meilleur exemple est celui des études d'audience. Les sondages du CIM (Centre d'Information sur les Médias) servent à fixer les tarifs des spots en fonction des audiences de chacun.

Or, la méthodologie actuelle des mesures d'audience vaut pour des programmes « nationaux ». Le faible échantillonnage ne permet pas de mesurer de manière fiable l'audience d'un programme à vocation provinciale, les réseaux Must FM ne peuvent donc pas être valablement représentés dans les résultats du CIM.

Ceci dit, vos résultats sont très corrects...

Oui, nos résultats sont tout à fait conformes aux objectifs fixés. Il faut dire que nous jouons la carte de la proximité sur un terrain que les grands réseaux ne sont pas en mesure de couvrir. Cela nous donne un énorme capital sympathie, nos annonceurs sont très fidèles, et le public apprécie notre présence sur le terrain, à leurs côtés. Les associations et même les entreprises locales, se bousculent derrière nos micros, car personne d'autre ne peut leur offrir un tel moyen de communication de proximité ! Notre existence dans le paysage correspond clairement à une attente. Dommage qu'on ne reconnaisse pas davantage cette mise en avant du patrimoine régional...

EMPLOI ET BÉNÉVOLAT

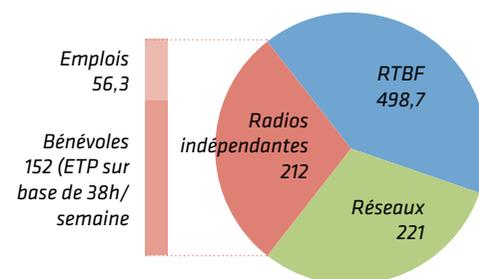
En 2010, le secteur radiophonique (hors exploitants, régies publicitaires, prestataires techniques...) représentait **776 travailleurs** en équivalents temps plein (ETP) (Graphique 1). Les radios en réseau représentaient un effectif global de 221 travailleurs ETP (salariés ou indépendants) au 31 décembre 2010 (Graphique 2), ce qui représente une augmentation de 10 unités par rapport à l'exercice précédent. Quant au personnel de la DG (Direction Générale) Radio de la RTBF, il était composé de 498,7 ETP à la même période. Enfin, pour les radios indépendantes, seules 19 d'entre elles ont eu recours à des travailleurs rémunérés en 2010, pour un total de 56,3 ETP. Ces emplois sont financés par la publicité locale, des subsides ou aides à l'emploi ou encore des donations (voir le financement de ces radios page suivante).

2011 est l'année européenne du volontariat, soulignons ici l'importance du travail bénévole, véritable pilier sur lequel repose le fonctionnement de ces radios indépendantes aux ressources souvent limitées. En effet, en 2010, 1.788 bénévoles œuvraient dans les radios indépendantes, un chiffre en augmentation de 44 unités par rapport à 2009 (Graphique 3). En moyenne, chacune de ces radios sont soutenues par environ 25 passionnés qui consacrent, chaque semaine plus de 4 heures de leur temps à leur radio.

1788
bénévoles œuvraient dans les radios indépendantes en 2010

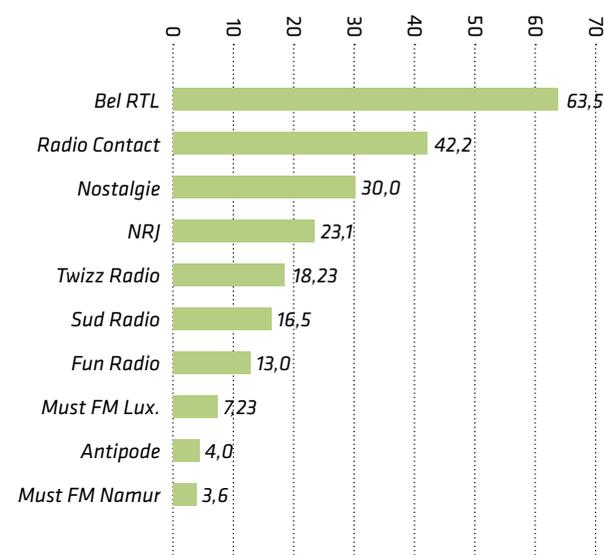
Graphique 1

RESSOURCES HUMAINES DES RADIOS EN 2010 (ETP)



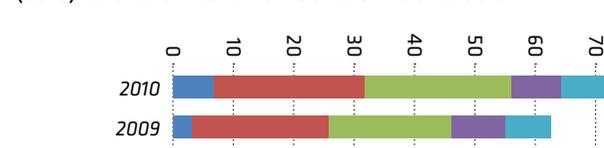
Graphique 2

EMPLOIS DANS LES RESEAUX EN 2010 (ETP)



Graphique 3

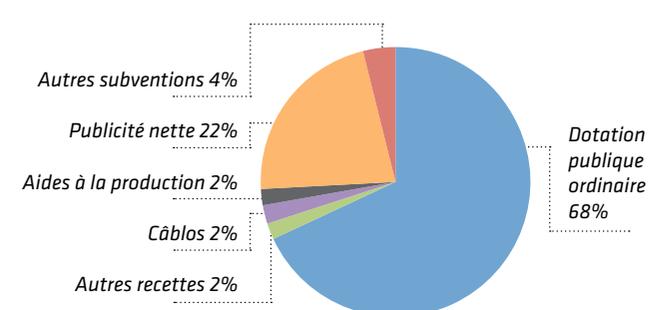
NOMBRE DE BENEVOLES DANS LES RADIOS INDEPENDANTES (2010)



Source : CSA sur base des rapports d'activité 2010 des éditeurs et comptes BNB

Graphique 4

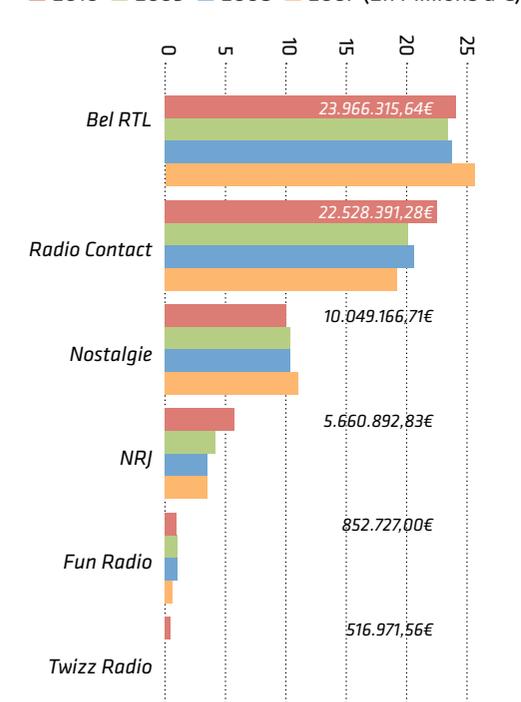
REVENUS DE LA RTBF EN 2010



Source : Source: Rapport de gestion RTBF 2010

Graphique 5

MARCHE PUBLICITAIRE DES RADIOS EN RESEAU



Source : CSA sur base des rapports d'activité 2010 des éditeurs et comptes BNB

SOURCES DE FINANCEMENT

LES RADIOS DE LA RTBF

Les recettes d'exploitation de la RTBF pour l'ensemble de ses activités s'élevaient à quelque 294,5 millions € pour l'exercice 2010. La dotation et les subventions publiques de l'éditeur représentent près de 74% de ces recettes, pour 19% de recettes publicitaires nettes. Environ 46 millions €, soit 16% du budget général de la RTBF, sont spécifiquement consacrés à la DG radio (graphique 4).

Les recettes publicitaires de la RTBF en radio s'élevaient en 2010 à 20.764.000 € soit une progression de 14,3% après une année 2009 touchée par une contraction généralisée des investissements publicitaires. Cela représentait environ 45% du budget de la DG radio de l'éditeur pour 2010.

LES RADIOS PRIVÉES

La situation économique des radios privées est très disparate. Par nature, le paysage compte une grande diversité de profils de réseaux et de radios indépendantes, qui sont dans des situations très diverses du point de vue de leur maturité et de leurs sources de revenus.

Le chiffre d'affaires global des éditeurs de radios privés pour l'exercice 2010 s'élevait à 68.211.125 €, ce qui représente une hausse de 5.380.264 € (+8,56%) par rapport aux 62.830.860,65 € de 2009 (62.101.526,75 € en 2008).

96% de ce chiffre d'affaires est généré par les réseaux. Ces derniers tirent plus de 90% de leurs recettes de la publicité diffusée sur leurs ondes (Graphique 5 page précédente), auxquelles s'ajoutent d'autres revenus, liées notamment à l'interactivité (numéros surtaxés et SMS premium), à la publicité sur leur site Internet ou encore à la production.

Quant aux radios indépendantes, elles fonctionnent le plus souvent avec des budgets limités, en moyenne de 37.000 €. Seules 15 d'entre elles (soit 22%) disposent en effet d'un budget supérieur à 50.000 €, alors qu'elles sont 25 (soit 36 %) à disposer d'un budget inférieur à 10.000 €. L'importance du soutien des bénévoles (voir page 54) apparaît donc ici d'autant plus indispensable pour assurer le fonctionnement quotidien de la plupart des radios indépendantes.

Citons parmi les très diverses sources de financement de ces éditeurs :

- Les subsides ou aides permettant d'assurer le fonctionnement ou de financer certains emplois, dans le cas notamment des éditeurs adossés à un centre culturel, une maison des jeunes ou encore une université (Radio Panik, Radio Campus, Mixt, 48 FM, Panache FM, Radio Alma, Libellule FM, etc.).
- Les aides spécifiquement octroyées aux radios qui se sont vu reconnaître par le CSA le statut de radio associative et d'expression à vocation culturelle et d'éducation permanente (voy. ci-dessous concernant le FACR).
- Les recettes publicitaires dont bénéficient certains éditeurs tels que FooRire FM, Est FM, Beloeil FM, Mélodie FM, Radio Plus et Charleking, ou encore les radios de profil communautaire qui attirent, par leur format de niche, suffisamment d'annonceurs ou de donateurs pour financer leur activité (Al Manar, RCF Bruxelles, Radio Cyclone - RCF Namur, RCF Liège, Gold FM)
- Les dons, cotisations des membres des associations et autres cartes de soutien.
- Les revenus d'activités parallèles et complémentaires destinées à financer l'activité radiophonique.

LE MARCHÉ PUBLICITAIRE

Le marché publicitaire de la radio en Belgique francophone¹, est en croissance constante depuis une dizaine d'années malgré un léger tassement en 2009 (Graphique 6). En 2010, il représentait quelque **196,2 millions €** de revenus bruts en 2010, soit environ 15% du marché publicitaire global² et 49% des investissements publicitaires dans le média radiophonique au niveau national.

Le groupe RTL représentait une part de ce marché publicitaire équivalente à 45%, avec ses services Radio Contact (23,5%) et Bel RTL (21,5%). La RTBF se taillait quant à elle une part de 37,5% de ce marché, répartie entre Vivacité (16,5%), Classic 21 (8,5%), La Première (8%), Pure FM (4%) ainsi que Musiq 3 (0,5%). Le groupe NRJ obtenait quant à lui 14,5% de ces recettes publicitaires (7,5% pour Nostalgie et 7% pour NRJ), et enfin Fun Radio (2,5%) se partageaient le reste du marché (Graphiques 8 et 9).

LE FACR (FONDS D'AIDE À LA CRÉATION RADIOPHONIQUE)

Ce fonds, destiné à promouvoir et développer la création radiophonique en Fédération Wallonie-Bruxelles permet de soutenir la production d'œuvres, créatives et originales, valorisant le patrimoine de la Fédération dans les domaines de l'information, du documentaire, des magazines culturels, de la fiction et de la musique (voir p. 49).

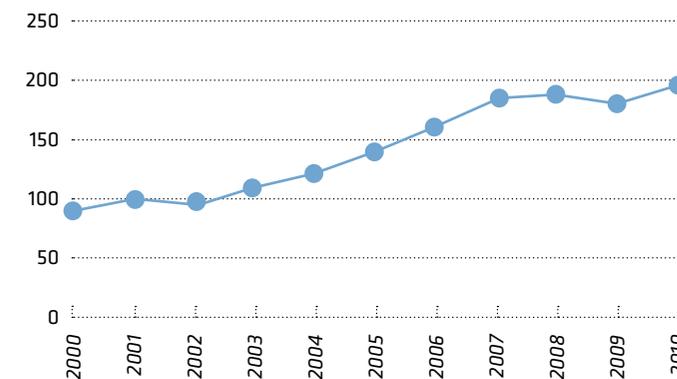
Depuis 2008, ce fonds soutient en outre les radios ayant obtenu le statut de radio associative d'expression culturelle et d'éducation permanente (voir p. 50). Ces aides, calculées en fonction du recours ou non à de la pub et du mode de diffusion (analogique ou numérique) du service, ont été versées pour la première fois en 2010. Elles ont bénéficié à 17 radios, pour un montant total de 290.000 € (Graphique 10).

¹ Pour plus d'informations à ce sujet, voy. F. Antoine et F. Heinderyckx, *État des lieux des médias d'information en Belgique francophone* (mars 2011), <http://egmedia.pcf.be/>, pp. 147 et s.

² Les chiffres CIM MDB permettent de faire une distinction entre investissements publicitaires réalisés au Nord et au Sud du pays sur base du critère linguistique qui caractérise les campagnes publicitaires dans les différents médias.

Graphique 6

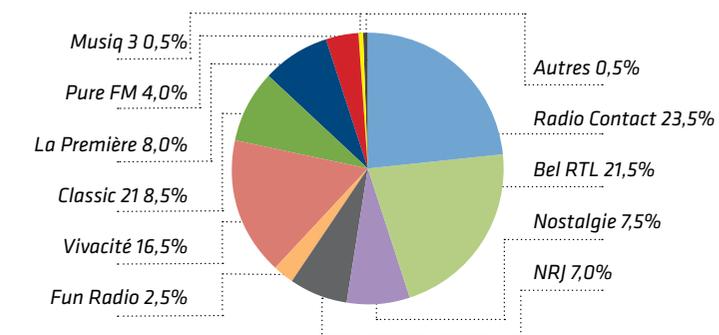
EVOLUTION DES REVENUS PUBLICITAIRES RADIO BELGIQUE FR (2000-2010. En millions d'€)



Source : CIM MDB

Graphique 8

PARTS DE MARCHÉ PUBLICITAIRES PAR SERVICE (2010)



Source : CIM MDB 2010

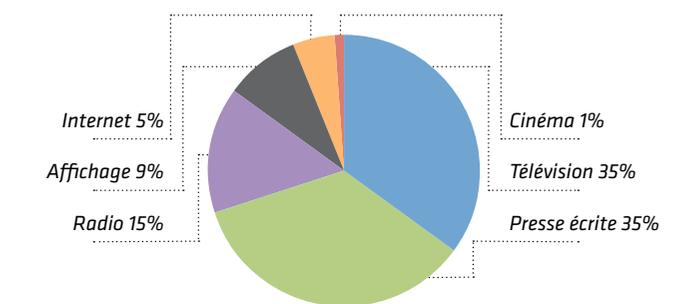
Graphique 10

SUBSIDES AUX RADIOS ASSOCIATIVES (2010)

Diffusion de communications commerciales ?	Diffusion analogique	Diffusion numérique
OUI	12.500 € Radio Alma	13.500 € Radio Judaïca et Warm FM
NON	18.500 € Radio J600, Radio Equinoxe Namur et Radio Sud	19.500 € Radio UMH, Radio Air Libre, 48FM, Radio Panik, Radio Campus, Radio Libellule, RUN, Equinoxe FM Liège, Radio Vibration et RQC

Graphique 7

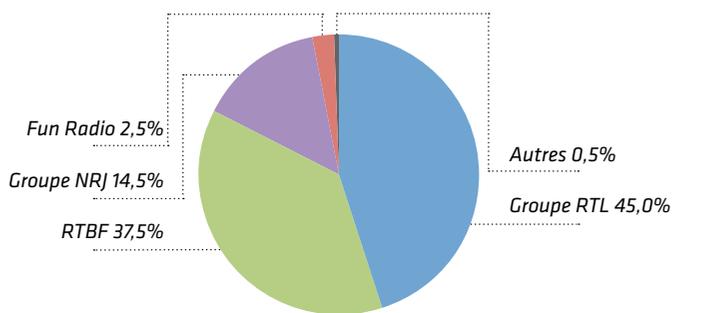
INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PAR MEDIAS (2010)



Source : CIM MDB (11 premiers mois 2010)

Graphique 9

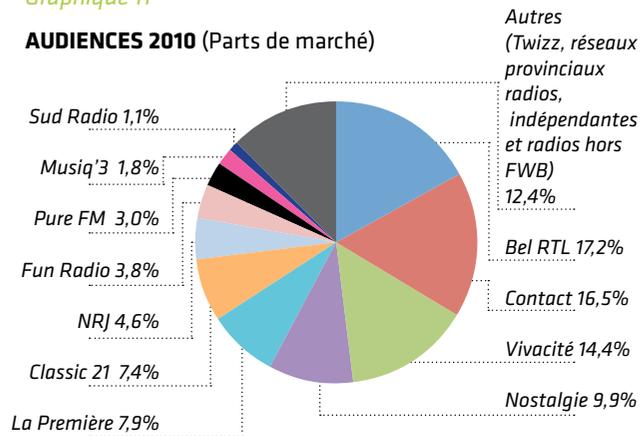
PARTS DE MARCHÉ PUBLICITAIRES PAR GROUPE (2010)



Source : CIM MDB 2010

Graphique 11

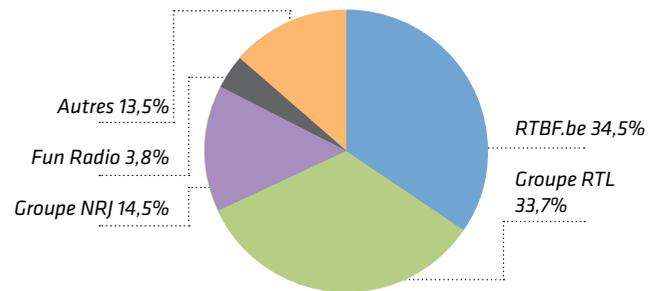
AUDIENCES 2010 (Parts de marché)



Source : CIM radio vagues 20 et 21, 12+, 5:00-22:00, Sud (www.cim.be)
NB : Twizz n'est pas repris dans ces chiffres car exercice 2010 incomplet.

Graphique 12

AUDIENCES PAR GROUPE 2010 (Parts de marché par groupe)



Source : CIM radio vagues 20 et 21, 12+, 5:00-22:00, Sud
NB : Twizz n'est pas repris dans ces chiffres car exercice 2010 incomplet.

LES PARTS D'AUDIENCE

Deux fois par an, le CIM publie les chiffres d'écoute des radios en Belgique. Dans chacune de ces vagues, environ 8.500 répondants en régions wallonne et bruxelloise (pour les radios francophones), représentatifs de la population des 12 ans et plus, sont invités à remplir un carnet d'écoute pendant 7 jours (Graphique 11).

PLURALISME ET TRANSPARENCE DES MEDIAS

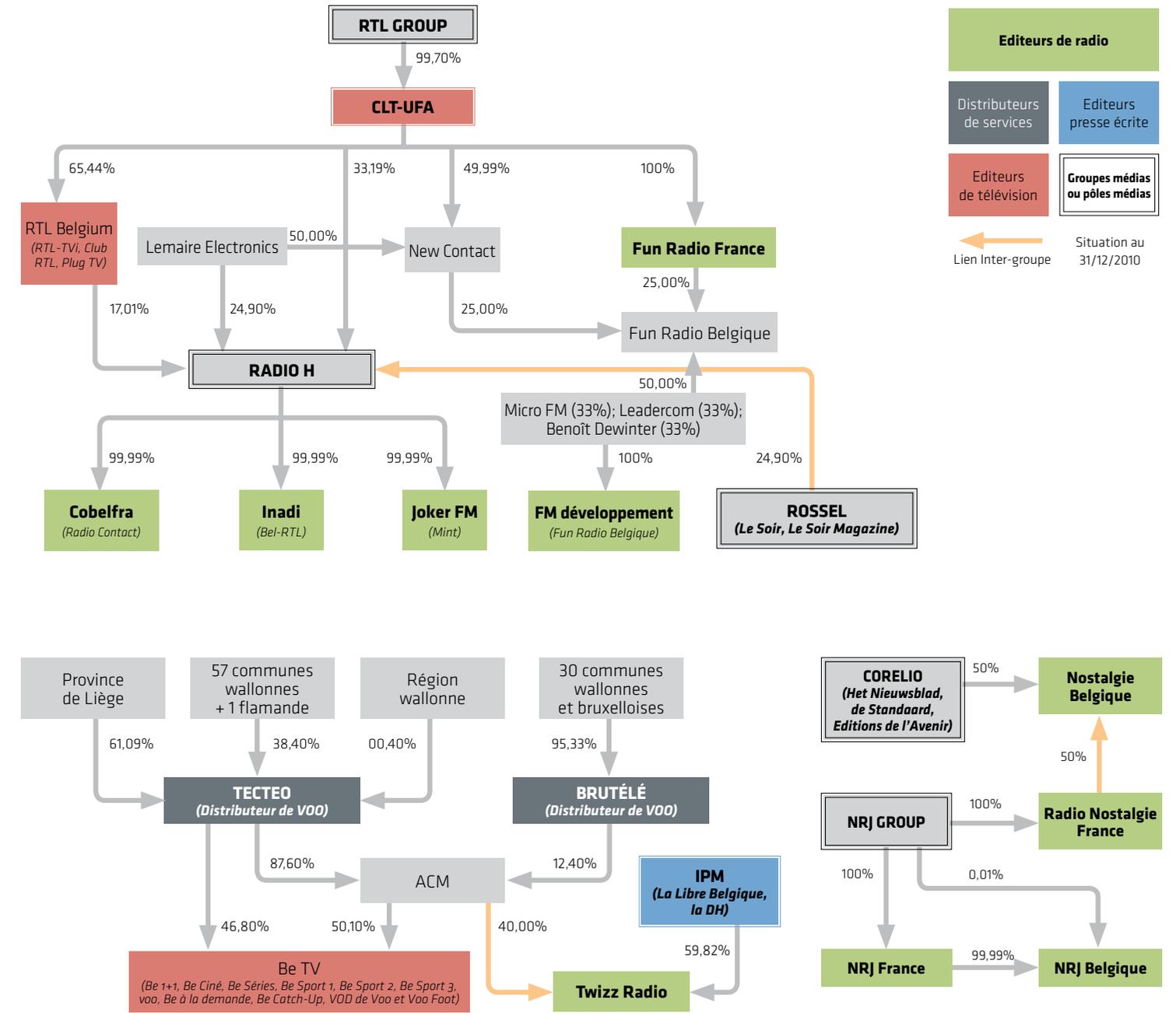
Pilier démocratique, le pluralisme permet au citoyen de se forger librement sa propre opinion, à travers un large choix de contenus en provenance de sources indépendantes et autonomes, et reflétant la variété des opinions et des idées. C'est au régulateur de veiller au pluralisme et d'évaluer, en permanence, la transparence des structures économiques des médias.

En radio, en donnant les autorisations aux 6 radios en réseau dans le cadre du plan de fréquences, le CSA a garanti d'une part, une diversité du paysage et un équilibre entre les différents formats et d'autre part, fait en sorte qu'aucun éditeur n'exerce une position significative susceptible de porter atteinte à la liberté du public d'accéder à une offre pluraliste. En Fédération Wallonie-Bruxelles, les auditeurs ont accès aux 5 services du groupe public RTBF.be, 6 réseaux sélectionnés pour assurer la présence des différents groupes (Graphique 12), et une offre de proximité, avec les réseaux provinciaux et les radios indépendantes.

Les éditeurs ont aussi une obligation de transparence en publiant une série d'informations sur leur site Internet ou, à défaut, sur celui du CSA, entre autres sur leur actionnariat (voir p. 59), pour permettre au public de se faire une opinion sur la valeur à accorder aux informations et aux opinions qu'ils diffusent.

Plus d'infos sur le pluralisme et l'offre des médias en FWB sur : www.csa.be/pluralisme.

Schémas de structures de groupes



LE DÉCRET COORDONNÉ SUR LES SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS DE 2009 ENCADRE L'ACTIVITÉ RADIOPHONIQUE EN FÉDÉRATION WALLONIE-BRUXELLES, SOUMISE À UN RÉGIME D'AUTORISATION. SELON QUELLE PROCÉDURE ET QUELS CRITÈRES LES FRÉQUENCES SONT-ELLES ATTRIBUÉES ? COMMENT EST ASSURÉ LE SUIVI DES CES AUTORISATIONS ? LEUR OPTIMISATION ? QUI ASSURE LA POLICE DES ONDES DANS CE SECTEUR ?

FM 2008, EXEMPLAIRE UNIQUE ?

François JONGEN*

Professeur à l'Université Catholique de Louvain
Avocat au Barreau de Nivelles

Le plan FM 2008 restera assurément parmi les riches heures de la régulation de l'audiovisuel en Belgique, et ce pour des raisons multiples.

Pour les radios, il aura, pour la première fois, donné une existence légale aux réseaux, qui existaient dans les faits depuis près de trente ans. Il aura, également, permis de mettre enfin un terme à une insécurité juridique qui pesait depuis deux décennies sur le secteur de la radio. Tout cela, bien sûr, en provoquant la joie de certains, et la déception d'autres.

Ce souci de transparence de la part du CSA a permis aux opérateurs de bien préparer leurs dossiers, et l'ensemble du *modus operandi* paraît avoir été globalement validé par le Conseil d'Etat.

Pour le CSA, le plan de fréquences aura représenté un défi exceptionnel. Pour les services du Conseil, d'abord, qui auront dû étudier de fond en comble plus de cent soixante dossiers de candidatures et fournir au Collège d'Autorisation et de Contrôle toutes les clés utiles pour décider. Pour le Collège lui-même, qui aura dû adopter cent quarante décisions en procédant à des comparaisons minutieuses de tous les dossiers, mais aussi en évaluant l'impact de chaque décision individuelle sur la configuration générale du paysage radio, tout particulièrement sous l'angle du pluralisme. Le tout en précisant que trois mois à peine se seront écoulés entre les dépôts des dossiers de candidature et les décisions.

Le législateur n'ayant tracé qu'un cadre global, le CSA s'était efforcé, dans ce vaste processus, de baliser lui-même la procé-

CARTE BLANCHE

sure qu'il suivrait pour prendre ses décisions. Ce souci de transparence a permis aux opérateurs de bien préparer leurs dossiers, et l'ensemble du *modus operandi* paraît avoir été globalement validé par le Conseil d'Etat, qui n'a suspendu ou annulé que très peu des décisions contre lesquelles des recours avaient été exercés.

Est-ce à dire que le CSA est d'ores et déjà prêt pour la prochaine échéance et qu'il suffira de refaire ce qui a été fait ? Non, car il n'est pas sûr qu'il y aura une prochaine échéance véritablement comparable. Certes, les autorisations délivrées en 2008 viendront à échéance en 2017, et il faudra en principe un nouvel appel d'offres, et une nouvelle procédure d'attribution, pour les renouveler. Mais ne peut-on penser qu'à ce moment, la radio sera définitivement entrée dans l'ère du numérique, et que les enjeux liés à la détention d'une fréquence hertzienne n'auront plus la même acuité ? Le DAB+, mais aussi l'édition de services de radiodiffusion sonore par d'autres moyens que la voie hertzienne terrestre (et notamment par Internet) seront sans nul doute venus changer la donne. Le législateur aura plus que probablement amendé le cadre juridique. Les services fournis sur simple déclaration auront sans doute conquis une partie significative de l'audience, aux côtés des services fournis après obtention d'une autorisation. Sera-t-il, encore, question d'autorisation ? Peut-être, peut-être pas...

Quoiqu'il en soit, ces changements ne signifient pas, loin s'en faut, qu'un régulateur ne sera plus nécessaire. Tout au plus que ses modes d'action seront, probablement, différents.

*En tant qu'avocat, François Jongen a défendu à plusieurs reprises des décisions du CSA devant le Conseil d'Etat.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE DU SECTEUR RADIOPHONIQUE

RÉGIME D'AUTORISATION

Depuis 2009 et l'entrée en vigueur du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, l'édition d'un service télévisuel ne nécessite plus d'autorisation préalable du CSA, toutefois, le législateur a maintenu un régime d'autorisation pour l'édition de service radiophonique par voie hertzienne. La diffusion sur la bande FM, et quand elle sera mise en œuvre, par radio numérique terrestre, reste, elle, soumise à autorisation. Exception : la webdiffusion (la webradio) est désormais dispensée d'autorisation préalable.

Ce régime plus contraignant s'explique par la spécificité technique de la voie hertzienne qui utilise des radiofréquences, une ressource rare dont l'assignation a été confiée aux autorités publiques. Poursuivant un objectif d'intérêt général, elles sont les mieux à même d'assurer un traitement équitable des demandes et une répartition des fréquences garantissant l'équilibre et le pluralisme de l'offre radiophonique en FM.

Pour la diffusion sur la bande FM, deux autorités publiques distinctes jouent un rôle dans la procédure d'autorisation : le Gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles et le CSA.

LANCEMENT D'UN APPEL D'OFFRES

Le Gouvernement intervient en amont. C'est lui, en effet, qui fixe la liste des radiofréquences attribuables ou « cadastre » des fréquences.

S'il estime qu'il y a lieu d'attribuer une ou plusieurs de ces fréquences, il lance un appel d'offres. L'appel d'offres contient deux éléments importants : la liste des fréquences et réseaux de fréquences à assigner et le cahier des charges à respecter par les candidats.

Le but de la recommandation qu'adopte le CSA peu après le lancement de l'appel d'offres est d'expliquer en toute transparence la manière dont le régulateur entend mettre en œuvre ses objectifs de diversité et d'équilibre.

La liste des fréquences assignables permet aux candidats de choisir pour quelle(s) fréquence(s) ou quel(s) réseau(x) ils vont postuler. Le cahier des charges reprend, quant à lui, un certain nombre d'exigences minimales à remplir par les candidats. Certaines sont prévues dans le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (par exemple l'obligation d'être indépendant de tout gouvernement, parti politique ou organisation syndicale ou patronale ou l'obligation de respecter certains quotas de diffusion musicale) et d'autres peuvent y être ajoutées par le Gouvernement dans l'appel d'offres. Les candidats sont bien évidemment toujours libres de s'engager à aller plus loin que les exigences minimales fixées au cahier des charges.

Après le lancement de l'appel d'offres par le Gouvernement, le CSA prend le relais. En raison de son indépendance, c'est en effet

à lui que le législateur a confié la compétence de recevoir et traiter les dossiers de candidature, dans le respect d'une procédure très réglementée visant une stricte égalité entre les candidats.

La première étape de cette procédure consiste, pour le Collège d'autorisation et de contrôle (CAC) du CSA, à adopter une recommandation relative à la diversité et à l'équilibre des formats de radios dans le traitement des offres. Le but de cette recommandation adoptée peu après le lancement de l'appel d'offres est d'expliquer en toute transparence la manière dont le régulateur entend mettre en œuvre ses objectifs de diversité et d'équilibre. Il y classe les fréquences assignables en zones géographiques, définit les différents formats de radio généralement rencontrés : radios géographiques, communautaires, thématiques d'expression et généralistes. Un projet ne correspond pas toujours nécessairement en tous points à un seul format et peut présenter un profil primaire et un profil secondaire. Dans sa recommandation, le régulateur explique également, pour chaque zone, à quel(s) format(s) il donnera la priorité.

Munis de cette recommandation et du cahier des charges, les candidats sont outillés pour construire leur dossier. Chaque dossier doit comporter des données identifiant le candidat, un plan financier sur trois ans ainsi qu'une description du projet radiophonique et de la manière dont le candidat entend mettre en œuvre les obligations prévues dans le cahier des charges. Les dossiers doivent être adressés au CSA dans un délai fixé par l'appel d'offres.

Une fois ce délai écoulé, le CAC a trois mois pour prendre sa décision. Il suit, pour ce faire, une procédure clairement établie dans son règlement d'ordre intérieur.

Le CSA tient compte de l'équilibre général du paysage radiophonique et veille à ce que son choix rencontre les aspirations de toutes les catégories sociales par le biais d'une diversité de l'offre culturelle, musicale et d'information.

RECEVABILITÉ DES DOSSIERS

Après l'ouverture des offres, le CAC se prononce sur leur recevabilité. A ce stade seront retenus tous les dossiers remplissant un minimum d'exigences formelles.

Le Collège classe ensuite les dossiers recevables selon leur format, en se basant sur sa recommandation. Le cas échéant, et en fonction des offres recevables disponibles, il apporte des ajustements à la répartition des fréquences en zones et entre formats.

Enfin, le CAC évalue qualitativement les dossiers. L'appréciation se fait à deux niveaux. Premièrement, les dossiers sont jugés individuellement. Le Collège tient compte de leur conformité aux exigences légales, des éventuels engagements des candidats à aller au-delà de ces exigences, de l'originalité des projets, de la pertinence des plans financiers, de l'importance donnée à la production décentralisée et de l'expérience acquise dans le domaine radiophonique. Deuxièmement, les dossiers sont jugés globalement. A cette occasion, le Collège tient compte de l'équilibre général du paysage radiophonique et veille à ce que son choix rencontre les aspirations de toutes les catégories sociales par le biais d'une diversité de l'offre culturelle, musicale et d'information. C'est à ce moment qu'il s'assure aussi que le paysage présente bien une pluralité de médias indépendants et autonomes reflétant la diversité la plus large possible d'opinions et d'idées.

Les dossiers les mieux classés et permettant de respecter l'équilibre et le pluralisme global du paysage se voient assigner une fréquence. Le Collège délivre aux éditeurs un titre d'autorisation valable en principe pour neuf ans, et ce afin de leur permettre d'envisager des politiques d'investissement et de programmation à long terme.

Décret coordonné sur les services de médias audiovisuels disponible sur : www.csa.be/documents/1440

LES AUTORISATIONS, ET APRÈS?

Quand une radio a reçu son autorisation d'émettre, son activité est encadrée par une série de règles (voir pages précédentes). De la même manière qu'il a évalué les dossiers des radios candidates à l'usage d'une fréquence et opéré les choix en matière d'autorisation, le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA assure le suivi de ces autorisations.

Ce suivi englobe de nombreux aspects. Le principal outil de contrôle dont dispose le régulateur est le rapport annuel que doivent lui fournir tous les éditeurs. Dans ce rapport, ils exposent en quoi ils ont rempli leurs obligations et respecté leurs engagements au cours de l'exercice qui vient de s'écouler.

CONTRÔLE ANNUEL

Le contenu du rapport est fixé dans la loi : il doit reprendre, au minimum, un bilan financier, un rapport moral, une note de politique de programmation, ainsi que des détails sur la manière dont l'éditeur s'est acquitté, au cours de l'exercice, de ses engagements en matière de production propre, d'usage des langues, de promotion culturelle et de quotas de diffusion musicale. Pour les radios associatives et d'expression, le rapport contient également les éléments qui peuvent justifier du maintien de leur statut particulier au cours de l'exercice. Le rapport est généralement accompagné d'un ou plusieurs échantillons du programme diffusé, ceux-ci servent à la fois à illustrer la programmation et constituent une base de calcul pour certaines vérifications qu'effectue le CSA, essentiellement des vérifications liées aux quotas.

SANCTIONS ÉVENTUELLES

A l'issue de l'examen du rapport annuel, le Collège adopte un avis relatif au contrôle annuel. Lorsque qu'il constate des infractions ou des manquements aux obligations, il transmet le dossier au

Secrétariat d'instruction qui est alors chargé de l'instruire. Au terme de cette procédure, l'instruction peut déboucher, selon les cas, sur une sanction, qui peut aller d'un simple avertissement adressé à la radio, jusqu'à la sanction ultime, le retrait de l'autorisation d'émettre.

OPTIMISATION DES FRÉQUENCES

Un autre aspect du suivi des autorisations concerne la gestion du parc des radiofréquences. Chaque éditeur autorisé à diffuser en FM s'est vu attribuer par le CSA une ou plusieurs radiofréquences. En recherche perpétuelle d'améliorations de couverture, les opérateurs demandent régulièrement des modifications de leurs conditions d'émission (aménagement des caractéristiques techniques de leur radiofréquence). De telles modifications doivent être effectuées avec prudence, du fait de la grande densité du cadastre des fréquences FM en Wallonie et à Bruxelles.

Pour répondre à ces demandes, une commission technique a été mise en place. En plus des ingénieurs du ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles chargés de la gestion du parc des radiofréquences, cette commission rassemble aussi les représentants des radios potentiellement affectées par la modification demandée. C'est donc en concertation avec les opérateurs concernés que des solutions techniques sont progressivement trouvées pour optimiser le cadastre des radiofréquences au bénéfice de tout le secteur radiophonique.

Enfin, le suivi des autorisations consiste aussi, plus simplement, à veiller, par des contacts réguliers avec tous les opérateurs, à ce que ceux-ci continuent d'exercer leur activité dans les meilleures conditions possibles. C'est dans cet esprit que les services du CSA organisent régulièrement des visites de terrain, des réunions et des ateliers d'information, destinés en particulier aux radios indépendantes, qui disposent souvent de ressources internes et de moyens limités pour appréhender la complexité du cadre légal de leur activité.

LES FRÉQUENCES, UN DÉDALE COMPLEXE À GÉRER

La couverture de chaque radiofréquence varie selon différents facteurs comme la puissance, la hauteur de l'antenne, l'altitude, la présence d'obstacles dans le relief, etc. La fréquence modulée, ou FM, est une technologie très sensible aux brouillages. Il importe donc que chaque émetteur respecte les caractéristiques techniques qui lui ont été données lors de son autorisation et qui garantissent que les brouillages seront minimisés. En effet, un diffuseur qui ne respecte pas ses caractéristiques techniques est susceptible d'entraver la bonne réception des stations voisines.

En Belgique, la **police des ondes** est assurée par l'IBPT (Institut Belge des Postes et Télécommunications). Cet organisme fédéral est compétent pour effectuer des mesures de terrain, contrôler les installations et, le cas échéant, contraindre les diffuseurs à respecter les prescriptions techniques. C'est aussi l'IBPT qui est compétent pour couper les émetteurs qui ne disposent d'aucune autorisation. Un rôle parfois mal perçu par les radios, mais qui garantit que tous les occupants de la bande FM peuvent être reçus avec le confort d'écoute nécessaire.

www.ibpt.be



COLOPHON

DIRECTION ÉDITORIALE

Aline Franck,
responsable de la communication

SECRETARIAT DE RÉDACTION

Damien Bourguignon

ONT PARTICIPÉ À CETTE PUBLICATION

Mathilde Alet
Damien Bourguignon
Marie Coomans
Alexis De Boe
Bernard Dubuisson
Aline Franck
Julien Jost
Anne Libert
Cédric Mauer
Nele Smets
Geneviève Thiry

CRÉDIT PHOTOGRAPHIQUE

Beverley Minnekeer et Aline Franck (CSA), et toutes les radios qui ont donné des images.

CRÉATION & IMPRESSION

Perfecto sprl (www.perfecto.be)

ÉDITEUR RESPONSABLE

Marc Janssen,
Président du CSA
Boulevard de l'Impératrice, 13
1000 Bruxelles

Clôturé le 28 novembre 2011

QUI EST QUI AU CSA ?

Afin de préparer les travaux des deux Collèges qui le composent (Collège d'autorisation et de contrôle et Collège d'avis), le CSA dispose d'une équipe de 27 personnes. Cette équipe fonctionne selon une organisation matricielle qui amène les conseillers transversaux, en charge de matières spécifiques dans le champ de la régulation audiovisuelle, à collaborer avec les trois services que compte le CSA : le service « éditeurs », le service « distributeurs et opérateurs » et le service « études et recherches ».

Pour le secteur radiophonique, les personnes suivantes participent, sous la responsabilité du Directeur général, à la mise en œuvre des missions du CSA :

Paul-Eric Mosseray

Directeur du service « éditeurs »

Bernard Dubuisson

Responsable de l'unité « radios »

Mathilde Alet

Conseillère en charge de la communication publicitaire, de la protection du consommateur et de la problématique des discriminations

Marie Coomans

Juriste

Clémence Dumont

Juriste

Julien Jost

Conseiller en charge du service économique, des analyses de marchés, de la transparence et du pluralisme

Anne Libert

Conseillère en charge des questions spécifiques liées au service public, de la production et la création audiovisuelles, de la diversité culturelle et des quotas

Cédric Mauer

Assistant de l'unité « radios »

Nele Smets

Conseillère en charge des nouvelles technologies, des nouveaux médias, de la transition et du dividende numériques

Geneviève Thiry

Conseillère en charge de la protection des mineurs et de la dignité humaine, de la déontologie de l'information, du droit du public à l'information et de l'information en période électorale

L'organigramme complet du CSA est consultable à l'adresse : www.csa.be/documents/1543



CSA
CONSEIL SUPERIEUR
DE L'AUDIOVISUEL

CSA
Bld. de l'Impératrice, 13
1000 Bruxelles

