

La radio se voit déjà délivrée du poste à papa

Catherine Tasca veut relancer le chantier du numérique.

Au bord de sa révolution numérique, la radio hésite encore. Alors que la numérisation ouvre de nouvelles possibilités de diffusion (terrestre ou par satellite), de nouveaux supports de distribution (Internet ou téléphonie mobile), l'heure semble encore aux études et aux concertations. C'est dans ce contexte frémissant mais fragile que Catherine Tasca avait demandé, en décembre, un rapport sur l'avenir de la radio à l'ère du numérique. Une sorte d'état des lieux qui permet aujourd'hui à la ministre de la Culture et de la Communication de relancer les discussions avec l'ensemble des acteurs radio.

«Avec le numérique, la radio pénètre dans un monde nouveau, plus ouvert, plus instable aussi.» Dans le rapport qu'elle a remis récemment à Catherine Tasca, Anne Coutard, ex-directrice de Radio France, puis de RTL, se fait l'écho de cet attentisme des opérateurs, des diffuseurs et des distributeurs radio, encore bien assis sur le succès de la radio analogique. Et cela, alors même que l'écoute radio n'est déjà plus tout à fait la même chez les auditeurs (lire ci-contre). On saisit mieux la nature de ces flottements en mesurant l'ampleur du chantier numérique radio. C'est en effet de la fabrication du son à sa distribution en passant par sa diffusion que les métiers radiophoniques se voient déjà transformés par la nouvelle technologie.

«Pour la radio, media grand public, le vrai défi est d'ordre non pas technique mais éditorial, souligne Anne Coutard. Le succès de la radio numérique se jouera sur sa capacité à éditer de nouveaux contenus, en adéquation avec les nouveaux usages du public sur les réseaux numériques.»

Magique. Mais les problèmes techniques sont d'ores et déjà bien là, à résoudre en amont de ce que seront ces nouveaux

Viens l'écouter sur la télé

On évalue le nombre total de récepteurs radio dans le monde à 3,5 milliards (contre 1,5 milliard de téléviseurs). En France, 98 % des foyers ont au moins une radio et le nombre moyen d'appareils par foyer est supérieur à 6 (réveil, chaîne hi-fi, auto-radio, etc.). La radio est écoutée pour près de 60 % au domicile, 20 % en voiture, 18 % au travail. Mais déjà l'écoute sur la télévision, via le câble et le satellite, concerne 8 % des Français de plus de 15 ans (60 % des abonnés au satellite et 20 % des abonnés au câble). Soit 4 millions de «téléauditeurs». Et on trouve déjà près de 1 million de «radionautes» sur Internet.

usages. La numérisation de la production des sons est déjà bien avancée dans de nombreuses stations de Radio France et dans les radios privées. Au lieu des vieilles bandes magnétiques, on stocke tout – musique, émissions, publicités – sur ordinateur. Ce qui facilite la multidiffusion des programmes, leur déclinaison thématique, l'accès aux archives, etc. Une véritable plus-value pour toutes les stations.

La numérisation de la diffusion, terrestre ou par satellite, reste quant à elle suspendue à la question des récepteurs. De fait, on écoute plus la radio sur la télévision (câblée ou par satellite) aujourd'hui que sur les récepteurs numériques qui lui sont dédiés: DAB en terrestre, World Space par satellite, DRM pour la modulation d'amplitude.

Le DAB est la seule technologie aboutie. Elle est entrée en service commercial depuis une dizaine d'années en Europe, mais les ventes des nouveaux récepteurs de radio numérique ne décollent pas. Il est vrai qu'ils coûtent de 3500 francs à 5000 francs (de 533 à 762 euros).

Est-ce pour cela que la distribution via l'Internet ou le téléphone portable en fait déjà rêver plus d'un, qui voit le nombre d'internautes et de porteurs de mobiles s'accroître sans cesse? La diffusion numé-

rique permet d'élargir l'audience de la radio en offrant de nouveaux services aux utilisateurs de ces supports. Mais là se pose le problème de la dépendance des radios envers des canaux de distribution qu'elles ne maîtrisent pas. Manifestement, c'est pourtant à Internet et aux mobiles que les opéra-

3500 francs

C'est le prix minimum d'un récepteur de radio numérique.

teurs radio s'intéressent le plus aujourd'hui. Malgré les problèmes économiques (coûts de diffusion croissants) et juridiques (le fameux problème des droits musicaux non encore réglé avec les maisons de disques).

Pacs technologiques. La solution technique sera liée à la nature même du média radio et qui a fait son succès: sa mobilité. C'est donc à des sortes de packs technologiques qu'invite le rapport: «L'enjeu, c'est bien l'Internet mobile [...] alors que le récepteur dédié à la radio numérique peine à trouver son marché, le public pourrait lui préférer des récepteurs intégrés à d'autres outils de connexion: téléphones mobiles de la troisième génération, systèmes de guidage embarqués dans les véhicules ou assistants personnels véhiculés par leurs usagers». En attendant ces terminaux mi-radio, mi-téléphone, mi-Internet, les 130 millions de postes français ont encore quelques beaux jours devant eux ●

ANNICK PEIGNÉ-GIULY