

**Changement et radio publique européenne**

*Alexander Shulzycki, Responsable du service d'information stratégique, UER*



# La radio plus populaire que jamais !

*Petite boîte, toi que je serrais  
pendant mon échappée  
Pour que tes boutons ne se cassent  
pas,  
Toi que j'ai emportée de maison en  
bateau et de bateau en train,  
Pour que mes ennemis puissent  
continuer à me parler  
A mon chevet, pour ma douleur  
Dernière chose le soir, première le  
matin,  
De leurs victoires et de mes soucis,  
Promets-moi de ne pas te taire tout  
à coup*

*Bertold Brecht*

La radio publique européenne est à l'ère du changement. Toujours aussi actuelle et populaire, la radio publique résiste à la concurrence toujours plus vive et aux nouveaux médias numériques. Bien que les parts de marché du secteur public sur les principaux marchés européens soient, en moyenne, restées stables et fortes au cours des deux dernières années, dans certains pays les chaînes publiques souffrent des pressions de la déréglementation et du progrès technologique, que toutes leurs homologues européennes vont devoir affronter à leur tour.

## Utilisation intensive

La radio est le média le plus utilisé et le plus intensément. Comment a-t-elle résisté aux nouvelles techniques de distribution numérique, à l'Internet et à tous les nouveaux appareils d'écoute personnels ?

Dans une récente étude<sup>1</sup> sur la consommation des médias dans dix pays européens, les personnes interrogées indiquent combien de temps elles lisent journaux et magazines, regardent la télévision, surfent sur Internet et écoutent la radio.

Il apparaît, qu'en moyenne, sur une semaine, les Européens écoutent la radio plus de 17 heures, lui consacrant ainsi plus de temps qu'à tous les autres médias (bien que la TV la talonne).

L'utilisation de la radio est importante sur le plan quantitatif et aussi sur celui de l'intensité. Selon la même étude, presque un quart des répondants représentatifs des dix pays branchent leur poste pendant 25 heures ou plus au cours d'une semaine de sept jours : un résultat supérieur à celui obtenu par tous les autres médias, télévision comprise.

## Où

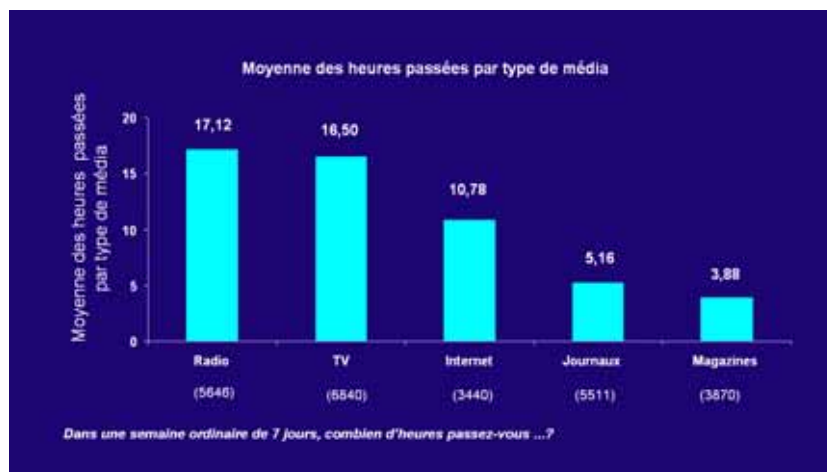
Où écoute-t-on les programmes radio ? Une tendance intéressante se dégage : si l'écoute se fait avant tout au domicile<sup>2</sup> (60%), on écoute de plus en plus au travail (19%) et en voiture (17%).

Ces moyennes masquent des variations considérables d'un pays à l'autre. C'est en Italie que la radio en voiture est la plus populaire (47%) et en Bulgarie qu'elle est la moins fréquente (3%) ; mais elle progresse dans de nombreux pays, notamment en Europe orientale, où le nombre de foyers possédant une voiture s'accroît. Au travail, c'est en Espagne qu'on l'écoute le moins (7%) et en Pologne et Autriche qu'on l'écoute le plus (23,5% et 27% respectivement).

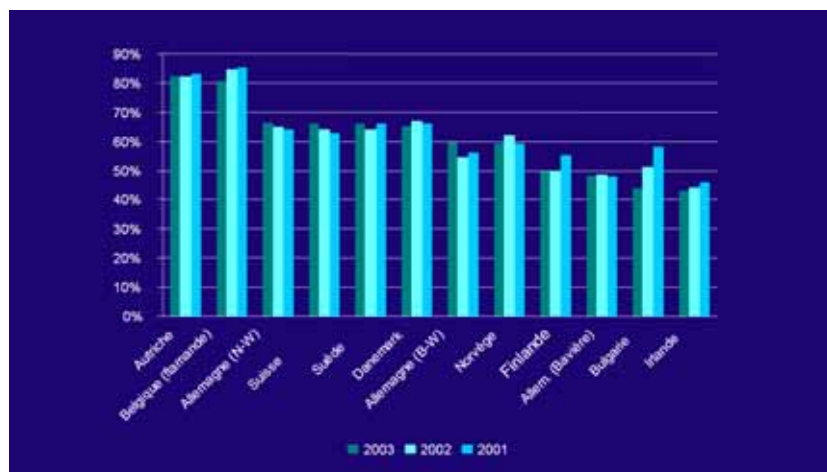
# Chan

**Alexander Shulzycki**

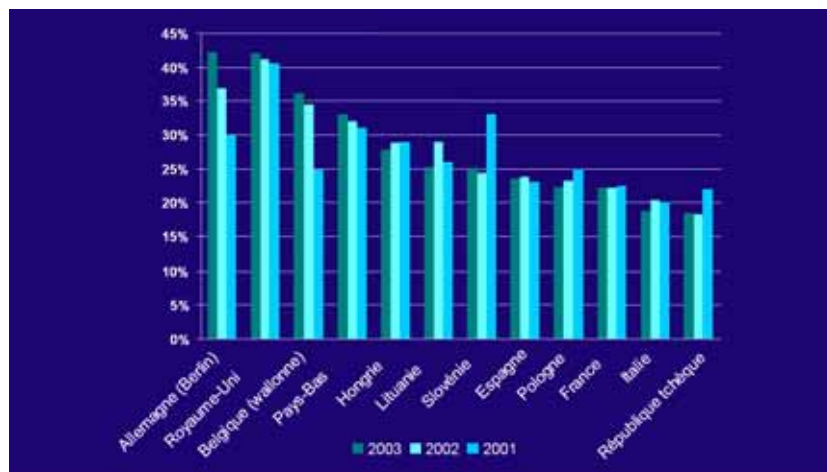
Responsable du service d'information stratégique, UER



Temps passé par type de média



% combiné des stations de radio nationales publiques les plus fortes



% combiné des stations de radio publiques nationales – autres

## Présence instable

La radio publique reste très présente, mais montre des signes d'instabilité sur certains marchés. En termes de parts de marché, de contribution à l'économie et de volume de production, la radio publique est la pierre angulaire de la radio européenne. L'UER représente pratiquement toutes les stations de radio publique et en comptait 779 parmi ses membres en 2003, nombre en constante augmentation au fil des ans.

Lors d'une récente étude<sup>3</sup>, l'UER s'est penchée sur plus d'une centaine de ces stations nationales travaillant dans vingt marchés principaux. Elle a notamment établi leur profil détaillé et analysé leurs productions par genre, et a inclus l'évolution du marché au cours des deux dernières années (réglementation, mesure d'audience et technologie).

Quelques-unes des conclusions essentielles :

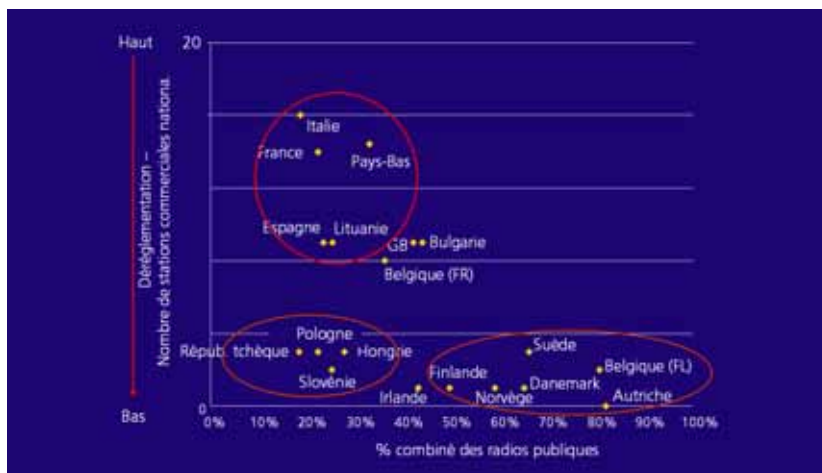
- De 2001 à 2003, les stations nationales de radio publique des pays étudiés sont restées stables, ne cédant que moins de 1% de leur part moyenne, pour finir à 44,4%. Sur certains marchés, elles ont enregistré des hausses de plus de 10%, par exemple en Wallonie (+ 11,3%) et en Allemagne, dans la région de Berlin (+ 12,4%).
- En 2003, c'est dans les pays nordiques, les pays germano-

# gement

et radio publique européenne

phones et la région flamande de la Belgique que les parts combinées des stations nationales de radio publique étaient le plus élevées, s'échelonnant de juste en dessous de 50% en Finlande à 82% en Autriche.

- En Europe orientale, la radio de service public a vu son public s'effriter. La Bulgarie a ainsi perdu 14,1% de sa part de marché, la Slovaquie près de 8%. La Pologne et la République tchèque ont elles aussi enregistré de légères baisses.



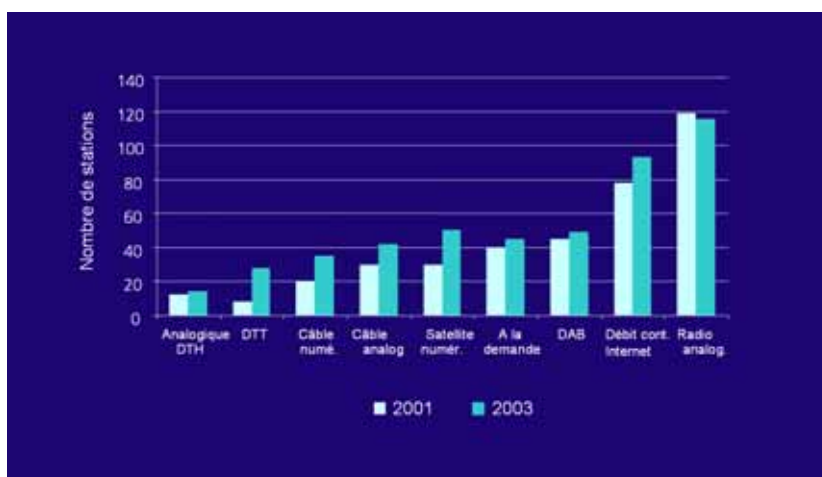
% radios publiques 2003 / niveau de concurrence

Les différents résultats obtenus par les membres de l'UER dépendent pour une grande partie de leurs modèles de financement et de différents facteurs nationaux. L'influence majeure vient néanmoins de l'implantation de la radio commerciale, qui dépend elle-même de l'état de déréglementation du marché.

### Le défi !

Cette déréglementation est un défi.

Pour classer les stations de radio publique d'après le niveau de déréglementation de leur marché national, nous avons pris leur part combinée pour la comparer au nombre de stations privées présentes sur ce marché. Il est logique de supposer que plus un marché est déréglementé, plus il y aura de stations commerciales, du moins dans un premier temps. Cette comparaison a produit un ensemble clair de sous-groupes. On trouve ainsi les marchés relativement non déréglementés en bas à droite, dans le quart « part élevée/faible concurrence ». C'est là que figurent les pays nordiques, les territoires germanophones et la Flandre belge. Les marchés déréglementés de la France et de l'Europe méridionale, eux, apparaissent dans le coin supérieur gauche, ayant perdu des parts et se trouvant en butte à une concurrence plus vive. Les pays d'Europe de l'Est, pour leur part, sont étroitement



Plates-formes de distribution de stations de radio

regroupés du côté « faible déréglementation » de la courbe, mais obtiennent une part de marché inférieure à la moyenne.

Le lecteur averti peut alors s'interroger : « Voyons... je croyais que les radios commerciales existaient déjà dans la plupart de ces pays... Pourquoi sont-ils en bas de l'échelle de la déréglementation ? »

Le fait est que les marchés de la radio publique en Europe orientale sont une exception. De puissants groupes commerciaux ont vu le jour et ont fusionné. En réalité, ces marchés se caractérisent par un accroissement des propriétés étrangères et des fusions depuis la fin des années quatre-vingt-dix.

C'est une leçon de prudence pour les

autres pays, dans lesquels on assiste à des fusions et regroupements. Sur ces marchés, il est important de surveiller les conditions des cessions, les règles sur la propriété étrangère et croisée et l'application de la législation sur la concurrence à des niveaux de concentration anormaux.

### Autres plates-formes

La distribution de la radio sur les autres plates-formes est en plein essor et c'est peut-être l'explosion de la croissance de ces nouvelles plates-formes de distribution qui constitue l'évolution la plus spectaculaire des deux dernières années. Pour les cent et quelques stations nationales de radio publique couvertes par l'étude, on a noté une augmentation de 25% de leur disponibilité sur d'autres

plates-formes.

Près de la moitié des stations nationales de radio de service public sont aujourd'hui disponibles en DAB. L'augmentation la plus importante a été enregistrée pour les stations proposées sur les plates-formes de télévision numérique terrestre (TNT). Leur nombre a presque triplé, passant de huit services en 2001 à 23 aujourd'hui. La TNT est actuellement la plate-forme numérique qui se développe le plus rapidement en Europe.

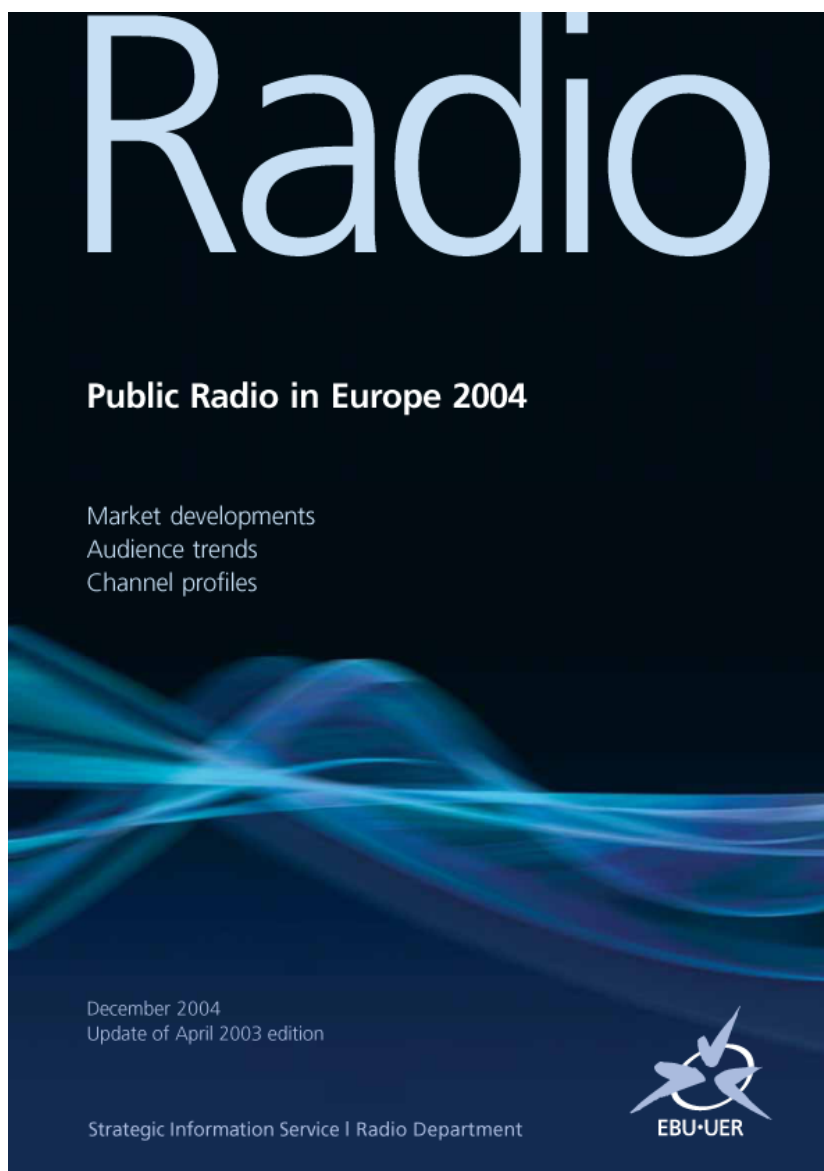
Les stations de radio publique ont renforcé leur présence sur les systèmes câblés analogiques et numériques. En 2003, 42 stations nationales étaient offertes sur le câble analogique, soit 12 de plus qu'en 2001. Sur le câble numérique, on est passé de 20 à 30 stations. La lenteur de la numérisation explique que le câble analogique reste un moyen de distribution important.

Plus de 85% des chaînes sont maintenant retransmises sur Internet, contre 75% il y a deux ans. Les services à la carte ont eux aussi progressé, passant de 38% en 2001 à plus de 43% en 2003.

## Demain ?

Si la radio publique s'est lancée sur les plates-formes des nouvelles technologies et a affronté les pressions liées à la déréglementation, elle doit encore s'attendre à rencontrer de nombreux problèmes. Il est essentiel qu'elle préserve son modèle de financement unique, qui lui permet d'exister ; elle doit aussi de plus en plus veiller à exploiter au mieux ses nouvelles sources de revenus et à trouver un financement pour ses investissements dans les nouvelles technologies. Les radiodiffuseurs classiques commencent à se familiariser avec le commerce secondaire du spectre, les nouveaux systèmes de mesure et bien d'autres choses.

Le changement est inévitable et



- Une étude de l'UER
- Examen détaillé du marché de la radio dans 20 pays
- Données essentielles et production par genre pour plus de 100 stations de service public
- Données d'audience et tendances sur 4 ans
- Couvre exclusivement les radios nationales
- Ce rapport est mis gratuitement à la disposition des membres de l'UER

nécessaire, mais les radiodiffuseurs, leurs législateurs et leurs organismes de réglementation doivent le guider et préserver le fondement du caractère et du fonctionnement de la radio publique.

1) *Sondage annuel de l'EIAA sur les habitudes de consommation des médias basé sur des données obtenues auprès*

*d'échantillons représentatifs nationaux du Royaume-Uni, de la France, de l'Allemagne, de l'Espagne, de l'Italie, de la Belgique, des Pays-bas, du Danemark, de la Suède et de la Norvège – octobre 2004*

2) *Source : UER, «La radio publique en Europe», 2004*

3) *Ibid.*