

Une sanction suspensive pour DH Radio

MÉDIAS Le régulateur de l'audiovisuel estime qu'elle n'a pas respecté ses engagements

Le CSA – le régulateur de l'audiovisuel – a décidé de laisser une dernière chance à DH Radio (ex-Twizz radio, ex-Ciel info). Ce jeudi, il devait prendre attitude suite au non-respect par la radio du groupe IPM (*La Libre, DH*) des engagements pris lors de l'octroi de ses fréquences en 2008. Depuis mars 2015 et une énième réforme de sa formule, cette radio qui n'a jamais réussi à trouver son public était devenue un simple flux musical entrecoupé de bulletins d'infos. On était loin des ambitions initiales. Une suspension des fréquences était à l'ordre du jour. Il n'en sera finalement rien.

Le groupe IPM a déposé un nouveau projet au CSA. Celui-ci

consiste à introduire à partir du 2 mai quatre décrochages régionaux infos dans quatre régions, soit 16 journaux par jour. Le CSA l'a accepté moyennant des ajouts comme le renforcement des mesures de promotion culturelle. « *J'y répondrai favorablement* », nous a déclaré François le Hodey, CEO d'IPM. Le CSA a assuré ses arrières, en prenant une décision de sanction suspensive. Si DH Radio ne respecte pas ses nouveaux engagements, il devra automatiquement payer une amende équivalant à 3 % de son chiffre d'affaires, soit 18.000 euros.

Le CSA n'avait guère le choix. Ne rien faire aurait miné durablement la crédibilité de l'institution vis-à-vis du secteur, tant

les infractions de DH Radio étaient nombreuses et répétées depuis des années. Cela aurait surtout envoyé un très mauvais signal à l'heure où les radios se préparent à confectionner leur dossier en vue de l'appel d'offres du futur plan de fréquences (2017). Le CSA montre ainsi qu'embellir un dossier en vue de décrocher des fréquences est un jeu dangereux si ensuite on n'est pas en mesure de tenir ses engagements. Plusieurs éléments ont aussi joué en faveur de DH Radio comme la faible puissance du réseau qu'elle a reçu ou son positionnement musical unique dans le paysage radio (entre les radios jeunes et les radios pour public âgé). ■

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER

GUERRE DES RÉGIES

RMB marque des points

Dans le bras de fer qui oppose la régie publicitaire IP (groupe RTL) à sa concurrente RMB (filiale de la RTBF), cette dernière a réalisé un triplé inattendu. Lundi, elles annonceront que RMB a noué un partenariat avec DH Radio (groupe IPM) et deux réseaux provinciaux, Sud Radio (Hainaut) et Antipode (Brabant wallon). Certes, DH Radio était déjà en régie à la RMB. Mais à partir de mai, elle lancera quatre décrochages pour lesquels RMB approchera les annonceurs locaux. Yves Gérard, patron de la RMB, nous a confirmé l'information. De même que la patronne de Sud Radio, Natacha Delvallée et le fondateur d'Antipode, Etienne Baffrey. Pour les réseaux provinciaux et pour DH Radio, un accord avec RMB apporte la perspective de recettes supplémentaires. Et donne à ces acteurs du paysage radiophonique l'occasion de se positionner pour l'arrivée du DAB+, la future radio numérique. Après NRJ, le deal offre à RMB un second réseau à l'échelle de la Belgique francophone. Le premier était orienté vers les 15-30 ans. Le nouveau réseau des trois radios ciblera les 25-40. Les réseaux provinciaux, qui étaient ignorés par les grandes régies, deviennent l'objet de toutes les convoitises. ■

ALAIN JENNOTTE