

*La radio française peut-elle encore compter sur l'État ?**Par Constance Benqué, Présidente de l'Alliance de la Radio.*

Voix familière, compagne de l'intime, la radio est le média le plus puissant, le plus accessible et le plus profondément ancré dans le cœur des Français. Chaque jour, ils sont près de 40 millions à son écoute. Parmi eux, trois sur quatre font le choix d'une radio privée de l'Alliance de la Radio, qu'elle soit généraliste, thématique, musicale, nationale ou locale. (RTL, NRJ, Europe1, RMC, Skyrock, Radio Classique, Sud Radio, Radio Nova, Oui FM, Alouette, FG..).

C'est précisément la force de ce lien, ce patrimoine immatériel inestimable, qui est aujourd'hui menacée. Et face à ce risque, l'indifférence des pouvoirs publics est assourdissante.

À quelques mois d'une échéance électorale majeure, un bouleversement sans précédent se prépare : Radio France a engagé une réorganisation massive de ses fréquences FM. Plus de 300 d'entre elles seraient réattribuées à la radio publique pour renforcer les couvertures de France Info, dédiée à l'information et au réseau local ICI. Des antennes qui ont la faculté de capter jusque dans nos territoires la ressource publicitaire, unique source de financement des radios privées

Jamais une opération d'une telle envergure n'avait été orchestrée en bouleversant à ce point les équilibres : sans consultation, sans étude d'impact, et dans l'ignorance absolue des acteurs privés qui en subiront l'onde de choc. Qu'on ne s'y trompe pas : derrière le vernis de l'ajustement technique s'engage une refonte unilatérale du paysage radiophonique français par l'État.

Levons d'emblée toute ambiguïté : nous ne contestons nullement la légitimité d'un service public dévoué aux citoyens. Mais l'exigence du service public ne saurait tenir lieu de blanc-seing.

Forte d'une dotation publique dépassant les 650 millions d'euros pour l'année 2025, Radio France dispose de moyens considérables pour accomplir sa mission. Dès lors, comment justifier que cette stratégie expansionniste de ces deux réseaux se déploie au détriment direct des radios privées, pour qui la publicité est principale source de financement.

Aujourd'hui, nous n'attendons ni privilège ni faveur, mais un pacte clair, stable et républicain : l'équité.

Nous appelons d'abord l'Arcom à mener une véritable consultation, zone par zone, fréquence par fréquence, afin de mesurer avec objectivité les effets de ce projet sur les radios privées, leurs audiences, leurs auditeurs et le marché publicitaire, y compris sur les marchés locaux.

Nous attendons ensuite du Gouvernement un encadrement strict, effectif et transparent de l'accès de Radio France au marché publicitaire pour l'ensemble de ses recettes commerciales (antenne, numérique, messages d'intérêt général ou parrainage) avec une inscription gravée dans le marbre de son cahier des missions et des charges. Portée de longue date, cette demande légitime se heurte à un mur de silence.

L'État ne peut imposer aux radios privées des contraintes draconiennes tout en affranchissant son propre service public de la même exigence. Il en va de la loyauté de la concurrence, de l'État de droit et, *in fine*, du pluralisme.

Car nos radios privées, affrontent simultanément le rouleau compresseur des grandes plateformes numériques mondialisées. Ces géants sans frontières siphonnent l'attention et les revenus, et pire encore, ils manœuvrent désormais pour invisibiliser la radio dans les nouveaux usages, allant jusqu'à menacer la présence même de nos récepteurs FM et DAB+ dans les véhicules de demain.

Face à ces attaques, notre cadre réglementaire, devenu obsolète, doit impérativement être refondé pour nous doter des moyens nécessaires et préserver notre capacité d'action.

Ne l'oublions jamais : la radio est un joyau démocratique. C'est le média du lien social, édité par des professionnels responsables, enraciné dans chaque territoire. Quand l'urgence éclate, quand la tempête gronde, quand l'information vitale doit être diffusée pour être entendue, la radio se dresse et assume pleinement sa mission d'intérêt général. Elle contribue aussi à la culture et à la création. Elle est le premier tremplin de nos artistes et le pouls de nos régions.

À Madame la ministre de la Culture que nous rencontrerons dans les prochains jours, notre message sera solennel : protégez le pluralisme radiophonique par la complémentarité entre public et privé. Il est l'heure de réécrire certaines règles du jeu, de les adapter aux réalités contemporaines pour qu'elles s'imposent à tous avec la même justesse ; y compris les plateformes numériques.

La radio n'est pas une simple industrie, c'est un bien commun. Si elle a traversé les transformations de notre société et les crises, c'est par sa profonde humanité. Elle est le pilier de nos souverainetés : culturelle, informationnelle, démocratique et territoriale. Sacrifier cet équilibre serait une faute historique pour les millions de Françaises et Français qui nous écoutent chaque jour !

Constance Benqué est présidente de l'Alliance de la Radio, Les radios commerciales privées de l'Alliance sont écoutées quotidiennement par 3 auditeurs sur 4.

[RTL, RTL2 et Fun Radio (groupe M6), NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons (groupe NRJ), les 200 radios adhérentes au SIRT, Europe 1, Europe 2 et RFM (radios du groupe Lagardère Radio), RMC et BFM Business (groupe RMC BFM), Radio Classique (groupe Les Échos Le Parisien) et Skyrock].