

Ne nous trompons pas de radio numérique

La diffusion terrestre dépassée par l'Internet mobile

Les pouvoirs publics s'interrogent sur la transition numérique de la radio. Si la télévision numérique terrestre – la TNT – est une réussite, alors pourquoi la radio numérique terrestre – la RNT – ne le serait-elle pas à son tour ?

En réponse, les experts évoquent les différences entre la RNT et la TNT : pour la TNT, les opérateurs de télévision nationaux obtiennent des autorisations nationales ; ce n'est pas le cas des radios, qui doivent faire acte de candidature pour la RNT, sans certitude, région par région. La TNT multipliait par trois l'offre de programmes gratuits, ce n'est pas le cas de la RNT, dont l'accroissement de programmes sur les zones denses est marginal. La TNT se lançait avec une nouvelle génération de récepteurs TV : écrans plats et haute définition ; quant aux récepteurs plus anciens, ils bénéficiaient d'adaptateurs. Rien de cela pour la RNT : les récepteurs sont aussi sexy que des briques et il faut jeter 140 millions de radios analogiques.

En outre, la TNT démarrait au moment où la télévision s'ouvrait à de nouveaux secteurs publicitaires comme celui de la distribution – jadis réservé à la radio – et où le pouvoir d'achat croissait avec l'économie. La RNT propose de se déployer alors que le secteur de la radio accuse le rude choc de la crise de 2008 et que les ménages mesurent leurs dépenses. Enfin, les acteurs de la TNT reçoivent des aides financières significatives pour accompagner le passage au numérique. Pour la RNT, le sujet est évoqué, voir souhaité, mais sans résolution définitive à ce jour. Le financement public ne soutient pas la volonté publique.

Ce constat n'arrêta pas l'administration, qui s'engagea à surmonter ces obstacles. Guidée par la loi, elle procéda au lancement de la RNT en impliquant les principaux acteurs dans sa démarche, tant pour la définition de la norme de diffusion que pour le choix de la bande hertzienne la plus appropriée. Elle reçut des

Pierre Bellanger

Fondateur, président de Skyrock

Sylvain Anichini

Consultant, ancien directeur général adjoint de Radio France

dossiers de candidature pour les premières zones et procéda, comme dans l'analogique, à la distribution des autorisations aux élus de son choix.

Ce processus s'assortit de nombre de déclarations d'intention quant à la magie du numérique, synonyme de modernité. En oubliant un peu vite que le CD, quoique numérique, appartient plus au passé qu'à l'avenir...

Nous en sommes là. Au moment de vérité où le poète laisse la place à la calculette et qu'apparaît une facture de diffusion potentielle d'au moins 3 millions d'euros annuels par réseau national, soit une cinquantaine de millions par an au total pour les principaux acteurs. S'y ajouteront des émetteurs supplémentaires pour compenser une réception décevante. De surcroît, l'absence de réelle concurrence entre les opérateurs de diffusion laisse peu d'espoir sur la réduction de ces coûts. Enfin, aucune ressource publicitaire nouvelle tangible n'est attendue, et la diffusion débuterait sans parc de récepteurs significatif...

Un tel investissement – plus de 250 millions d'euros sur les sept premières années – pourrait se justifier s'il avait la faculté de s'amortir sur deux décennies dans un environnement technologiquement et économiquement stable. Or nous vivons une révolution absolue : l'émergence de l'Internet mobile. C'est-à-dire la faculté de se connecter à tout moment, n'importe où, sans interruption, à l'Internet par la voie des ondes.

La logique ouverte de l'Internet redéfinit la distribution physique de l'information et bouleverse tant les médias traditionnels que les télécoms. L'Internet fixe a déjà changé notre présent, l'Internet mobile nous ouvre le futur. Et la radio participe pleinement de cette mutation, c'est la radio adaptée au protocole Internet : la radio IP.

Ce futur est déjà entre nos mains : c'est l'iPhone. Ce terminal de poche révolutionnaire a permis à l'Internet de faire irruption dans le monde de la mobilité sur des réseaux déjà existants. Il permet l'accès à des milliers de radios, des offres musicales personnalisables, ainsi qu'à sa propre audiothèque.

L'accès se fait indifféremment par les réseaux télécoms ou gratuitement par sa propre borne Wi-Fi à domicile ou bien encore par les millions de bornes gratuites. Les puces de réception multistandards nous font oublier d'avoir à choisir un réseau. Nous écoutons notre radio

« Contrairement à la RNT, la radio IP (Internet) a un modèle économique »

préférée, c'est tout. La radio IP, c'est toute l'offre radio d'Internet aussi accessible qu'une station traditionnelle par un transisteur.

Le terminal Internet se branche sur l'auto-radio, sur la chaîne hi-fi, sur le radio-réveil, et les puces de réception de l'Internet mobile se retrouveront partout.

Déjà un million et demi d'iPhone vendus en France. Une industrie entière, en moins de deux ans, s'est mise au diapason de l'écran tactile et du terminal IP. Certes, la bande passante comme les terminaux restent chers, les réseaux télécoms doivent gérer des besoins nouveaux, mais la tendance est là : les prix baissent. Et par ailleurs, l'horizon tarifaire est à la convergence de modèle entre l'Internet fixe (ADSL) et mobile : un forfait offrant un accès illimité. Dès lors, comment constituer un parc viable de récepteurs RNT

lorsque le renouvellement des postes radio répond d'un cycle de dix ans, tandis que celui des terminaux mobiles subventionnés par les opérateurs est de dix-huit mois ?

Contrairement à la RNT, la radio IP a un modèle économique : elle permettra de qualifier les auditeurs et d'envoyer des publicités adaptées par groupes de public déterminés. C'est de l'Internet audio. Les audiences y seront mesurées en temps réel et les espaces publicitaires négociés à la volée sur des places de marché virtuelles. La radio IP a démontré une explosion d'initiatives créatives sans précédent soutenue par des modèles économiques adaptés aux micro-entreprises : voir le succès de Radio Parade.

Ce qui était il y a encore peu une pensée visionnaire commence aujourd'hui à faire consensus au niveau mondial : l'Internet mobile est la nouvelle donne. C'est l'antithèse de l'empilement des réseaux de diffusion spécifiques à chaque service (radio, télévision). Dans un futur économiquement fragile, où les soucis de préservation des ressources en énergie et de respect de l'environnement deviennent des priorités, peut-on continuer comme si de rien n'était ?

La juste réflexion menée par les pouvoirs publics devrait les conduire à prendre en compte ce fait nouveau et à réorienter un processus administratif qui risque de s'enliser sauf à être perfusé de subventions. Pourquoi ne pas réfléchir à mieux utiliser certains réseaux numériques déjà existants ? La TNT, qui permet la radio, par exemple ? Et il faut, dans tous les cas, promouvoir l'Internet mobile dans le cadre plus général de la mutation numérique nationale.

La RNT n'était pas une erreur mais un futur de retard, dépassé par une révolution technologique qui a surpris des industries entières. Le reconnaître n'enlèverait rien, bien au contraire, à l'estime que l'on peut porter à ceux qui l'ont défendue. Un changement de cap n'est jamais une faute quand il permet d'éviter de soudains récifs. ■