

Collège d'avis

Avis n°01/2006

Objet : La diversité culturelle au sein du paysage radiophonique de la Communauté française

INTRODUCTION

Par courrier du 23 juin 2005, la ministre de l'Audiovisuel Fadila Laanan a demandé au CSA de « *procéder à l'analyse du paysage radiophonique en Communauté française sous l'angle de la diversité culturelle* ». Elle précise sa demande par une liste non exhaustive de questions relatives aux émissions à caractère « interculturel », à la représentation des populations d'origine étrangère, à la mise en avant des particularismes régionaux et des artistes locaux, à l'éveil aux cultures alternatives, etc. Rappelant que la « *défense et la promotion de la diversité culturelle* » constituent des objectifs prioritaires du Gouvernement, elle s'inquiète d'une « *homogénéisation croissante de la programmation musicale – et plus généralement culturelle* » du paysage radiophonique.

Un groupe de travail s'est réuni les 20 septembre 2005, 25 octobre 2005, 29 novembre 2005, 15 décembre 2005 et 10 janvier 2006.

Cet avis se consacre au paysage radiophonique « privé », dès lors que le service public est notamment en charge de missions de promotion de la diversité culturelle. Le gouvernement peut imposer de nouvelles missions de service public à la RTBF dans le cadre de la renégociation de son contrat de gestion.

CONCEPTS, ENJEUX ET METHODE

L'Unesco définit la culture comme « *l'ensemble des traits distinctifs spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social* ». Elle englobe aussi « *outre les arts et les lettres, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances* »¹.

La diversité culturelle exprime l'idée que « *la culture prend des formes diverses à travers le temps et l'espace. Cette diversité s'incarne dans l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés (...)* »². La diversité culturelle ne se limite donc pas à la diversité des origines ethniques, philosophiques ou linguistiques. Elle englobe aussi les particularismes régionaux ainsi que les formes d'expression marginales et

¹ UNESCO, Déclaration universelle sur la diversité culturelle, Paris, 2 novembre 2001. <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>.

² Ibidem.

émergentes. Au niveau de l'espace public, l'enjeu est celui du principe de l'accès équitable tel qu'explicité dans la récente Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : « *L'accès équitable à une gamme riche et diversifiée d'expressions culturelles provenant du monde entier et l'accès des cultures aux moyens d'expression et de diffusion constituent des éléments importants pour mettre en valeur la diversité culturelle et encourager la compréhension mutuelle* »³.

Dans le paysage radiophonique, on peut ainsi cibler l'enjeu de la diversité culturelle : Comment établir un paysage radiophonique où les différentes tendances culturelles puissent s'exprimer et où chacun puisse se retrouver dans l'offre de contenus, en termes ethniques, philosophiques, linguistiques, régionaux ou encore générationnels ? Comment garantir également l'accessibilité des formes culturelles marginales, locales ou émergentes ?

Une telle diversité culturelle peut se concevoir des deux points de vue classiques aux travaux relatifs au pluralisme :

- diversité interne à chaque service : la diversité culturelle est assurée par la pluralité des contenus, des publics cibles et des modes d'organisation ;
- diversité externe : la diversité est le reflet de la variété des formats radiophoniques accessibles au public (en termes de contenu et de forme).

En l'absence de la mise en œuvre de la partie du décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion relative aux éditeurs de services de radiodiffusion sonore par voie hertzienne terrestre analogique, le CSA ne dispose pas, à ce jour, d'un inventaire complet des contenus et des formats.

Pour répondre utilement à la question posée, les services du Conseil supérieur de l'audiovisuel ont réalisé une enquête par questionnaire auprès d'une trentaine de radiodiffuseurs privés (réseaux et sélection diversifiée de radios indépendantes). L'intérêt de cette enquête tient dans l'identification revendiquée par les éditeurs concernés de la diversité de leurs objectifs et de leurs logiques de fonctionnement.

Il va sans dire que faire état de cette diversité en nommant les éditeurs concernés ne vaut aucune reconnaissance de la part du Conseil supérieur de l'audiovisuel de la légalité des réseaux et des radios indépendantes.

L'analyse du Collège d'avis s'est aussi appuyée sur le bilan du Fonds d'aide à la création radiophonique (FACR) pour les années 2002-2003 ainsi que sur une étude réalisée en 2001 par Radio Panik sur les radios non commerciales⁴.

³ UNESCO, Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, 20 octobre 2005. <http://portal.unesco.org/culture/fr/>

⁴ Carmelo Iannuzzo, « La radio privée non commerciale en Communauté française de Belgique », étude dans le cadre d'un Appel à Projet ponctuel d'intérêt collectif du Fonds Maribel social de Belgique, 2001 (document non finalisé).

La collecte de données en provenance des gestionnaires des ayants droit en matière de programmation n'a pas permis de conclusions significatives.

Après la présentation des principaux enseignements de l'enquête par questionnaire, le présent avis tentera de relever les actions possibles dans l'état actuel de la législation pour concourir à l'objectif de diversité culturelle et celles qui nécessiteraient la modification de la législation actuelle.

BREF RÉSUMÉ DES ENSEIGNEMENTS DE L'ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE

Afin d'assurer une sélection diversifiée de formats au sein de l'échantillon questionné, il s'est révélé indispensable d'élaborer, de manière intuitive, une première catégorisation fonctionnelle des éditeurs privés opérant en Communauté française⁵. Les résultats de l'enquête ont ensuite permis de répartir les acteurs selon une seconde classification, en cinq grands groupes en fonction de leurs apports à la diversité culturelle. Chaque groupe répond à des objectifs et une logique de fonctionnement particuliers⁶ :

- **Radios généralistes** : pas de ciblage géographique, vocation globale et grand public, avec des accents différents en termes de ciblage socioculturel (exemples : Contact, Contact 2, Bel-RTL, Nostalgie, Ciel FM, NRJ, Fun Radio, Contact+, ...);
- **Radios thématiques** : vocation spécifique par rapport à une thématique (musicale ou éditoriale) qui est traitée en détail et en profondeur (exemples : BFM, Net FM, Vibration, ...);
- **Radios géographiques** : vocation généraliste par rapport à une zone géographique restreinte (exemples : BXL, Beho FM, Antipode, Vital FM, Radio Chevauchoir, Radio Quart d'Ondes, Radio Quartz, Canal 44, ...);
- **Radios d'expression** : vocation par rapport à un fonctionnement non marchand dans une perspective de citoyenneté active (exemples : Radio Panik, Radio Qui Chifel, Equinoxe FM, Radio Campus, RUN, Radio Air Libre, ...);
- **Radios communautaires** : vocation par rapport à un groupe culturel particulier - origine, langue, philosophie (exemples : Radio Judaïca, Radio Al Manar, Radio Italia, Contact Inter, RCF, ...).

L'extrapolation de ces groupes à l'ensemble des éditeurs radiophoniques répartis en trois classes géographiques (Bruxelles, Wallonie et Réseau) est présenté dans le tableau suivant. Les classes « Bruxelles » et « Wallonie » reprennent les éditeurs disposant d'un

⁵ Cette première tentative répartissait les opérateurs identifiés en huit profils fonctionnels : réseau, régional, local, thématique, communautaire, maison des jeunes, associatif et universitaire. Etant donné l'instabilité juridique du paysage, l'identification des acteurs a été effectuée au mieux des connaissances des services du CSA, sans présenter un caractère exhaustif ou permanent.

⁶ Ces groupes ne constituent pas des catégories fermées et homogènes. Il existe une certaine perméabilité entre catégories, certains formats pouvant se ranger dans l'un ou l'autre groupe selon qu'on met l'accent sur l'un ou l'autre élément. Les exemples cités constituent les radios qui ont été prises en compte dans l'échantillon.

seul émetteur ou de plusieurs répartis dans la même province. La classe « Réseau » reprend tous les éditeurs disposant de plusieurs émetteurs implantés dans deux provinces ou plus.

	<i>Bruxelles</i>	<i>Wallonie</i>	<i>Réseau</i>	<i>Total</i>
Généralistes			9	9
Thématiques	3	1	2	6
Géographiques	1	46		47
D'expression	3	6		9
Communautaires	5	2	2	9

Comme leur vocation généraliste le suggère, les éditeurs privés géographiques ne se distinguent pas par une programmation musicale spécifique. Leur intérêt en termes de diversité culturelle réside dans l'information locale qu'ils peuvent diffuser, le rôle de proximité qu'ils sont amenés à jouer et l'apport en termes de culture populaire.

Les radios privées thématiques, d'expression et communautaires, qui participent intrinsèquement à la diversité culturelle, que ce soit de manière interne ou externe, ne représentent qu'une petite partie du paysage. De plus, elles sont fortement concentrées dans les grandes villes et plus spécialement à Bruxelles⁷.

On voit poindre dans ce relevé rapide la spécificité de la région bruxelloise où un grand nombre de projets radiophoniques sont présents, alors que la rareté de fréquences y est plus accentuée que dans le reste de la Communauté française.

L'enquête a permis de mettre en lumière des enjeux dans une perspective de diversité culturelle regroupés, pour la clarté de l'exposé, en cinq points.

Il est important de souligner que ces enjeux ressortent des réponses des éditeurs de services privés interrogés et ne reflètent dès lors en aucune manière la position officielle du CSA.

- ✎ *le maintien des radios à vocation locale intégrées dans le tissu social de leur auditoire* : Les radios géographiques ont vu leur nombre se réduire significativement ces dernières années. Les radios qui existent encore aujourd'hui sont, dans leur grande majorité, celles qui ont aussi pu se renouveler en termes d'acteurs, de contenus et de publics. On constate même

⁷ Cette concentration urbaine se justifie essentiellement, comme l'a montré l'étude réalisée par Radio Panik en 2001 : par le contexte géographique : la densité de population est un facteur déterminant à la fois sur l'audience et sur le nombre de bénévoles potentiels; et par le contexte socioculturel : en milieu urbain règne en général une activité socio-culturelle plus diversifiée, qui permet de nourrir un médium de proximité comme la radio associative. La présence des communautés étrangères y rend plus nombreux les programmes qui leur sont destinés. Par opposition, les radios géographiques situées en dehors des grandes agglomérations peuvent jouer un rôle décentralisateur et de proximité par rapport à la culture dominante urbaine et centralisée.

un regain d'intérêt dont témoigne l'émergence de nouveaux projets radiophoniques, principalement en milieu rural.

- ☞ *la place à accorder aux communautés étrangères dans l'espace radiophonique* : la question se pose surtout dans les grandes villes et en particulier à Bruxelles. A quelles communautés accorder un espace radiophonique, et lequel : soit une fréquence dédiée à une communauté ; soit une fréquence dédiée à plusieurs communautés en cohabitation ; soit des espaces concédés sur le service public ou les radios géographiques et d'expression ? Ces possibilités ne sont pas exclusives. L'enjeu réside sans doute davantage dans l'équilibre à trouver entre elles. Un autre enjeu, celui de la légitimité d'un projet radiophonique communautaire par rapport à sa communauté cible, devrait logiquement passer par une priorité donnée aux projets directement issus du tissu associatif communautaire, tout en veillant à assurer l'accès du contenu rédactionnel à l'ensemble des publics potentiels (dont la langue de partage est le français). Toutefois, il faudrait aussi éviter le repli identitaire et la constitution de ghettos radiophoniques.
- ☞ *la survie d'un modèle non commercial de radiodiffusion* : selon les radios associatives, le financement structurel annoncé au sortir des Etats généraux de la culture et de l'audiovisuel devrait s'accompagner d'une catégorie particulière de reconnaissance distincte du régime général des radios indépendantes (reconnaissance basée sur une évaluation du projet radiophonique et de son mode de fonctionnement participatif, ainsi que sur l'appréciation du contenu effectif des programmes) et de missions spécifiques (par exemple, l'accueil de programmes concédés à une communauté d'origine étrangère).
- ☞ *l'émergence et le soutien de nouveaux formats et de nouvelles initiatives* : de nouveaux réseaux sous-régionaux ou certains formats musicaux thématiques se sont développés récemment à la faveur du vide juridique créé par l'absence de plan de fréquence. L'enquête met en lumière une réalité sensiblement plus riche et diversifiée que ce que le décret ne prévoit à travers la seule distinction entre réseaux et radios indépendantes.
- ☞ *la promotion de la création radiophonique* : sont évoqués dans l'enquête le maintien, voire l'élargissement, d'une aide à la création par le Fonds d'aide à la création radiophonique ainsi que la nécessité d'une prise de conscience au sein même des radios de l'importance de développer une culture de la création.

LES POLITIQUES PUBLIQUES POSSIBLES DANS L'ÉTAT ACTUEL DE LA LÉGISLATION

Des choix s'avèrent aujourd'hui nécessaires pour concourir à l'objectif de la défense et de la promotion de la diversité culturelle du paysage radiophonique. Ils sont éminemment politiques. On ne peut attendre un consensus de l'ensemble des acteurs, qu'ils soient publics ou privés, sur ces questions.

Cet avis tracera donc la carte des politiques possibles en connaissant et reconnaissant leurs limites respectives.

1. Avant tout, le Collège d'avis tient à rappeler que la priorité doit rester l'établissement du plan de fréquence. L'insécurité juridique actuelle et les effets qu'elle produit sur le terrain ne constituent pas un terreau favorable à un développement harmonieux de la diversité du paysage radiophonique.

Dans l'allocation des ressources spectrales entre les Communautés, ne conviendrait-il pas de prendre réellement en considération le fait qu'à Bruxelles, la Communauté française intègre seule, dans son parc de fréquences, la présence des communautés linguistiques et culturelles qui ne sont ni flamandes ni francophones ainsi que des projets qui s'adressent aux deux communautés ?

2. Dans la mise en œuvre de la procédure d'autorisation, c'est au Collège d'autorisation et de contrôle qu'est confiée l'organisation de la diversité culturelle au regard des demandes introduites par les acteurs (article 56 du décret). En 2003, à la demande du Gouvernement, le Collège d'autorisation et de contrôle a eu l'occasion de faire valoir ses recommandations et intentions en la matière⁸.

Toutefois, le Gouvernement a la possibilité de prévoir des critères complémentaires dans le cahier des charges joint à l'appel d'offre (article 104 du décret). Il pourrait ainsi lier l'attribution de telle ou telle fréquence au respect de certaines exigences en termes de contenu. Il pourrait aussi réserver certaines fréquences à des radios thématiques, géographiques, d'expression ou communautaires.

De telles mesures appellent cependant à la vigilance. En effet, le risque de créer des radios « ghettos » est réel. La nature et la forme des exigences de contenu devraient, si elles étaient adoptées, faire l'objet d'attentions particulières. De plus, l'imposition de contraintes spécifiques à certaines catégories de radios pose la question du respect de l'égalité de traitement entre les acteurs, qui implique la liberté rédactionnelle de tous les éditeurs. A la demande du gouvernement, une analyse complémentaire de ce point pourrait être réalisée.

3. Le Gouvernement pourrait également, via le cahier des charges, rendre obligatoire la déclaration d'objectifs de diversité culturelle que se fixerait le demandeur lui-même dans sa réponse à l'appel d'offre. Une telle déclaration vaudrait « convention » avec le CSA, qui serait chargé d'en vérifier le respect.

Une telle politique permettrait d'atteindre la diversité du paysage par l'émulation des acteurs et leur ambition de toucher des publics divers.

⁸ Collège d'autorisation et de contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel, Recommandation 03/2003 relative au paysage radiophonique de la Communauté française.
[http://www.csa.be/pdf/Recommandation%202003-03%20\(plan%20fréquences\).pdf](http://www.csa.be/pdf/Recommandation%202003-03%20(plan%20fréquences).pdf)

Ce type de politique culturelle se fonde sur la régulation de l'initiative individuelle et collective. On ne peut décréter l'existence d'un éditeur qui serait le seul à représenter une communauté culturelle, religieuse ou linguistique. L'histoire nous apprend qu'il est peu probable que, même soutenu par des facilitateurs, les différentes composantes d'une communauté puissent présenter un projet commun.

4. Enfin, la RTBF joue un rôle en matière de diversité culturelle. Le contrat de gestion en cours de renouvellement pourrait être l'occasion de lui confier de nouvelles missions en cette matière.

LES POLITIQUES PUBLIQUES POSSIBLES EN FAISANT ÉVOLUER LA LÉGISLATION

5. La rapide étude menée par les services du CSA met en lumière une réalité bien plus diversifiée que celle prise en compte par le décret du 27 février 2003 sur la radiodiffusion.

En particulier, la législation pourrait faire l'objet d'une évaluation critique sur les points suivants :

- La réduction à l'article 53 du paysage radiophonique à deux catégories fondées sur des critères exclusivement techniques (« réseaux » et « radios indépendantes ») empêche l'application de mesures destinées à encourager la diversité des formats et des modes de fonctionnement ;
- L'imperméabilité des catégories de ce même article 53 rend impossible toute évolution d'un opérateur indépendant qui souhaiterait, dans le cadre de la croissance de ses activités, se muter en réseau régional ;
- Les obligations de l'article 54 s'imposent uniformément à tous les opérateurs, quel que soit leur mode de fonctionnement. Or, les modes de fonctionnement sont en réalité eux-mêmes fort diversifiés. Cette égalité de traitement peut donc se révéler source d'injustice pour les opérateurs dont le profil est éloigné de celui pris en compte par le décret ;
- La contribution minimale au Fonds d'aide à la création radiophonique, fixée par l'article 161 à 30.000 EUR, risque de constituer un seuil inaccessible pour les « petits » réseaux ou les radios indépendantes qui envisagent de diffuser sur un bloc RSN⁹ ;
- Une meilleure prise en compte du mode de fonctionnement non marchand de certains éditeurs.

6. L'idée de mettre en place un ou plusieurs « distributeurs hertziens de services radiophoniques » pourrait être une solution à la rareté des fréquences et l'investissement important que constitue la mise en place d'un service complet pour des projets culturels ou communautaires. Ainsi, là où l'espace est insuffisant, des fréquences pourraient être partagées entre plusieurs éditeurs encadrés par un

⁹ Radiodiffusion sonore numérique.

distributeur hertzien de services radiophoniques qui mettrait à leur disposition les moyens de production et de diffusion.

Ceci nécessite une modification de la législation actuelle qui ne prévoit, pour ce qui est de la diffusion radiophonique hertzienne, que la situation où un éditeur de service se voit attribuer une fréquence ou un réseau de fréquences (article 53). Le partage d'une même fréquence par plusieurs éditeurs n'est plus possible depuis le décret de 1997 sur la radiodiffusion.

Une telle solution, si elle constitue une piste intéressante en termes de diversité, est toutefois loin d'être idéale des points de vue radiophonique et commercial.

7. La diversité culturelle pourrait être renforcée au travers des programmes des radios de service publics locaux, à l'image des télévisions locales. Cela pourrait permettre le renforcement de l'information régionale et des programmes spécifiques à l'intention de publics ou groupes spécifiques. Ceci a pour intérêt de renforcer la professionnalisation du secteur et de permettre un traitement global de la problématique culturelle dans le paysage radiophonique. Toutefois, on pourrait reprocher à cette solution son coût, voire le manque d'implication du secteur associatif et le risque de créer des ghettos.

Si cette hypothèse est suivie, il pourrait être intéressant de s'interroger sur un éventuel assouplissement à prévoir des dispositions décrétales en vigueur relatives à l'indépendance des éditeurs de services, tout en garantissant les règles fondamentales en matière d'information.

8. Dans la perspective de ses ressources financières nouvelles, le Fonds d'aide à la création radiophonique pourra participer au soutien aux éditeurs radiophoniques non-marchands porteurs de diversité culturelle comme l'annonce, pour l'horizon 2007, le bilan des Etats généraux de la culture. Cette nouvelle mission du FACR, ou d'un nouveau fonds créé spécifiquement à cet effet, ne peut cependant affecter le régime actuel d'aide à la création et à la production de contenus.

9. Une autre piste pourrait être trouvée dans l'utilisation de ressources nouvelles que permettent la numérisation du spectre et l'utilisation d'autres infrastructures de diffusion. De nouveaux modes de consommation des contenus sonores se développent, comme la diffusion de services non linéaires (programmes à la demande) tel le *podcasting*, et plus largement le téléchargement de programmes pour écoute différée.

Toutefois, les acteurs actuels seront sans aucun doute en priorité intéressés à diffuser leurs programmes en simulcast (analogique et numérique) ou en multicast (sur plusieurs réseaux ou infrastructures). La diffusion en FM reste encore un « must » pour les acteurs et le coût des nouvelles infrastructures est actuellement trop élevé pour les petits éditeurs. Le risque lié à la fracture numérique (accès de certains groupes défavorisés aux nouvelles technologies) est réel. Il conviendrait de ne pas limiter un mode de diffusion à un type d'acteurs.

La Communauté française pourrait, en la matière, sous des critères objectifs, contribuer au développement de ces nouvelles formes par des apports en termes d'infrastructure (mise en place d'un portail permettant la diffusion de podcasts) ou financiers (prise en charge des droits d'auteur pour les contenus qui remplissent certaines conditions).

EN CONCLUSION

Le gouvernement, sans modification législative, a la possibilité d'influencer la diversité culturelle du paysage radiophonique via les cahiers des charges rédigés lors des appels d'offre.

Il a également la possibilité de créer de nouvelles structures ou de soutenir complémentirement le secteur au travers d'une révision du Fonds d'aide à la création radiophonique.

Mais avant tout, le Collège d'avis insiste sur la nécessité de sortir au plus vite du vide juridique actuel causé par l'absence de plan de fréquence. Il s'agit d'un élément préalable essentiel à la mise en œuvre de toute politique efficace en matière de diversité culturelle. Le climat de non droit actuel entraîne une grande précarité du secteur, précarité qui touche toutes les radios, dont les radios thématiques géographiques, communautaires et d'expression, principaux vecteurs de la diversité culturelle.

Fait à Bruxelles, le 7 mars 2006.

ANNEXE 1

Synthèse des résultats de l'enquête par questionnaire réalisée par les services du CSA

Méthodologie

L'objectif initial est de produire un état des lieux de la diversité culturelle dans le paysage des radios privées en Communauté française. Ceci à faible coût et dans un laps de temps réduit. Une approche pragmatique a donc été privilégiée.

La méthodologie a consisté en différentes étapes :

- Un questionnaire court (7 questions) a été élaboré ;
- Sur base des listes en notre possession, une liste la plus exhaustive possible des éditeurs de services de radiodiffusion sonore a été établie ;
- Les éditeurs identifiés ont été classés en plusieurs grandes « catégories a priori » (qui ne recourent pas exactement les catégories reprises ci-dessous, établies sur base des réponses aux questions) ;
- Une trentaine de radios ont été sélectionnées sur base de l'audience et de la diversité des catégories a priori. Ainsi, tous les réseaux ont été inclus dans l'échantillon, ainsi que deux ou trois représentantes de chaque catégorie a priori ;
- Le questionnaire a été envoyé aux radios sélectionnées ;
- Dix jours après l'envoi, un contact téléphonique a permis de collecter, de vive voix, les réponses aux questions (du 22 au 28 novembre). Sept répondants ont fourni leurs réponses en coprésence à l'occasion d'une visite au CSA.

Cette méthode a permis :

- de minimiser les coûts liés à l'administration d'un questionnaire en coprésence ;
- d'optimiser la bonne compréhension des questions et la qualité des réponses ;
- de maximiser le taux de réponse.

Un total de 30 radios ont fourni leur réponse au questionnaire. Certaines ont complété leur réponse par un document écrit.

Catégorisation

Afin d'organiser la synthèse des réponses, les différentes radios ont été réparties en cinq groupes, définis par le biais de critères pertinents en regard des réponses apportées.

Radios généralistes

Pas de ciblage géographique, vocation globale et grand public, avec des accents différents en termes de ciblage socioculturel.

(Contact, Contact2, Contact+, Bel-RTL, Nostalgie, Ciel FM, NRJ, Fun Radio)

Radios thématiques

Vocation spécifique par rapport à une thématique (musicale ou éditoriale) qui est traitée en détail et profondeur.

(BFM, Net FM, Vibration)

Radios géographiques

Vocation généraliste par rapport à une zone géographique restreinte.

(BXL, Beho FM, Antipode, Vital FM, Radio Chevauchoir, Radio Quart d'Ondes, Radio Quartz, Canal44)

Radios d'expression

Vocation par rapport à un fonctionnement non marchand dans une perspective de citoyenneté active.

(Radio Panik, Radio Qui Chifel, Equinoxe FM, Radio Campus, RUN, Radio Air Libre)

Radios communautaires

Vocation par rapport à un groupe culturel particulier (origine, langue, philosophie).

(Radio Judaïca, Al Manar, Radio Italia, Contact Inter, RCF)

Il ne s'agit pas de catégories figées, certaines radios pourraient se retrouver dans plusieurs catégories ou évoluer d'un moment à l'autre de la journée.

Par exemple :

- Fun Radio est classé comme une radio généraliste, mais elle pourrait aussi être reprise comme thématique.
- RCF est classée en communautaire, mais certains traits la rapprochent d'une thématique.
- Contact+, classée comme généraliste, pourrait aussi à certains égards se classer comme thématique.

A titre illustratif, la figure 1 projette les répondants sur un plan en fonction de leur profil en termes de focalisation au niveau d'une zone géographique et du caractère généraliste ou spécifique de leur programmation musicale.

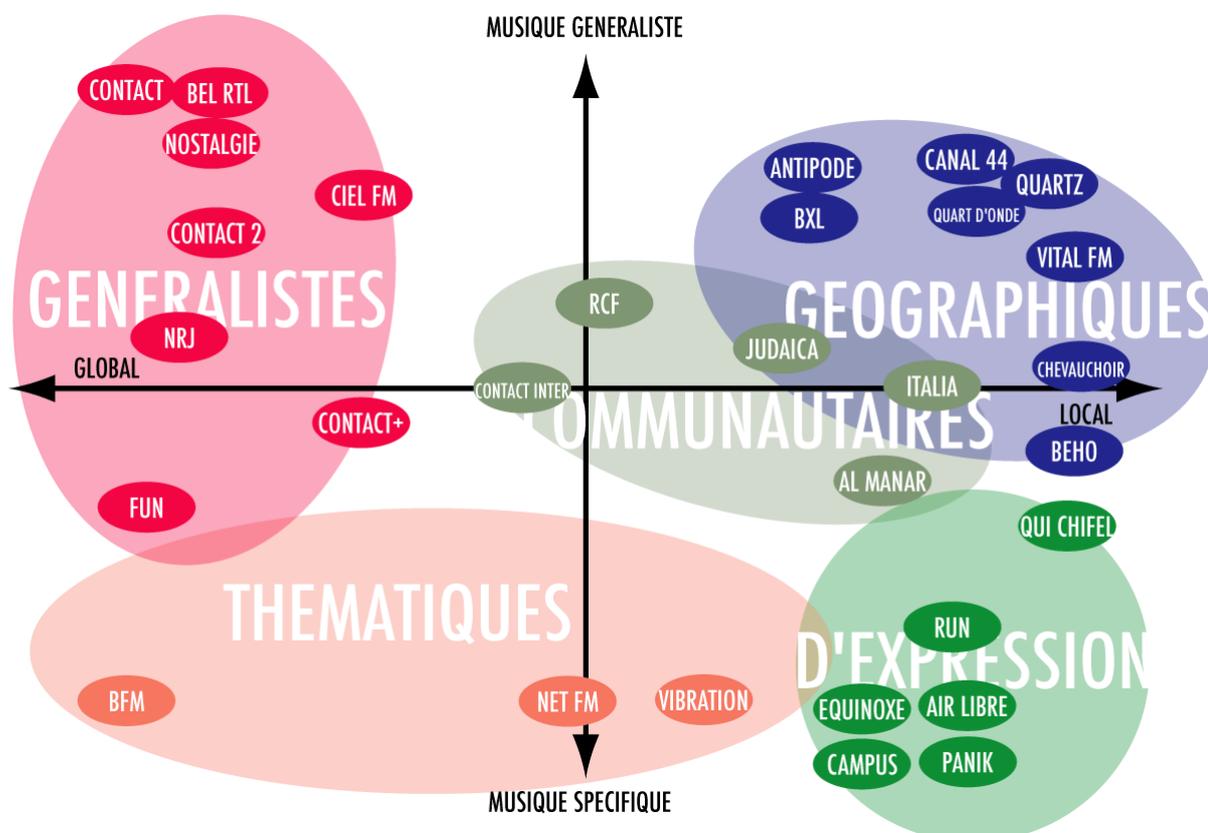


Fig.1. Position des répondants sur un plan constitué par un axe X représentant la focalisation géographique du service et un axe Y représentant le caractère spécifique ou généraliste de la programmation musicale. Les zones de couleur représentent les cinq groupes.

Les réponses au questionnaire ont été compilées ci-après en 6 grandes sections : publics cibles, expression des minorités, promotion culturelle, particularismes locaux, création radiophonique et culturelle.

Publics cibles

Les **généralistes** s'adressent aux masses, elles visent un public large tout en se partageant le grand public en différents grands segments (âge, classe). En général, une cible est définie, et correspond au seuil de rentabilité. Il est possible de s'adresser à des niches en soirée ou le week-end.

Les **thématiques et communautaires** définissent un public cible bien identifié tout en n'excluant pas les publics annexes. Ce ciblage plus précis n'est possible qu'en visant de grands bassins d'audience (villes). Certaines radios communautaires (RCF, Judaïca) proposent un contenu généraliste présenté sous l'angle de la communauté, dont elles constituent le porte-voix vers le grand public.

Les radios **géographiques et d'expression** ne ciblent pas un public dans une volonté de conquête d'un groupe d'individus, mais se donnent plutôt une mission globale en tant que média, dans un espace donné. Elles s'adressent à des publics différents d'un programme à l'autre, exigeant par là une démarche active dans le chef de l'auditeur.

Les radios **d'expression** ont pour vocation de s'adresser à des minorités et des publics peu représentés dans les médias. Leur approche participative induit un estompement des frontières entre auditeur et producteur.

La plupart des radios visent des publics différents en fonction du moment de la journée et de la disponibilité des différents publics (matin : grand public ; journée : adultes, personnes âgées ; fin d'après-midi et soir : jeunes).

Expression des minorités

Certaines radios **communautaires** ciblent ou sont l'émanation d'une communauté particulière et trouvent là leur raison d'être : Al Manar, Radio Italia, etc. Ces radios ne sont viables que dans les zones où la communauté cible est bien représentée (par exemple, 60.000 personnes d'origine italienne dans le pays de Charleroi). Les radios communautaires sont toutes attachées à une certaine mixité sociale, politique et culturelle.

Les radios **d'expression** à implantation urbaine ouvrent en général leur antenne aux communautés qui le souhaitent, à raison de quelques heures d'antenne par semaine, en général le week-end pour des raisons de disponibilité des équipes. Elles constituent un bon complément des radios communautaires dans un contexte de rareté des fréquences ou de faiblesse des moyens.

Les radios **géographiques** ouvrent également leur antenne aux programmes des communautés étrangères si elles se le voient proposer, même si l'échange interculturel n'est pas leur priorité.

A noter, les programmes des communautés étrangères sont la plupart du temps bilingues (français/langue cible).

Promotion culturelle

Par « promotion culturelle », on entend tout élément mis en œuvre par les radios, qui contribue à mettre le public en relation avec les œuvres et produits culturels et artistiques de Communauté française. Cette promotion culturelle se manifeste à différents degrés : programmation musicale, contenu éditorial, événements d'antenne, événements hors antenne.

Par la programmation musicale

Les **généralistes** proposent des "produits de masse surmédiatisés", elles ne se donnent pas, en général, la mission de faire découvrir de nouveaux talents (a fortiori belges) par le biais de leur programmation. Elles sont rarement "starters" et évitent les formats trop spécifiques. Il existe

toutefois certaines exceptions (la promotion d'artistes via une rubrique "talent" ou "belge", sous forme de coup de pouce) mais elles concernent toujours des artistes compatibles avec leur format et dotés d'un certain potentiel grand public.

Les radios **thématiques** (musicales) vont exploiter leur créneau en profondeur, en misant sur la découverte et donc en participant pleinement à la diversité musicale du paysage. Les artistes belges y sont en général bien représentés, musiciens ou DJs. Le critère du potentiel commercial des artistes n'est pas déterminant, ce qui permet de s'attarder aux artistes en marge (tant pour la techno que pour l'accordéon).

Pour les **géographiques**, la musique doit être un facteur fédérateur, à défaut de quoi la masse critique d'audience n'est pas atteinte : elles ont la nécessité d'être accessibles à toute la population de la zone de réception. La programmation musicale doit être un facteur d'intégration de la radio dans son tissu social, économique (commerces...) et culturel. Ceci ne les empêche pas de proposer une programmation musicale adaptée aux différents moments de la journée, en proposant des programmes musicaux thématiques et spécialisés le soir, à destination des jeunes, plus réceptifs en matière de découverte.

Les **communautaires** vont proposer une couleur musicale en lien avec leur groupe cible, soit de manière exclusive, soit de manière mixte (musique connotée/musique grand public).

Les radios **d'expression** ont tendance à sortir des sentiers battus en matière de programmation musicale, en particulier à Bruxelles et dans les villes. Elles portent sur les ondes une culture minoritaire, à la fois éclectique et alternative, souvent en marge de l'industrie musicale, qui séduit un public averti. Un tel format alternatif n'a de sens que sur de larges bassins de population, à disposition d'une masse critique d'auditeurs et de producteurs potentiels.

Par le contenu éditorial

Les **généralistes** réservent une place à la promotion culturelle dans les programmes éditoriaux : pages culturelles des bulletins d'information, invités culturels dans une libre antenne, etc. Parfois, cette promotion culturelle peut concerner un artiste musical dont le style est incompatible avec la couleur d'antenne, et qui ne sera donc pas repris dans la playlist de la chaîne. Cette promotion culturelle concerne tant les produits culturels de masse (show business, humoristes, cinéma, BD, ...) que les produits culturels moins grand public (théâtre, danse contemporaine, littérature, ...).

Les radios **géographiques** et **d'expression** se profilent en vecteurs de la culture de leur zone cible. En tant que médias de proximité, elles ont tout le loisir d'accorder une attention considérable à la promotion culturelle, en termes quantitatifs (longues interviews, traitement en profondeur, événements d'antenne) et qualitatifs (tous les événements de la zone sont couverts, du plus petit au plus grand -- avec une attention particulière pour les petits pour les radios d'expression). En ce sens, elles ont tissé des liens de confiance avec les acteurs culturels.

Les **communautaires** et les **thématiques** ne se distinguent pas nécessairement sur ce critère. En fonction de l'attention qu'elles y donnent, on peut les rattacher soit aux généralistes, soit aux géographiques.

Par les événements d'antenne

Dans toutes les catégories, on retrouve des stations qui organisent ponctuellement des événements d'antenne, en relation avec certains événements, notamment culturels. Cette pratique est toutefois plus répandue dans les radios **géographiques** et **thématiques**. Les petites structures n'hésitent pas à chambouler leur programmation pour donner toute son importance à un événement particulièrement en phase avec le projet de la station. A cet égard, on peut parler de l'émergence de *radios événementielles* (Vital FM, Net FM), extrêmement souples et spécifiquement organisées pour sortir des studios, à la rencontre du public.

Par les partenariats hors antenne

Toutes les radios développent des partenariats hors antenne avec des produits ou événements culturels. Ces partenariats sont l'occasion d'associer le média à un événement en phase avec son projet radiophonique, de manière parallèle aux contenus proprement dits. En échange d'une certaine couverture (spots, billets éditoriaux, événements d'antenne), le média se voit offrir une visibilité dans l'événement (présence du logo sur les affiches, banderoles, sonorisation, etc.).

Certaines radios **généralistes**, en tant que radios privées commerciales, ressentent un certain dédain du monde culturel qui aurait tendance, selon elles, à se tourner spontanément vers la RTBF. Elles en appellent à un décloisonnement du monde culturel. Celui-ci doit pouvoir s'ouvrir aux radios privées, qui sont demandeuses. Un bon exemple est le Théâtre 140 à Bruxelles qui s'associe à des radios différentes d'un spectacle à l'autre, en choisissant chaque fois la plus appropriée. Les radios souhaitent sortir du clivage entre le "commercial" et le "culturel".

La pratique de l'exclusivité de partenariat constitue un problème pour certains événements, ceux qui sont larges et multiformes, comme certains festivals. Un partenariat exclusif de l'événement avec une radio **généraliste** ne permettra pas aux radios **géographiques** ou **thématiques** de couvrir ce même événement sous d'autres angles, pourtant non concurrentiels avec le traitement effectué par la radio généraliste partenaire. Cela contribue à marginaliser les radios non généralistes.

Enfin, certaines radios **géographiques**, **communautaires** ou **d'expression** peuvent elles-mêmes créer et organiser des événements culturels (Panik, Chevauchoir, ...). Ayant développé des liens étroits avec le tissu associatif de leur région, elles jouent bien au-delà des ondes un rôle d'animation culturelle indéniable.

Particularismes locaux

Les radios **géographiques** trouvent ici leur raison d'être. Elles constituent un facteur de cohésion sociale et culturelle qui permet au public d'appréhender sa commune ou sa région et de se sentir y appartenir. En ce sens, elles se doivent de proposer des contenus rassembleurs, notamment en matière musicale. Les particularismes locaux se manifestent plutôt dans les contenus éditoriaux : débats, information régionale et de service, petites annonces, artistes locaux, associations, etc. Ils se manifestent également par une grande proximité : annonces, dédicaces, contact téléphonique direct avec le studio, etc.

Les radios géographiques répondent à un réel besoin de médias de proximité. Beaucoup bénéficient d'ailleurs du soutien des pouvoirs locaux. On sent même un certain regain pour des radios couvrant une zone géographique rurale (en général, quelques communes rassemblant une population de 50.000 habitants).

Il reste quelques émissions dialectales, on les compte probablement sur les doigts d'une main (Qui Chifel, Chevauchoir, Quartz). Il y a là une véritable réflexion à mener pour promouvoir le renouveau de ces émissions.

Certaines radios **d'expression** se rapprochent de radios géographiques, par leur couverture de certains quartiers urbains (Equinoxe) ou d'une zone particulière (Qui Chifel).

Les radios **généralistes** ne traitent des particularismes locaux que sous l'angle de l'information, éventuellement régionale. Le principe est de sélectionner une information locale si elle est susceptible de présenter un intérêt pour le grand public.

Création radiophonique et culturelle

La "création radiophonique" (recherche sur le son, travail de la matière sonore, documentaires et fictions, *soundscapeing*) n'est pratiquée que par une poignée de radios **d'expression** urbaines. Il s'agit en effet d'un élément d'antenne très connoté, difficilement accessible au grand public sans préparation ou contexte particulier.

Au-delà du *radio-art*, certaines radios n'hésitent pas, ponctuellement, à produire des programmes plus travaillés (prise de son, montage, etc.) Enfin, pour certaines radios **thématiques** musicales, le *DJing* est une forme de création à part entière, et est reconnue comme telle par leurs publics.

Recommandations

Le questionnaire se clôturait par une question ouverte qui proposait aux répondants de faire des recommandations pour promouvoir la diversité culturelle et la rencontre des cultures via le média radiophoniques. La section suivante reprend la synthèse des différents éléments évoqués.

Etablir un plan de fréquence

Actuellement, les radios qui ne disposent que d'un seul émetteur sont particulièrement menacées si celui-ci vient à être brouillé. Le plan de fréquence doit rétablir le confort d'écoute, qui n'a jamais été aussi mauvais.

La loi de la jungle actuelle est nuisible à la diversité culturelle. Toutefois, elle permet aussi l'émergence de nouveaux projets de manière plus spontanée (mais ces projets sont eux-mêmes frappés d'une grande précarité). Le futur plan devra être attentif à ne pas freiner ces élans lorsqu'ils participent d'un regain de diversité.

Au niveau de l'attribution des fréquences, le politique doit éviter de faire des doublons, y compris avec le service public, mais plutôt jouer la complémentarité des formats. En effet, in fine, c'est l'ensemble du plan qui assurera la diversité culturelle.

Etablir une politique culturelle des médias cohérente

Le domaine des politiques culturelles dans l'audiovisuel constitue une zone grise, ni vraiment prise en compte dans l'audiovisuel, ni vraiment prise en compte dans la culture. Les radios privées à haute valeur culturelle sont un peu assises entre deux chaises. D'où la nécessité d'une véritable politique culturelle en matière d'audiovisuel, qui ne se limite pas au service public.

Soutenir les échanges interculturels

La situation actuelle en matière de programme par et pour les minorités culturelles, en particulier d'origine étrangère, pourrait être améliorée. Avec des moyens, il serait envisageable d'ajouter un niveau "décloisonné", en proposant des émissions où les différentes communautés dialoguent et s'échangent leurs points de vue. De tels échanges ont eu lieu par le passé (ex. les équipes de Judaïca invitées sur Al Manar) mais leur caractère systématique doit être encouragé. En outre, la tendance au sein des radios est à proposer, quand c'est possible, une approche par "touches communautaires" : plutôt que de proposer des émissions où les communautés se gèrent de manière autonome (qui restent nécessaires), la communauté participe à la programmation générale/éditoriale de la chaîne (BXL, Equinoxe). Une telle approche est toutefois complexe à organiser dans un contexte de bénévolat et ne pourrait se concevoir dans la durée qu'avec une aide financière des pouvoirs publics.

Une antenne communautaire partagée entre plusieurs communautés ne semble pas être une solution envisageable, chaque communauté étant sensible à son autonomie dans l'organisation des programmes. Une telle mixité structurelle aurait indéniablement un côté artificiel.

Soutenir les radios spécifiques à vocation culturelle

Au niveau global, la vocation culturelle est plutôt la mission du service public.

A un niveau plus local, la reconnaissance des radios d'expression passe par l'élaboration d'un statut adapté à leur intérêt culturel mais aussi à leur mode de fonctionnement non marchand et participatif. Une reconnaissance devrait aussi redorer le blason des radios géographiques qui

ont du mal à assurer leur crédibilité, vu leur faible professionnalisation dans un univers dominé par les radios généralistes.

Le financement structurel des radios (en particulier les radios d'expression, mais il faudrait aussi contribuer au soutien des radios géographiques qui ont un profil associatif) ne doit pas se faire au détriment de leur indépendance éditoriale et de programmation.

Il s'agirait, en fin de compte, de la reconnaissance et du financement des missions de service public assumées par les radios privées (en particulier vis-à-vis des communautés étrangères).

Flexibiliser les obligations en termes de contenus

Une réglementation trop uniforme des contenus est contre-productive en matière de diversité culturelle. Par exemple, les obligations en termes de quotas devraient être adaptées pour favoriser la diversité des formats (en particulier pour les radios thématiques musicales). On ne peut appliquer une grille de lecture unique pour tous les formats.

Élargir le champ d'action du FACR

À l'exception de quelques radios d'expression, la création ne peut intégrer les programmes que grâce à l'apport de moyens extérieurs.

À cet égard, les programmes actuellement soutenus par le FACR se révèlent en général incompatibles avec la plupart des contextes de diffusion, à l'exception des radios d'expression évoquées et du service public.

Pour s'ouvrir aux zones rurales ou aux villes de province, il serait logique que le FACR revoie ses critères de sélection, pour se concentrer sur un rôle d'aide à la production de tout programme, permettant d'élever le niveau de qualité des petites radios recourant au bénévolat.

Le FACR devrait en particulier s'ouvrir davantage au soutien aux programmes favorisant le débat, la rencontre des cultures et la diversité culturelle en général, comme il a pu le faire en soutenant des programmes comme « Planète Plurielle » (RUN) ou les activités de Radio J600.

Ses structures devraient davantage associer les diffuseurs, de manière à rétablir le lien entre les productions du FACR et les besoins des radios d'expression, communautaires et géographiques.

Aider les programmes qui facilitent les rencontres entre cultures

Favoriser les concepts de promotion culturelle multiformes (prise de son lors d'un spectacle qui aboutit à un docu-fiction à l'antenne pour susciter la curiosité).

Les radios généralistes sont prêtes à favoriser les rencontres entre cultures, mais plutôt via de grandes campagnes (diffusion de spots, etc.) que dans leurs structures.

On constate un besoin de reconnaissance de certaines formes de cultures comme le *Djing*.

Faciliter la circulation de l'information culturelle

En matière culturelle, la diffusion de l'information peut être encouragée : agenda des événements culturels, des sorties de produits culturels (disques, livres, ...), à destination des diffuseurs, et en retour, promotion des diffuseurs en tant que débouchés promotionnels pour les organisateurs et les artistes.

Il s'agit aussi de décroiser le monde de la culture par rapport aux médias commerciaux.

ANNEXE 2

Etude sur les radios non commerciales

Source : Carmelo Iannuzzo, « La radio privée non commerciale en Communauté française de Belgique », étude dans le cadre d'un Appel à Projet Ponctuel d'Intérêt Collectif du Fonds Maribel Social de Belgique, 2001.

Dans le cadre de cette étude, une enquête auprès des radios non commerciales a été réalisée en 2001. L'étude porte sur 17 questionnaires remplis obtenus après courrier envoyé à 62 éditeurs présumés non commerciaux. L'enquête donne une idée indicative du profil de ces stations.

Le fonctionnement de ces radios repose sur le bénévolat. Les postes rémunérés sont très rares (3 répondants sur 17). La nécessité d'avoir une permanence administrative et technique est exprimée, ainsi que le souhait de disposer d'animateurs rémunérés jouant les relais avec le tissu local.

La structure décisionnelle est typiquement associative, avec une assemblée générale qui délègue la gestion quotidienne à un petit groupe. L'implication des membres peut être variable, selon qu'un membre s'implique dans la gestion des infrastructures communes ou simplement dans la réalisation d'une émission.

Ces radios sont ancrées dans le contexte géographique, socioculturel et technique de leur zone d'émission particulière :

- La densité de population est un facteur déterminant à la fois sur l'audience et sur le nombre de bénévoles potentiels ;
- Le contexte socioculturel est également un facteur déterminant : en milieu urbain règne en général une activité socio-culturelle plus diversifiée, qui permet de nourrir un medium de proximité comme la radio associative. La présence des communautés étrangères y rend plus nombreux les programmes qui leur sont destinés. D'autre part, les radios rurales peuvent jouer un rôle décentralisateur et de proximité par rapport à la culture dominante urbaine et centralisée ;
- Le contexte technique joue également un rôle dans la mesure où le relief peut réduire la zone de diffusion de l'émetteur.

Le bassin et le confort d'écoute des radios non commerciales sont perçus comme largement insatisfaisants. Il est utile de rappeler que ces radios sont tributaires des conditions d'émission d'un site unique. Tout défaut de ce site ne peut être compensé par un autre point d'émission. Les raisons d'insatisfactions évoquées concernent les brouillages d'émetteurs voisins, les obstacles naturels, la population cible du projet radiophonique non totalement couverte par l'émetteur, et la trop faible densité de population.

L'audience n'est pas considérée en termes de parts de marché mais plutôt en termes d'impact ("d'aura") permettant l'adhésion de l'environnement socioculturel et le recrutement de bénévoles.

La structure des programmes reflète le fonctionnement interne et le recours au bénévolat. La grille s'organise autour de programmes thématiques hebdomadaires, leur timing répondant à la convenance des bénévoles plutôt qu'aux besoins présumés du public (ce qui résulte dans le faible investissement de la tranche du matin, par exemple).

Si les programmes musicaux occupent une forte proportion de l'antenne, les programmes de

parole occupent néanmoins une part non négligeable (entre 15 et 27% du temps d'antenne total).

Le budget typique d'une radio n'occupant pas de personnel rémunéré tourne autour des 10.000 EUR par an en moyenne. Les recettes proviennent :

- du produit de fonctionnement : contribution des membres, animateurs et auditeurs
- de produits exceptionnels : fêtes de soutien, publicité et sponsoring. Le recours à la publicité (pratiqué par la moitié des répondants) reste une source de revenus secondaire et plutôt aléatoire.
- de subsides comme les contributions du FACR ou d'autres sources de financement public (Maribel social) souvent ponctuelles et limitées dans le temps. Les subsides importants engendrent bien souvent un surcroît de dépenses pour les radios qui en bénéficient, de sorte qu'une partie du travail financé doit être affecté à la recherche de nouveaux financements.

Les principales dépenses concernent les frais de studio et de matériel (environ 30%), les frais de fonctionnement (environ 50%, électricité, communications, etc.), et les taxes et redevances (environ 10%, dont la SABAM).

Les ressources des radios non commerciales étant limitées, les dépenses, notamment en termes de matériel, restent modestes. La majorité des radios interrogées qualifient leur infrastructure de "semi-professionnelle".

Il s'agit là des considérations comptables. Ces structures bénéficient généralement d'apports considérables en nature, non repris dans la comptabilité : travail bénévole bien entendu, mais aussi mise à disposition de locaux, d'énergie, de discothèques, etc.

L'étude conclut en évaluant la valorisation financière de ces apports en nature. Le budget en monnaie sonnante et trébuchante ne représente plus alors que 15% de ce budget "réel".

Questionnées sur leur raison d'être, les radios non commerciales évoquent spontanément une série de valeurs qu'on peut reprendre en trois rôles :

- Un rôle de promotion artistique, culturelle et sociale, associé à un rôle de garant de la diversité culturelle au niveau local ;
- Un rôle de porte-voix pour groupes généralement exclus de l'espace public (programmation musicale alternative, communautés étrangères, personnes âgées/isolées, ...) ;
- Un rôle interne de formation, d'éducation permanente et d'épanouissement personnel caractéristiques des associations de bénévoles.

ANNEXE 3

Synthèse du bilan 2002-2003 du Fonds d'aide à la création radiophonique

Parmi les programmes soutenus et financés par le FACR¹⁰ on retrouve une grande partie de programmes traitant du patrimoine culturel et artistique de la CF (exemples : documentaire sur la survivance du Wallon parmi les émigrés aux USA ; programme présentant des sessions acoustiques de jeunes groupes rock de Communauté française ; ...) ainsi que des programmes relevant d'aspects multiculturels (certains programmes étant réalisés par des communautés issues de l'immigration). La majorité présente également un caractère de création.

La diffusion de programmes soutenus par le FACR dans le chef d'un diffuseur témoigne généralement de la vivacité du diffuseur en matière de diversité culturelle. En effet, l'ouverture à la création, aux programmes artistiques ou de découverte, ne peut se faire que sur des formats ouverts à ce genre de programmes.

Ainsi, la diffusion des programmes du FACR ne concerne que des radios associatives, universitaires et locales. Les réseaux à couverture complète ou régionale, les radios thématiques musicales et les radios communautaires sont absents du bilan.

On peut constater que la diffusion des programmes financés par le FACR ne concerne qu'un petit nombre d'éditeurs (une dizaine, pour la plupart bruxellois). Le secrétariat du FACR, conscient de cet état de fait, indiquait en 2003 que la propagation de la diffusion en Wallonie constituait une priorité. La concentration bruxelloise concerne également les bénéficiaires (réalisateurs, producteurs), qui sont bruxellois dans 80% des cas.

En chiffres : le FACR fournit de l'aide à une trentaine de projets, bon an mal an. La durée moyenne des projets tourne autour de l'heure, avec cependant des variations très importantes en durée et en format d'un projet à l'autre.

Le FACR réfléchit actuellement aux mesures qui permettraient de multiplier les canaux de diffusion des programmes produits.

- Réflexion sur le nombre d'attestations de diffusion. Actuellement, un projet est recevable dès qu'il présente l'engagement d'un diffuseur de service de radiodiffusion sonore à diffuser le résultat. Cette condition pourrait passer à deux diffuseurs, afin d'assurer une plus grande propagation des projets aidés dans le paysage radiophonique de la Communauté française.
- D'autre part, une copie de chaque projet est systématiquement mise en prêt à la Médiathèque.
- Enfin, la question des banques de programmes en ligne est investiguée, même si dans ce cadre la question de la mise à disposition des œuvres (principalement en termes de droits d'auteur) ne dépend pas du Ministère mais bien de chaque auteur.
- Une telle diffusion via un canal non linéaire permettrait d'offrir une seconde vie à ces projets, après la diffusion par voie hertzienne terrestre analogique. Une initiative en ce sens a déjà été prise par les radios associatives autour du projet Radioswap.net, dans

¹⁰ Bilan du FACR 2002-2003

une optique de d'échanges entre diffuseurs plutôt que de communication vers le public, toujours pour des raisons de droits d'auteur.

La mise en œuvre du plan de fréquence apportera de nouveaux moyens au fonds. Ceux-ci sont l'objet de propositions d'affectations nouvelles. Ils pourraient permettre le financement structurel de certaines radios non-marchandes et l'aides de projets originaires de radios commerciales.