

The logo for 'emap' consists of the lowercase letters 'emap' in a white, sans-serif font, centered within a solid red rectangular background.

emap

***Réponse à la Consultation Publique du CSA
sur la Radio Numérique***

30 juin 2005

Préambule : Présentation des activités du Groupe EMAP

EMAP, un groupe leader international des médias

EMAP est un des principaux acteurs du secteur des médias en Europe avec un chiffre d'affaires de plus de 1,5 milliard d'euros. C'est aujourd'hui un acteur reconnu de la production et de la diffusion de contenus de divertissement et d'information au travers de son offre de presse magazine, de radios et de chaînes TV musicales en Grande Bretagne et en France.

EMAP est aujourd'hui un des principaux acteurs de la presse magazine en France notamment grâce à des titres leaders comme :

- Cine Chiffres
 - Le Film Français
 - Tarif Média
 - **Télé Poche**
 - **Télé Star**
 - Télé Star Jeux
 - Vidéo Broadcast

 - Modes & Travaux
 - Nous Deux
 - **Top Santé**
 - Biba
 - **20 ans**

 - **Sciences et Vie**
 - Les Cahiers de Science&Vie
 - Science & Vie Découvertes
 - Science & Vie Junior
- **Auto Plus**
 - L'Auto Journal
 - Sport Auto

 - **FHM**
 - **Max**
 - Mixte

 - Le Chasseur Français
 - Bateaux
 - Le Photographe
 - Réponses PhotoEuropéen
 - **Golf Magazine**
 - Caméra Vidéo & Multimédia
 - Consoles +
 - **Diapason**
 - La Revue du Son & du Home Cinema
 - Le Guide Bel-Air

EMAP en pointe sur la radio numérique

EMAP est aujourd'hui le deuxième groupe privé de radio au Royaume-Uni, avec plus de 15% de part d'audience.

EMAP s'est lancé avec succès dans la radio numérique en Angleterre avec 19 stations qui affichent une couverture géographique élevée. Parmi les stations lancées par le groupe EMAP figurent :

- **Kiss 100** qui est la station de radio numérique britannique la plus connue des auditeurs et qui est écoutée en moyenne chaque semaine par près de 2,2 millions d'auditeurs,
- **Magic 105,4** qui est la seconde radio sur l'agglomération de Londres
- **Big City**, un réseau syndiqué de radios urbaines locales

Parallèlement, EMAP a développé son offre de radio sur la télévision numérique, qui est aujourd'hui reçue dans près de 15 millions de foyers britanniques.

Station	Couverture DAB	Freeview	Sky
Kiss	86	✓	✓
Smash Hits!	63	✓	✓
Magic	51	✓	✓
The Hits	49	✓	✓
Kerrang	30	✓	✓
Big City	25		
Heat	17	✓	✓
Mojo		✓	✓
Q		✓	✓

Source : EMAP

Fort de la réussite de son expérience dans la radio numérique en Angleterre et du savoir faire capitalisé à cette occasion, EMAP envisage de participer au développement de la radio numérique en France et dispose pour ce faire de fortes capacités d'investissement de façon atypique pour un acteur de ce secteur. A titre illustratif, le groupe a généré plus de 300 millions d'euros de trésorerie positive en 2004.

Par ailleurs, EMAP France est un acteur majeur de l'Internet en France et dispose de ce fait de fonds multimédia importants (textes, images, vidéos) issus des sites de ses magazines, qui pourraient être facilement utilisables dans la perspectives de services enrichis sur la radio.

Nous nous proposons d'apporter des éclairages complémentaires, notamment sur la base de notre expérience réussie au Royaume-Uni, pour définir un cadre propice au développement de la radio numérique en France.

REPONSE AUX QUESTIONS DU CONSEIL

1. Bilan des expérimentations (aspects techniques, éditoriaux et économiques)

Question n° 1 - Diffusion en DAB. Quel bilan tirez-vous des différentes expérimentations de diffusion en DAB, à la norme Eureka 147 ?

L'échec de l'expérience française en matière de DAB, notamment la faible demande découlant des modalités de mise à disposition auprès du public, conduit aux conclusions suivantes :

- Les prix prohibitifs des terminaux de réception ont été un frein majeur à son développement, d'où l'importance de choisir une norme mûre du point de vue industriel, ou appelée à le devenir très rapidement
- La seule amélioration de qualité de son due au passage au numérique n'est pas suffisante pour justifier un équipement (Situations d'usages souvent bruyantes : voiture...)
- Importance de la diversité et de la nouveauté de l'offre vs. les radios analogiques existantes :
 - o La seule implication d'acteurs existants n'a pas permis une dynamisation de l'offre et du marché
 - o Les autres avantages de la diffusion numérique ne sont pas nécessairement perceptibles par le grand public (robustesse de la réception, données associées...)

Question n° 2 - Diffusion en DRM. Quel bilan tirez-vous des différentes expérimentations de diffusion en DRM, notamment en ce qui concerne la possibilité de diffuser en simulcast ?

EMAP n'a pas connaissance des résultats spécifiques de ces expérimentations. Le DRM semble présenter des avantages pour diffuser des programmes numériques à une échelle nationale, dans des échelles de coûts très acceptables. Si le CSA devait autoriser des services de radio en DRM, EMAP pourrait se porter candidat à l'attribution d'une autorisation.

Question n° 3 - Diffusion en DVB-T. Quel bilan tirez-vous des différentes expérimentations de diffusion en DVB-T ?

EMAP n'a pas connaissance des résultats spécifiques de ces expérimentations en France. Au Royaume-Uni, les radios du groupe EMAP sont diffusées sur la plateforme Freeview. La réception via les plates-formes de TV numérique est le principal moyen de réception de la radio numérique au Royaume-Uni, notamment en raison de l'équipement important des foyers.

Question n° 4 - Diffusion satellitaire. Quel bilan tirez-vous de l'expérimentation de diffusion par satellite intervenue en France ?

Le réel avantage de la diffusion par satellite est la couverture instantanée du territoire dans son ensemble, à l'exception des zones urbaines, qui nécessitent d'être couvertes par des émetteurs terrestres supplémentaires.

Le problème de ce type de diffusion pourrait résider dans l'absence de norme communément admise au niveau international (et donc intégrée en masse dans des terminaux de réception).

Question n° 5 - Expériences étrangères. Quelle appréciation portez-vous sur les expériences étrangères de diffusion de radios en mode numérique ? Certains points seraient-ils transposables ?

L'expérience réussie du groupe EMAP sur le DAB en Grande Bretagne met en évidence un certain nombre de facteurs indispensables au succès de la radio numérique :

- **L'élargissement de l'offre de stations radio** (via l'apparition de nouvelles stations) est le principal déterminant du succès de cette technologie. L'apparition de nouvelles stations de radio est considérée comme le principal facteur de motivation pour l'équipement du grand public. Il est cité de manière spontanée par 21% des personnes interrogées lors de l'enquête de l'Ofcom en 2004.
- L'équipement en postes DAB est très sensible au **coût des terminaux de réception**. Les études réalisées en Grande Bretagne en 2004 montrent en effet une forte élasticité des intentions d'équipement en poste radio DAB à son prix de vente. Si seulement 2% des auditeurs de radio analogique interrogés se déclarent prêt à s'équiper en poste DAB pour un prix de vente inférieur à 100 Livres Sterling, la proportion monte à près de 10% pour un poste à moins de 40 Livres Sterling (qui est le prix plancher actuellement constaté au Royaume-Uni pour les postes de réception portables) et à près de 25% pour un poste à moins de 20 Livres Sterling (ce qui correspond au premier prix des postes radio analogiques).
- Une **couverture géographique rapide et importante** apparaît comme un autre élément expliquant le succès de la DAB en Grande Bretagne (70 à 80% des foyers sont aujourd'hui couverts)
- **L'importance de la multi-distribution des nouvelles stations** : le succès des nouvelles stations de radio dépend fortement de la capacité des auditeurs à y accéder facilement , notamment au travers de canaux de distribution plus matures (en l'espèce les offres de Sky et Freeview sur la télévision numérique en Grande Bretagne)

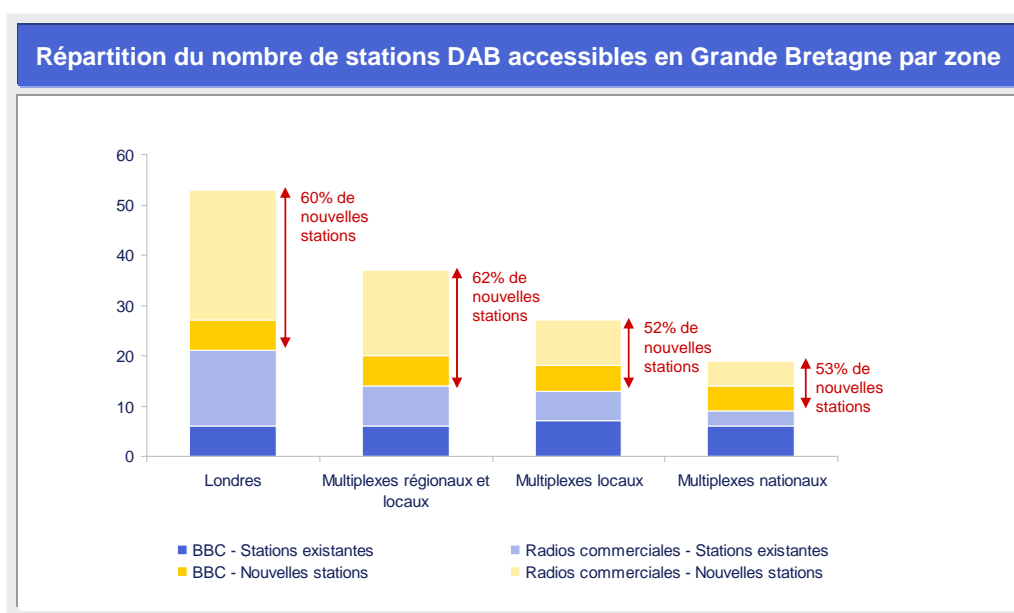
2. Modèle économique et nouveaux usages liés au déploiement de la radio numérique

Question n° 6 - L'offre de programmes et de services en numérique. Les études réalisées, notamment à l'étranger, montrent que l'une des clés du succès de la numérisation est liée à l'élargissement de l'offre. Cet enrichissement de l'offre peut prendre plusieurs formes : compléter la couverture des services existants, enrichir les services existants avec des données annexes, favoriser l'arrivée de nouveaux services et de nouveaux entrants. Lequel de ces objectifs d'enrichissement de l'offre vous semble le plus susceptible de répondre à l'attente d'un large public ? En particulier, quelle serait la répartition optimale entre numérisation des services existants et nouveaux services ?

De par nos expériences dans la radio numérique au Royaume-Uni, les points clés susceptibles de répondre à l'attente d'un large public sont :

- **Extension de couverture des services existants** : la création d'une masse critique suffisante pour susciter l'équipement est importante. En revanche, la systématisation de la reprise nationale de l'ensemble des services existants nuirait à l'accès des nouveaux entrants, faute de place suffisante sur les réseaux.
- **Nouveaux services et nouveaux entrants** : la véritable attente du public réside dans la diversité. Au Royaume-Uni plus de la moitié des services DAB sont nouveaux (voir figure ci-dessus).
- **Services multimédias** : à ce stade, ils n'ont pas été lancés à l'échelle commerciale et n'ont pas été à proprement parler instrumentaux ni en Angleterre, ni aux USA, les seuls véritables succès de la radio numérique à ce stade (DAB, XM/Sirius). Certaines fonctionnalités intrinsèques de la radio numérique (affranchissement des réglages de fréquences lors des déplacements...) constituent en revanche un véritable apport au consommateur.

Exemple anglais de la répartition entre numérisation des services existants et nouveaux services :



Question n° 7 - Gratuité ou abonnement. Le modèle économique de la radio est jusqu'à présent basé sur la gratuité pour l'auditeur. Avec l'arrivée des techniques numériques de nouveaux services payants sont-ils susceptibles d'apparaître ? Quels seraient les schémas possibles pour l'organisation de la distribution commerciale ? Des services de radio sans publicité pourraient-ils ainsi être proposés ?

EMAP est ouvert à l'éventualité d'une diffusion de type payant pour certains services de radios. Certains formats se prêteraient à ce type de modèle : Educatif (en utilisant les compétences éditoriales de Science et Vie), Musical haut de gamme (en utilisant les compétences éditoriales de Diapason), etc.

La distribution commerciale pourrait facilement être confiée à des tiers dont c'est déjà le métier : Opérateurs Mobiles ou autres distributeurs (Opérateurs de Tv payante...), voire à des éditeurs de radio souhaitant s'auto-distribuer, sur un mode semblable à celui de la TNT payant en France. A l'instar de la TNT, l'interopérabilité des terminaux est une donnée cruciale pour l'émergence des services payants sur la radio.

Question n° 8 - Données associées et nouvelles fonctionnalités. La numérisation de la distribution de la radio permet notamment de transmettre des données associées en plus du flux audio. Quels types de données pourraient venir enrichir les programmes de radio ? Les nouvelles fonctionnalités de la radio numérique (interactivité, capacité des récepteurs à permettre une écoute en différé de la radio) sont-elles susceptibles de générer des revenus annexes ? Ont-elles des effets sur l'écoute de la publicité ? Quels types de services mixtes de radiodiffusion et de services en lignes pourraient voir le jour ? Quelle pourrait être la contribution de ces nouveaux usages au chiffre d'affaires des services de radio présents en numérique ?

D'après l'expérience acquise par le groupe EMAP en Grande Bretagne, l'attrait des nouveaux services est relativement élevé auprès du public qui connaît leur existence. Près d'un tiers des personnes considèrent, comme un bénéfice de la radio numérique les services tels que la facilité de recherche des stations (notamment en mobilité), la possibilité d'enregistrer des programmes de radio et la mention du morceau diffusé.

D'expérience, si ces nouveaux services facilitent davantage l'adoption de la radio numérique (au travers de l'amélioration de l'offre), ils ne permettent pas pour autant de générer de revenus additionnels pour les stations.

EMAP envisage l'éventualité de services de données associées à ses programmes de radio, notamment en utilisant son fonds éditorial numérique existant (texte, images, vidéos, ...) au sein de son activité magazines et Internet. Ces services pourraient prendre la forme de données associées à un contenu radio (données complémentaires sur un morceau de musique), voire d'images ou de fonctionnalités plus avancées permettant un stockage sélectif, potentiellement par abonnement, de morceaux de musiques ou de contenus éducatifs.

3. Les normes et les bandes de fréquences

Question n° 9 - Question générale sur les normes. Plusieurs technologies existent et sont susceptibles d'accueillir à court ou moyen terme des services de radio (une description des différentes technologies ayant à ce jour fait l'objet d'une normalisation est jointe en annexe à la présente consultation). Quelles normes vous semblent les mieux adaptées pour le déploiement de la radio numérique ? Pour quelles raisons ?

EMAP a une attitude générale de neutralité vis-à-vis des normes utilisées pour la mise en œuvre de la radio numérique.

Néanmoins, certains principes semblent importants et favoriseraient le développement de la radio numérique quelles que soient les normes techniques retenues :

- S'assurer de la **disponibilité industrielle massive et à bas coût des récepteurs** (normes adoptées au niveau international par les grands marchés : Europe, Amérique du Nord, Asie) : de ce point de vue les normes DAB/DMB et la norme DRM semblent à ce stade les meilleurs candidats.
- Choisir une norme/bande de fréquences assurant une **place importante pour les nouveaux entrants/nouveaux services**, au-delà du simple simulcast des services existant : l'adoption de la norme DAB dans sa forme actuelle pourrait poser un problème d'efficacité spectrale qui réduit de facto la place faite aux nouveaux services de radio
- Permettre une **couverture nationale** ou du moins la plus importante possible dans un délai restreint : à cet égard, il semble que la norme DRM permette une optimisation de la couverture, tout en étant un standard industriel déjà reconnu

Question n° 10 - Normes de compression audio. La norme actuelle régissant le DAB utilise la norme de compression Eurêka 147. Quelle norme, ou projet de norme, de compression considérez-vous comme plus apte à atteindre les objectifs de performance que vous vous fixez? Quelles seraient les modalités réglementaires et industrielles de mise en œuvre de la (ou des) normes que vous préconisez ?

La compression utilisée au sein d'Eurêka 147 est aujourd'hui dépassée en performance par de nouveaux standards (AAC, MP3, etc.). Elle reste néanmoins une référence industrielle. Sa mise en œuvre telle quelle pose le problème de l'efficacité spectrale relative, et si elle devait l'être, les débits alloués devraient probablement être en général compris en 64 et 128kb/s pour la plupart des services, comme c'est le cas au Royaume-Uni.

Cependant, il semble que des évolutions de compression puissent être intégrées au sein du DAB (DMB notamment qui peut intégrer le codage AAC). EMAP est favorable à ces évolutions qui permettront une offre plus riche au sein d'une même ressource spectrale. Leur mise en œuvre ne devrait pourtant pas se faire isolément, en dehors d'une standardisation internationale, ce qui serait préjudiciable au consommateur (prix élevés de terminaux spécifiques pour la France).

Question n° 11 - Débit utile. Dans un but d'optimisation de la ressource, le débit attribué à chaque service devrait-il tenir compte du contenu du programme (musique classique, variété, information, etc) et du fait qu'il soit monophonique ou stéréophonique ? Quels débits préconiseriez-vous selon les différents cas ?

Schématiquement, il convient de faire une distinction entre les programmes musicaux et les programmes « parlés ».

Au Royaume Uni, sur le DAB (Eurêka 147), le débit habituellement constaté est :

- pour les radios parlées : de 48 à 64kb/s en mono
- pour les stations musicales « pop music » : 128kb/s en stéréo
- pour les stations de musique classique : de 160 à 192 kb/s en stéréo

Dés débits supérieurs (256 kb/s) n'apportent pas de différences de qualité perçue et représenteraient un gaspillage de la ressource fréquentielle, d'autant plus que les nouvelles technologies d'encodage sont de plus en plus performantes, et que des technologies de multiplexage statistiques sont à l'étude.

Si la norme DMB (AAC) devait être retenue, les débits nécessaires seraient sensiblement moins élevés (environ 2 à 3 fois moins).

Question n° 12 - Diffusion terrestre en bande L. Avez-vous procédé à des études sur les coûts de diffusion d'un réseau terrestre en bande L et seriez-vous prêt à les communiquer pour : - un réseau à couverture nationale,- un réseau à couverture multiville, un réseau à couverture régionale,- un réseau à couverture locale. ?

EMAP n'a pas procédé à la réalisation d'une étude de coûts à ce stade.

Question n° 13 - Ressource en bande III. Une ressource bande III vous semble-t-elle nécessaire, si oui de quelle capacité ? Avez- vous procédé à des études sur les coûts de diffusion d'un réseau terrestre en bande III et seriez vous prêt à la communiquer ?

Les fréquences disponibles en bande L ne permettent probablement pas à ce stade d'ouvrir le marché de la radio numérique à suffisamment d'acteurs. Le recours à la bande III est souhaitable dans un souci de complément de la bande L.

Un objectif souhaitable pourrait être de mettre un cinquantaine de programmes de radios (comparable à l'offre à Londres) dans les grandes agglomérations (Bande L et Bande III).

EMAP n'a pas procédé à la réalisation d'une étude de coûts à ce stade

Question n° 14 : Modes de réception. Est-ce que la radio numérique pourrait atteindre des zones que la radio actuelle en mode analogique n'atteint pas ?

La radio numérique par voie terrestre en général permet de maximiser le nombre de services potentiellement disponibles avec une couverture nationale, grâce à la compression. Spécifiquement, le DRM pourrait permettre à des zones rurales d'accéder à la qualité du son numérique

La radio numérique par voie satellitaire permettrait de couvrir du jour au lendemain la totalité du territoire, à l'exception des zones urbaines.

Question n° 15 - Norme DRM. La norme DRM a été développée pour une diffusion dans la bande des ondes décamétriques. Permet-elle à ce jour la diffusion d'un service en simulcast sur la fréquence qu'il occupe déjà en mode analogique ? Sinon, cet usage pourra-t-il devenir possible à terme, et à quelle échéance ? Pensez-vous que la norme DRM soit adaptable à d'autres bandes de fréquences, avec les conditions actuelles d'usage de ces bandes :- en ondes hectométriques, - en ondes kilométriques, - autres bandes.

EMAP ne dispose pas d'informations techniques spécifiques sur ces sujets mais sera attentif aux développements du DRM qui est une technologie intéressante du point de vue de l'économie d'un éditeur de radio en raison de sa portée sur le territoire.

Question n° 16 : Quelle appréciation portez-vous sur l'intérêt des autres normes ou systèmes pour la diffusion de la radio numérique ?

En Grande Bretagne, la principale voie de réception de la radio numérique est la télévision par satellite, câble ou TNT (DVB-S, DVB-C, DVB-T).

Ce mode de diffusion présente l'avantage de faire profiter à la radio de la dynamique d'équipement propre et poussée/subventionnée par des acteurs puissants.

Elle représente un mode de consommation de plus en plus répandu au sein des foyers.

4. Scénarios de déploiement

A - Déploiement de la radio numérique sur les réseaux terrestres existants

Question n° 17 - Diffusion intégrale et simultanée en mode numérique des services autorisés en mode analogique. L'article 29-2 de la loi du 30 septembre 1986 permet la diffusion d'un signal numérique sur la fréquence analogique sans passer par l'appel aux candidatures. Compte tenu des résultats des expérimentations (voir question n°2) et de la disponibilité des normes, quel pourrait-être le calendrier de passage en numérique ? Faut-il imposer une date limite pour le démarrage de la diffusion en simulcast ?

La simple duplication des programmes existants, comme l'a démontré le lancement expérimental du DAB en France, présente peu d'intérêt pour les auditeurs et ne représente en aucun cas une motivation d'équipement.

Il nous semble donc préférable de coordonner ce simulcast avec le lancement des nouveaux services.

A l'inverse l'instauration d'une date limite pour le simulcast semble souhaitable pour augmenter l'attractivité de l'offre numérique. Au Royaume-Uni, système incitatif pour les opérateurs analogiques existe (extension automatique de l'autorisation analogique).

Question n° 18 - Diffusion en plein canal. Certains acteurs souhaitent-ils démarrer directement par une diffusion numérique en plein canal? Selon quel calendrier ? Avec quelle norme et quelles bandes de fréquences?

Voir question précédente

Question n° 21 - Ouverture de l'appel aux éditeurs de services ou aux distributeurs de services. Compte tenu de la ressource disponible en bande L et des normes d'utilisation techniques retenues, considérez-vous que l'appel doive être ouvert aux éditeurs de services (article 29-1 II de la loi du 30 septembre 1986) ou aux distributeurs de services (article 29-1 III de la loi du 30 septembre 1986) ?

Les modalités d'attribution devront pouvoir concilier la diversité éditoriale et l'accès équitable aux éditeurs indépendants avec une souplesse opérationnelle pour la gestion des offres de radio.

EMAP considère que les 2 options suivantes peuvent être envisagées :

- Option 1 : une attribution des autorisations aux éditeurs, service par service
Cette solution adaptée à l'attribution d'un ou plusieurs multiplexes nationaux, pourrait cependant s'avérer fastidieuse dans les cas d'autorisations multi locales en raison du nombre d'autorisations à gérer (nombre élevé de multiplexes et nombre élevé de services possibles par multiplexe). Si la ressource spectrale allouée à la radio numérique devait être limitée, ce système semblerait néanmoins être le meilleur pour favoriser la diversité des offres et l'arrivée de nouveaux entrants (libre concurrence).
- Option 2 : une attribution des autorisations à des opérateurs de multiplexes sur la base de leur intention d'offre
Cette solution pourrait simplifier à la fois la procédure d'attribution et la gestion opérationnelle des offres (sélection des candidatures, gestion en cas de défaillance d'un service,...).
Cependant si l'opérateur gère seul l'attribution des services sur son multiplexe, il existe un risque pour les nouveaux entrants de voir les offres contrôlées par les acteurs en place (et donc de ne pas avoir accès au marché dans des conditions équitables). Pour résoudre ce problème, le régulateur pourrait inciter ou imposer une part de services tiers (ou indépendants capitalistiquement de l'opérateur ou choisis par le CSA) ou encore inciter à des multiplexes d'alliances entre les acteurs.
Ainsi au Royaume-Uni, le système retenu permet-il la diversité de l'offre au sein de 14 multiplexes locaux et nationaux (voir illustration page suivante).

Propriétaires des licences des multiplexes au Royaume-Uni

Multiplexe	Participations	Nombre de licences
Digital One	GWR Group (63%), NTL (37%)	1 (national)
Now Digital	GWR Group	11
Now Digital (East Midlands)	GWR Group (52,5%), Capital Radio (20%), Sabras Sound (20%), Chrysalis Radio (7,5%)	2
South West Digital Radio	GWR Group (67%), UKRD (33%)	1
Capital Radio Digital	Capital Radio	4
Emap Digital	Emap Performance	7
CE Digital	Capital Radio (50%), Emap Performance (50%)	3
SCORE Digital	Scottish Radio Holdings	6
Digital Radio Group	GWR Group (39%), The Wireless Group (30%), SMG plc (14%), Carphone Warehouse (9%), Hopstar (8%)	1
Switch Digital	The Wireless Group (80,5%), SMG plc (10%), Carphone Warehouse (9,5%)	1
Switch Digital (Scotland)	The Wireless Group (92%), Carphone Warehouse (8%)	2
MXR	Chrysalis Radio (39%), Capital Radio (24%), Guardian Media Group (24%), UBC Digital (7,5%), Ford Motor Company (5%)	5
TWG-EMAP Digital (B&H)	The Wireless Group (80%), Emap Performance (20%)	1
TWG-EMAP Digital	The Wireless Group (70%), Empa Performance (30%)	2

Source OFCOM, Novembre 2004

Question n° 22 - Catégories de services. L'appel doit-il être ouvert à l'ensemble des cinq catégories de services actuellement définies par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ou être réservé à certaines d'entre-elles ? Convient-il pour la diffusion en mode numérique de définir de nouvelles catégories de services ? Si oui, lesquelles ?

Il convient de ne pas de définir à priori de règles d'attribution par catégorie, afin de préserver un maximum de souplesse dans l'attribution des autorisation par le Conseil.
Le juste équilibre entre les réseaux nationaux et les services locaux, régionaux et thématiques indépendants devrait s'effectuer en fonction de la qualité des candidatures présentées et des fréquences effectivement dégagées (bandes de fréquences, portée/puissance) au-delà de simples quotas théoriques « a priori ».

Question n° 23 - Calendrier de l'appel. Dans quel délai estimez-vous souhaitable que soit lancé un nouvel appel aux candidatures ? Estimez-vous préférable de lancer un appel sur l'ensemble des zones géographiques concernées ou de procéder à des appels par vagues successives

Un appel à candidatures pourrait être lancé à horizon début 2006.

Le maximum de zones devrait être attribué dans un premier temps, pour assurer un lancement coordonné au niveau national (efforts de promotion, masse critique...) , quitte à compléter au fur et à mesure de la disponibilité de nouvelles fréquences (bande III).

C - Déploiement de la radio numérique sur un réseau mixte terrestre - satellitaire

Question n° 24 - Lancement d'un appel aux candidatures. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel pourrait lancer un appel aux candidatures en bande L pour la composante terrestre d'un réseau mixte terrestre - satellitaire. Envisagez-vous de participer à un tel appel soit en qualité de distributeur de services soit en qualité d'éditeur de services ?

Si le CSA devait lancer un appel à candidature, EMAP pourrait se porter candidat en qualité d'éditeur de services. Néanmoins, la faisabilité technique et la viabilité économique d'un tel modèle reste à démontrer au niveau pan-européen.

Question n° 25 - Ouverture de l'appel aux éditeurs de services ou aux distributeurs de services. Compte tenu de la ressource disponible en bande L et des normes d'utilisation techniques retenues, considérez-vous que l'appel doit être ouvert aux éditeurs de services (article 29-1 II de la loi du 30 septembre 1986) ou aux distributeurs de services (article 29-1 III de la loi du 30 septembre 1986) ?

Voir réponse à la question 21.

Spécifiquement sur le satellite, si le modèle devait être essentiellement payant, l'attribution des autorisations à un ou plusieurs distributeurs pourrait être la plus pertinente, tout en conservant des mécanismes de contrôle de la pluralité au sein des offres.

Question n° 26 - Zones géographiques concernées, description du réseau terrestre. Pour assurer la continuité de la réception en zone urbaine, quelle doit être la consistance du réseau terrestre (nombre de sites envisagés) ?

EMAP ne dispose pas d'information à ce stade.

L'efficacité économique d'un réseau mixte reste à démontrer formellement par rapport à un réseau seulement terrestre adressant les zones de forte densité de population (DAB) mais aussi des zones plus larges (DRM).

Question n° 27 - Composition de l'offre de services. Combien de services pourraient être distribués sur un tel réseau ? Quel serait le partage de la ressource entre les services à destination des auditeurs français et les services à destination des auditeurs étrangers ? Au sein des services à destination du public français, quel pourrait être, selon vous, le partage de la ressource entre services payants et services gratuits, entre services exclusifs et services déjà présents sur d'autres réseaux ? Pour les services payants, le financement doit-il être exclusivement assuré par les revenus d'abonnement ou un accès la publicité est-il nécessaire ?

Les capacités satellitaires permettraient probablement d'assurer un nombre suffisant de canaux (plusieurs dizaines par pays) même dans le cas d'un partage de la capacité entre plusieurs pays. Il conviendrait cependant dans tous les cas de réserver une part importante à de nouveaux services et à de nouveaux entrants.

L'exclusivité d'un service sur un réseau devrait être une décision commerciale concertée de l'opérateur de distribution et de l'éditeur, afin d'arbitrer entre la valeur créée pour le consommateur et le nécessaire besoin pour un éditeur de maximiser sa distribution.

Les services payants devraient pouvoir disposer d'un accès à la ressource publicitaire. La demande finale pour ce type de service est incertaine, notamment les niveaux de prix acceptables pour les consommateurs. Un modèle financé en partie par la publicité et permettant des prix très abordables pourrait donc être nécessaire.

D - Déploiement de la radio numérique sur des réseaux numériques non exclusivement dédiés à la radio

Question n° 28 - La radio sur la TNT en DVBT. La radio est déjà présente aux côtés de la télévision sur les réseaux câblés et le satellite. Estimez-vous souhaitable qu'une partie de la ressource disponible sur les multiplex de la TNT soit attribuée à des services de radio ? Selon vous, quelle procédure juridique vous semble la mieux adaptée ?

Cette présence multi-réseaux semble essentielle.

En Grande Bretagne, l'enquête 2004 de l'Ofcom montre que près de 43% des auditeurs de la radio numérique DAB ont découvert cette offre et les nouvelles stations de radios au travers des canaux disponibles sur les bouquets de télévision. Il s'agit de très loin du premier canal de consommation de la radio numérique.

Le Groupe EMAP cherchera à maximiser la diffusion de ses radios et donc est intéressé par principe à la diffusion sur tous les supports disponibles y compris sur la TNT

Le principe d'un appel à candidatures pour la diffusion en DVB-T de services de radios devrait être étudié par le CSA (Multiplexe R5 et capacités dégagées par l'utilisation par les chaînes payantes du MPEG-4 sur les réseaux existants). Cet appel à candidature pourrait se faire dès que les gains de compression générés par le MPEG-4 seront connus et stabilisés (probablement mi-2006).

Question n° 29 - La radio en DVB-H. Envisagez-vous de procéder à des expérimentations de diffusion de services de radio en DVB-H ou de vous joindre à des expérimentations existantes?

La diffusion de la radio numérique sur le mobile semble prometteuse et de nombreuses expérimentations sont en préparation en Grande Bretagne.