REPONSE A LA CONSULTATION DDM sur la Radio Numérique

Radio PLEIN AIR
BP5
25650 GILLEY
FRANCE
Tél : 0381432197
direction@radiopleinair.fr

Réponse aux questions :

1) La radio numérique n'implique selon nous, pas de modification à apporter aux dispositions actuelles. Le CSA doit être désigné pour élargir l'application de ces dispositions à destination des radios numériques.

2) La radio numérique, va entraîner une segmentation du marché radiophonique. Il nous semble opportun d'être très vigilant sur la manière d'attribuer l'accès au marché publicitaire local, dans la mesure où les parts de marché pourraient être très fortement diminuées par la multiplication des médias radiophoniques.
Seul une limitation sur le seuil de population et sur le nombre d'opérateur ayant accès au marché publicitaire local peut être efficace.
De ce fait, nous préconisons de baisser le seuil d'accès à la publicité locale de 6 millions à 1 millions d'habitants dans les dispositions générales, et de porter à 4 heures, le temps du programme d'intérêt local quotidien.
Par ailleurs, nous préconisons de faire un distinguo entre un programme d'intérêt local essentiellement musical, et un programme d'information locale.
Selon nous, l'information locale doit compter double (au minimum) dans le temps de programme d'intérêt local, ou donc, 2 heures d'information par jour sur un bassin de population de 1 million d'habitants seraient à notre sens suffisant.
Pour les villes dont l'agglomération dépasserait les 1 million d'habitants (couverture de l'émission numérique), une dérogation pour grande agglomération couverte permettrait d'avoir accès au marché publicitaire local, même si l'on dépasse les 1 million d'habitants.
Par ailleurs, nous préconisons de limiter à un nombre fixe, le nombre de médias ayant accès au marché publicitaire local, dès lors que la desserte de l'émission numérique ne couvre pas 200 000 habitants, et d'agir au prorata jusqu'à 1 millions d'habitants.
Généralement, il est nécessaire de mieux protéger l'accès au marché publicitaire local, qui n'est suffisant pour faire vivre les médias locaux que si leur nombre est volontairement réduit, tant en laissant une place à la concurrence et à une offre diversifiée pour le public.
Par ailleurs nous vous sensibilisons sur le fait de différencier un bassin de population que l'on peut couvrir avec un seul émetteur (une très grande ville), et celui qui a besoin de plus d'émetteur (exemple plusieurs petites villes), parce les coûts de diffusion et donc d'exploitation y sont très différents. Ne pas tenir compte de cette réalité mettra en péril l'action des médias locaux sur leur secteur.
Nous préconisons donc d'adapter la situation, en fonction des nécessités de dépenses en émission, pour les besoins de ce service.
Par exemple, en limitant en opérateur ayant accès au marché publicitaire local pour ces zones, ou élargir le seuil de population couverte à 2 millions ou 3 millions pour les opérateurs couvrant en radio numérique des zones nécessitant un nombre d'émetteur plus important.
En tant que petit média, c'est le problème principal pour accéder au numérique.
Nous sommes à votre disposition pour développer ces explications.

Très cordialement

Sébastien WIDMER