



## Les 100 ans de la radio ça se Fête !

Le 20 janvier 2020, Roch-Olivier Maistre, président du CSA, lançait l'idée d'une grande fête de la radio pour permettre aux Français et à l'ensemble des stations de radios de métropole et d'Outremer de célébrer ce média du cœur, qui fait partie du quotidien de chacun. Grâce à la mobilisation de tous, cette idée est aujourd'hui devenue réalité. Le CSA et l'ensemble des radios partenaires organisent cette année la première édition de la « Fête de la radio » qui se déroule dans toute la France à partir du 31 mai 2021.

Pendant une semaine les radios et leurs 40.1 millions d'auditeurs<sup>1</sup> peuvent revivre l'histoire de ce média qui fête cette année le centenaire des premières émissions radiophoniques depuis le site de la Tour Eiffel, les 40 ans de la libération de la bande FM et l'accélération du déploiement de la radio numérique terrestre (DAB+).

Cet anniversaire est en effet l'occasion de mieux faire connaître tous les atouts de la technologie numérique « DAB+ », qui ouvre un nouvel horizon à ce média. La radio en DAB+, c'est en effet : une offre élargie, gratuite et illimitée ; une qualité de son inédite ; une diffusion plus stable et une écoute en mobilité plus confortable, libérée du souci des changements de fréquences.

Afin de retracer les évolutions d'un média résolument tourné vers l'avenir et commémorer son histoire, une multitude de rendez-vous destinés à tous les publics sont proposés. Le site internet « Fête de la radio » est mis à disposition du grand public afin de tout savoir sur cet évènement et de permettre à chacun de découvrir quelles initiatives sont organisées près de chez lui.

---

<sup>1</sup> Nombre d'auditeurs quotidiens de la radio, toutes stations confondues, sur la période janvier-mars.  
Source : Médiamétrie - 126 000 Radio - Janvier-Mars 2021 - Ensemble 13 ans et plus.





Soutenu par



**MINISTÈRE  
DE LA CULTURE**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

En cette année 2021, centenaire de la diffusion radiophonique en France, le CSA et l'ensemble des amoureux de la radio ont décidé de créer un nouveau rendez-vous : la Fête de la radio ! Une occasion exceptionnelle de célébrer la radio, et les femmes et les hommes qui la font vivre chaque jour.

Depuis la première émission radiophonique de la Tour Eiffel, en 1921, jusqu'au développement de la diffusion numérique terrestre et de l'écoute des podcasts, en passant par l'instauration de la liberté des ondes en 1981, la radio est le témoin actif des évolutions de notre société.

C'est un média accessible, vivant, populaire, agile, formidable relai de la création artistique et allié étroit de la vivacité de la démocratie.

Le lien qui nous unit à ce média est un lien intime, patiemment construit entre les animateurs et les auditeurs. Qu'elle nous informe, nous fasse rire, chanter, réfléchir... La magie des voix opère. Elle accompagne fidèlement les cavalcades du matin, les travailleurs concentrés, les épopées en voiture vers l'école ou vers la mer...

La radio rompt chaleureusement l'isolement : on n'est jamais seul quand des voix aimées nous accompagnent, pour nous divertir ou nous chanter des ballades ! L'année qui vient de s'écouler le prouve, la radio est un maillon de proximité et de diversité qui nous relie et invite au partage.

Je tiens à saluer le plein engagement du Conseil supérieur de l'audiovisuel, celui de l'ensemble des partenaires de l'événement ainsi que des professionnels, qui ont œuvré de concert pour orchestrer cet événement.

Je vous souhaite, à toutes et tous, une très joyeuse Fête de la radio.

**Roselyne BACHELOT-NARQUIN**  
Ministre de la Culture





CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Locales et nationales, publiques aussi bien que privées, associatives comme commerciales, plus de mille stations existent aujourd'hui, en métropole et dans les Outre-mer. Mettre en lumière l'extraordinaire richesse de notre paysage radiophonique, acquis de trente années de régulation : tel est l'objet de cette Fête, initiée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et à laquelle l'ensemble des parties prenantes s'associent – qu'elles en soient remerciées.

Cette semaine est l'occasion de rendre hommage à celles et ceux qui font le succès de ce média, média de cœur et de passion. Elle est, aussi, un moment de débat sur son évolution, son apport à l'information, à la proximité et au lien social, sans oublier son partenariat avec les artistes et les créateurs. Elle est, enfin, l'opportunité de mettre en avant tous les projets qui démontrent sa capacité à se transformer et à se réinventer, mais aussi à se rassembler et à s'unir – ainsi qu'en témoigne l'application RadioPlayer.

Pour sa part, le Conseil supérieur de l'audiovisuel croit dans le média radio. Aux côtés des opérateurs, il continuera d'accompagner leur développement et poursuivra la modernisation de la diffusion hertzienne. Le déploiement de la radio numérique (DAB+), qui touche déjà près de 30 % des Français, va s'accélérer cette année pour offrir aux auditeurs une offre enrichie et une qualité d'écoute accrue. Le média radio est un média d'avenir, le Conseil en est convaincu.

Bonne fête à toutes et tous !

**Roch-Olivier MAISTRE**

Président du Conseil supérieur de l'audiovisuel





TDF et la radio, c'est une histoire qui dure depuis plus de quarante ans ! C'est donc tout naturellement que TDF a souhaité être partenaire de cet événement visant à célébrer 100 ans de radio et 40 ans de FM. Je salue cette formidable initiative orchestrée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Nous pouvons être fiers de notre histoire ! En 1981, le monopole d'État de la radiodiffusion prenait fin, entraînant avec lui la création de dizaines de stations aux quatre coins de la France. Quarante ans après cette libéralisation des ondes, le paysage radiophonique français propose une grande variété de programmes grâce à un modèle mêlant des radios thématiques ou généralistes, qu'elles soient publiques, privées ou associatives, à vocation locale ou nationale.

Cet événement, c'est également l'occasion de dessiner les perspectives de notre radio de demain, notamment avec le démarrage du DAB+. En la matière, TDF a à cœur d'accompagner ses clients, les éditeurs de programmes, pour répondre au mieux aux enjeux et besoins de couverture radio numérique, partout sur le territoire.

Je me réjouis enfin tout particulièrement de cette initiative qui permet à l'ensemble des acteurs du secteur de mettre unanimement un coup de projecteur sur ce média qui accompagne si bien le quotidien des Français, en particulier en cette période de crise sanitaire. Les confinements successifs ont montré que la télévision et la radio sont plus que jamais indispensables aux Français, pour se divertir, s'informer mais également lutter contre l'isolement.

**Olivier HUART**

Président-directeur général du groupe TDF





À travers l'Europe, le DAB + s'installe comme la principale solution sur laquelle s'appuie le futur de la radiodiffusion - offrant plus de choix aux auditeurs, une meilleure expérience audio et de nouvelles opportunités d'innovation - le tout en s'adossant sur une plateforme gratuite, anonyme et robuste en cas d'urgence.

L'élan derrière le DAB+ est réel, avec des déploiements significatifs récents sur plusieurs régions européennes, une prise de conscience croissante des avantages environnementaux du DAB/DAB+ et, à la suite de l'introduction du Code des communications électroniques européen (EECC), l'obligation d'intégration de la réception de la radio numérique terrestre dans tous les autoradios des véhicules neufs au sein de l'UE.

La prochaine étape majeure pour le DAB+ en Europe sera le lancement de services nationaux en France d'ici à l'automne 2021, avec deux allotissements totalisant 25 services DAB+ nationaux – en commençant par la couverture de l'autoroute Paris-Lyon-Marseille.

Le succès ininterrompu du DAB+ repose sur la coopération et la collaboration entre les radios et les parties prenantes, à la fois sur les marchés nationaux et au-delà avec des partenaires internationaux - la Fête de la Radio est la démonstration que les diffuseurs en France coopèrent pour maintenir la radio au premier plan ; le succès du DAB+ en France profitera largement d'un partenariat comparable de l'industrie.

**Patrick HANNON**  
Président du WorldDAB



towerCast et la radio, une passion commune

Qui l'eût cru ? 100 ans après la première diffusion depuis la Tour Eiffel, la radio est aujourd'hui le média préféré des Français . Ce centenaire est aussi l'occasion de célébrer les 40 ans de la libération de la bande FM en France et l'accélération du déploiement du DAB+.

Dès 1996, towerCast s'est engagé dans le développement de la radio numérique, aujourd'hui appelée DAB+. Cette technologie digitale offre un nouvel horizon au média qu'est la radio, une complémentarité de la bande FM, grâce à une diffusion plus riche, de meilleure qualité et une continuité d'écoute. Opérateur de services reconnu de la diffusion DAB+ depuis 2016, towerCast opère dans de nombreuses agglomérations, et démarrera prochainement l'architecture des réseaux métropolitains, de la tête de réseau à la majorité des diffusions, en passant par le transport satellite.

Le savoir-faire de towerCast a permis de développer des solutions technologiques innovantes, répondant aux exigences des éditeurs et de leurs auditeurs. C'est dans ce sens que nous accompagnons nos clients depuis près de 40 ans, avec la passion d'innover sur l'ensemble de la chaîne de valeurs.

Nous sommes persuadés que la diffusion broadcast restera le principal vecteur d'écoute de la radio. C'est une plateforme gratuite, accessible par tous et ancrée dans les usages. La diffusion de contenus locaux, régionaux et nationaux est un atout pour ce média et une opportunité de perpétuer sa place de favori aux côtés des nouvelles plateformes.

Ensemble, nous continuerons à enrichir ce média incontournable dans la vie des Français.

**Raphaël EYRAUD**  
Président de towerCast





[www.100-ans-de-radio.com](http://www.100-ans-de-radio.com)

100 ans de Radio, site consacré à l'histoire de la radio en France, a été mis en ligne en 1998.

En passionné de ce média, j'en ai suivi l'histoire depuis ses premiers balbutiements à la Tour Eiffel en 1921.

L'évolution technologique a été constante et linéaire. L'évolution de l'expression radiophonique a toujours été le fidèle reflet du visage de notre société. Quant à celle du cadre juridique, elle s'est, tant bien que mal, adaptée à celle de la technologie et à l'aspiration d'une société en mal de liberté d'expression. Censurer, encadrer ou libérer la parole ont été les trois questions posées tout au long de l'histoire de ce média. On est passé d'une radio encadrée avec la cohabitation d'un secteur public et privé dans les années 20 et 30 à une radio contrôlée par l'État des années 40 à 80. Puis, avec le mouvement des radios libres, la parole s'est libérée avant d'être rapidement à nouveau encadrée.

Depuis les années 2000, avec la numérisation des radios et leur développement sur internet, la société est à nouveau confrontée à une multiplication anarchique des radios qui, comme les réseaux sociaux, doivent trouver le juste chemin entre la liberté d'expression et la main mise d'une propagande insidieuse au service de la désinformation.

Comme toujours, la radio reflète notre société mais elle peut aussi être l'outil de son évolution, en bien comme en mal. Les défis qui s'annoncent sont davantage politiques que technologiques.

**Jean-Marc PRINTZ**

Responsable du site 100 ans de Radio





**aefe**  
Agence pour  
l'enseignement français  
à l'étranger

À l'AEFE, l'éducation au média est essentielle. Elle permet de développer l'esprit critique, réfléchir à la liberté d'expression, préparer l'avenir. Elle est une formidable source de créativité et nous constatons l'attrait de la radio sur nos élèves : 525 Jeunes reporters internationaux animent des webradios dans 103 établissements, mettant en œuvre des projets concrets et créant des contenus de qualité. Ils participent à la construction de l'identité de leur établissement pour le faire rayonner au-delà de ses murs, et sont membres d'un réseau mondial qui fait vivre une francophonie pluriculturelle.

La Fête de la radio leur permet d'approfondir leur connaissance des nouveaux formats, mettre en pratique leurs apprentissages et valoriser leurs travaux. Les élèves échangeront avec des professionnels, réaliseront des portraits d'anciens élèves devenus journalistes et nous raconteront leurs villes via un nouveau podcasts. Dans le cadre très difficile de la crise sanitaire que nous vivons depuis un an, nos JRI ont pleinement utilisé la radio pour renforcer les liens dans les communautés scolaires séparées et pour créer de nombreux programmes originaux. Je vous invite à les découvrir sur notre site Internet.

Cette 1<sup>ère</sup> édition créera des vocations, j'en suis sûr, et nous verrons prochainement fleurir de nouvelles webradios diverses et créatives à l'image de nos talentueux élèves.

Je remercie le CSA et vous souhaite une très belle fête de la radio, avec de bonnes ondes des 5 continents.

**Olivier BROCHET**

Directeur de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger





À l'ère numérique, alors que les smartphones et les objets connectés se généralisent aux côtés des récepteurs FM, la radio continue de se distinguer avec originalité et créativité. Podcasts natifs, webradios, déclinaisons TV simultanées, plateforme de distribution commune, autant de possibilités que la radio explore pour entretenir son lien unique avec le public, rendu plus fort encore ces derniers mois.

Pionnières du modèle convergent, les antennes RMC et BFM Business sont au cœur de cette révolution permanente, et signent de véritables succès. Nos matinales radio-TV fédèrent largement sur tous les supports. L'After Foot est le premier podcast de France, avec 8,4 millions d'écoutes. BFM Business crée l'évènement au plus près des entrepreneurs, des TPE/PME et des acteurs économiques. Sur les plateaux, en coulisse et en régie, toutes nos équipes s'engagent pour proposer du direct info et sport, de la proximité, de l'échange, des débats avec la société civile. Ces éléments font la force de nos antennes, et nous rassemblent au quotidien.

Disponible sur la bande FM et sur le digital, appuyée par des synergies média et un modèle publicitaire adapté, la radio a la capacité de relever les prochains défis, qu'il s'agisse de parler à tous les publics, de proposer une offre gratuite et accessible, ou encore de s'adapter aux nouveaux usages d'écoute. À l'occasion de cette grande Fête de la radio, continuons d'innover ensemble, avec passion, pour ce média à part qu'est la radio.

**Alain WEILL**

CEO d'Altice Europe, Président de SFR, Président de NextRadioTV





## Les cinq âges de la radio

La radio a cent ans. Mais, depuis 1921, son histoire n'a pas été linéaire : quatre ruptures technologiques ont successivement libéré de nouveaux usages.

Un émetteur par nation, des tubes à vide, un meuble en guise de récepteur : au cours du premier âge, la radio conquiert les foyers. Un programme unique a donné un nouveau tempo aux communautés nationales, entre divertissement, information – ou propagande. Puis les radios, elles aussi, entrèrent en guerre : Radio Londres contre Radio Paris...

Le deuxième âge de la radio coïncida avec les Trente Glorieuses : le meuble devint « transistor », puis autoradio. Des accords européens sur les fréquences, quelques émetteurs extraterritoriaux : les radios périphériques apparurent, et avec elles le choix des programmes. La radio, désormais média mobile, se lança à la conquête des individus.

La troisième ère, celle de la FM, débuta voici quarante ans : cette technologie dérobée aux militaires permettait une qualité sonore inédite et une variété étourdissante. La couverture se construisait désormais à l'aide de multiples émetteurs : programmes décuplés, décrochages sans limites. La radio devint successivement l'emblème de la rébellion, de la liberté, puis du pluralisme – et créa la régulation.

Trente ans plus tard, la radio entra dans sa quatrième ère, celle du numérique. Elle desserre aujourd'hui l'étreinte du temps (streaming, podcasts...) et multiplie à l'infini les canaux de diffusion : émetteurs, relais mobiles, WiFi, tandis que les terminaux s'intègrent aux portables.

La radio a montré sa capacité à s'emparer des progrès techniques pour impulser l'air du temps et rencontrer son public. C'est aujourd'hui que se prépare le cinquième âge de la radio. Place à l'imagination : quel sera son visage ?

**Gilles BRÉGANT**  
Directeur général de l'ANFR





Pionnière et riche de plus de 2000 podcasts d'auteurs en prise avec les réalités d'aujourd'hui, ARTE Radio est une offre exceptionnelle qui propose fictions et documentaires originaux. Une sélection à écouter sans modération : Bookmakers où des écrivains nous livrent leurs secrets d'écriture.

Après notamment Alice Zeniter, Philippe Jaenada, Delphine de Vigan, Chloé Delaume, Lola Lafon ou Marie Desplechin, rendez-vous avec Pierre Jourde. Tout fout le camp : une brève histoire de la langue des jeunes. Manon Prigent s'appuie sur les trésors des archives audiovisuelles de l'INA pour tendre son micro aux principaux intéressés, avec le renfort de quelques spécialistes du langage.

Transmission qui propose les portraits inspirants des grands acteurs de la pop culture des années 80. Pierre Lescure, Lio, Jacky Berroyer, Brigitte Fontaine, Patrice Leconte, Olivier Cachin... pour ne citer qu'eux.

Vivons heureux avant la fin du monde de Delphine Saltel, un podcast mensuel qui nous fait réfléchir sans déprime pour agir face aux bouleversements de notre monde.

Et bien sûr Un podcast à soi, le podcast phare féministe signé Charlotte Bienaimé, qui après quelques mois d'absence sera de retour début mai.

**Bruno PATINO**  
Président d'ARTE





## centre national de la musique

En 2020, alors que le monde de la musique entrait dans une crise gravissime et sans précédent, Elvis Costello a publié un nouvel album avec un titre quelque peu surprenant : « Radio is Everything ». Pourtant, depuis quelques années, ce média est en perte de vitesse. Les jeunes de la génération Z ne savent pas se servir de l'appareil appelé « radio » et les générations antérieures elles-mêmes plébiscitent l'écoute à la carte, grâce aux podcasts, et la musique via les plateformes de streaming. Les recettes publicitaires se sont effondrées ; pour la première fois depuis très longtemps, des emplois ont été supprimés et des chaînes sont menacées dans leur existence même.

Pourtant, par leur ancrage dans les territoires et par leur capacité à traiter l'information notamment, les radios jouent un rôle fondamental dans notre pays. S'agissant de la musique, la valorisation des jeunes artistes et des oeuvres francophones, contrainte autant qu'opportunités, a produit des effets remarquables, y compris dans les ventes physiques ou les écoutes en ligne.

Les radios doivent être soutenues, y compris dans leurs efforts de mutation vers les nouveaux modes d'écoute – si bien explorés par le service public –, la radio numérique terrestre, la mise en valeur des données. Le Centre national de la musique, né en 2020, a pour mission de soutenir l'ensemble de la filière musicale, de l'écriture et la composition jusqu'à la diffusion sous toutes ses formes, ainsi que l'innovation. C'est dire que, pour l'ensemble des radios, le CNM est désormais un partenaire prêt à mobiliser ses capacités d'observation, d'analyse et d'intelligence collective. À toutes et à tous, je souhaite une très belle Fête de la radio, résolument tournée vers l'avenir.

**Jean-Philippe THIELLAY**

Président du Centre national de la musique





Regarder le passé pour mieux travailler le présent et envisager l'avenir.

Le CHAR/ Collège d'histoire et d'analyse de la radiodiffusion se doit de prendre toute sa part, aujourd'hui, dans cette célébration, aux côtés de l'État, des regroupements radiophoniques affinitaires, etc. Note éthique : le respect des faits et des personnes, en instruisant à charge et à décharge-. Une vigilance, : le respect des faits traités.

L'accent est porté sur les évènements, les institutions et les entreprises; mais aussi sur les femmes et hommes-entrepreneurs, managers, producteurs, réalisateurs, animateurs, techniciens, etc.- ayant marqué ceux-ci (mise en place de portraits, face à face, itinéraires, etc.).

L'ensemble de la publication éditoriale passera par notre site internet ([www.char.radio](http://www.char.radio)). L'abonnement sera la règle. La page facebook, déjà existante, permettra d'amorcer l'intérêt des lectrices et lecteurs, avant de se porter sur le site.

Par ailleurs, nous allons lancer, à l'automne, les « Prix du CHAR », avec constitution de « jurys de référence », venant de la recherche scientifique et du monde du spectacle, de la littérature), etc. La remise des prix s'effectuera à Paris et dans les grandes métropoles régionales. Deux journées d'études sont également prévues (40 et 100 ans...).

Le moteur de la réussite est en nous, mobilisés dans le souvenir de nos aînés et de leurs actions ou oeuvres, Notre volonté : faire vivre, par le passé, le média qui nous rassemble, dans toutes ses composantes, dans le souvenir de ses heures de gloire, source de sa vitalité présente.

Car nous sommes convaincus, comme jadis Marcel Bleustein-Blanchet, que "sans la Radio, la vie serait muette".

**Jean-Michel SAUVAGE**  
Président du CHAR





Le centre pour l'éducation  
aux médias et à l'information

Le CLEMI et la radio partagent quarante années de passions autour des grands enjeux citoyens de la jeunesse et de la liberté d'expression. Quarante années de projets et d'actions pédagogiques menés entre les enseignants et les acteurs de la radio dans toute leur diversité.

Quarante années d'expériences radiophoniques vécues par des générations d'élèves dans les écoles, les collèges, les lycées, dans tous les lieux et dans tous les temps de l'éducation populaire. Quarante années d'innovations technologiques un siècle durant et au fil d'une révolution numérique qui voit les usages changer radicalement et les modes d'expression se démultiplier, des premières radios en milieu scolaire aux webradios qui se démultiplient partout en France et ailleurs.

La radio et l'école, l'école et la radio, cela fonctionne parfaitement bien ensemble pour que porte la voix des nouvelles générations, pour leur permettre de se former en citoyens libres, éclairés, actifs, pour les accompagner dans l'acquisition de connaissances et de compétences transversales plus que jamais essentielles.

Pour toutes ces raisons, le CLEMI a d'emblée pris le parti de s'engager dans cette Fête de la Radio en mobilisant ses réseaux partenaires et académiques, en en faisant une composante de la Semaine de la presse et des médias dans l'École ainsi que de son concours des médias scolaires Médiatiks.

Que vive la Fête de la Radio !

**Serge BARBET**

Directeur du CLEMI (Centre pour l'éducation aux médias et à l'information)





Alors que nous célébrons cette année les 40 ans de la libération de la bande FM, n'oublions pas les luttes des pionniers qui, à force de multiples combats, ont imposé leur vision novatrice, et toujours d'actualité, de donner la parole à ceux qui, trop souvent, ne l'ont pas.

Faire vivre les territoires, défendre toutes les diversités, être un véritable acteur de proximité, finalement, les objectifs premiers, qui ont motivé cette soif de liberté, sont aussi ceux de demain dans un monde où, dans nos sociétés, et malgré la multiplication des canaux de communication, l'individualisme prévaut.

La radio associative est un lien. Elle l'a prouvé par le passé, elle le démontre aujourd'hui en cette période si particulière et devra le confirmer dans le futur en n'oubliant pas les valeurs qui l'ont fondée.

Dans un contexte de concentration extrême des médias, les radios associatives, en restant indépendantes, permettront aux auditeurs de forger leur citoyenneté en leur apportant une information honnête et plurielle sans censure de groupes de pression, quels qu'ils soient.

Depuis son origine, la radio associative s'est voulue novatrice. De concepts d'émissions originales aux créations sonores, en passant par l'expression libre de toutes et tous, elle a su répondre aux évolutions des attentes radiophoniques des auditeurs.

De grands défis nous attendent, dans un contexte de révolutions technologiques et d'évolutions de l'écoute, gageons que nos radios sauront les relever !

**Jean- Yves BRETEAU**  
**Farid BOULACEL**  
**Jean-Marc COURRÈGES-CÉNAC**  
Co-présidents de la CNRA





Ici, on aime la radio

Depuis près de 20 ans, les Editions HF accompagnent les professionnels de la radio et de l'audio digital. Flux d'informations quotidiennes, magazines, livres, événements... nous intervenons dans toutes les directions pour soutenir l'industrie et encourager l'émergence d'initiatives.

Deux magazines mettent en avant celles et ceux qui fabriquent la radio et promeuvent l'audio digital : le mensuel La Lettre Pro de la Radio et le bimestriel LePOD. S'ajoutent des sites d'actualités ainsi que la création de plusieurs événements fédérateurs : le Paris Radio Show (déplacé en 2022) et, durant la saison, plusieurs étapes du RadioTour à la rencontre des professionnels au coeur des territoires, de Lille à Marseille, de Nancy à Rennes et de Lyon à Bordeaux sans oublier nos événements virtuels Radio Week et nos OuiLoveAudio Awards.

Cette année 2021 marque trois anniversaires que nous valorisons et que nous promouvons, tant auprès des professionnels que du grand public, dans le but de soutenir encore davantage les acteurs du marché : les 40 de la libération de la FM, les 100 ans de la radio et les 20 ans d'Editions HF. Trois anniversaires qui prouvent la longévité et la résistance de notre média ; un média auxquels les Français expriment, d'une année sur l'autre, la plus grande confiance.

Cette saison encore, la radio fait partie du quotidien de plus de 40 millions de Français. Un média accessible facilement et techniquement, gratuit et anonyme. Le DAB+, l'arrivée de nouveaux opérateurs, l'émulation dans le secteur de l'audio digital... laissent présager de beaux jours durant le siècle à venir !

**Philippe CHAPOT et BRULHATOUR**  
Associés Editions HF





Chaque jour, plus de 40 millions de Français écoutent la radio pour la musique, pour se divertir, pour s'informer, pour être connectés aux autres.

Depuis toujours, la radio est un média d'instantanéité et de proximité et grâce à la multiplicité des moyens qui permettent son écoute, la radio n'a jamais été aussi présente dans la vie des français.

Le média radio répond aux exigences de liberté, d'interactivité et de mobilité. L'avenir des radios passe par la reprise du contrôle de leurs contenus et de leurs modes de diffusion.

Espace Group a défendu dès 2006 le déploiement du DAB+ en France. M Radio a obtenu une fréquence métropolitaine ; Générations, JAZZ Radio et Virage vont être présentes dans toutes les grandes villes françaises. Avec le DAB+ la radio numérise ses contenus et propose une qualité audio optimale à ses auditeurs.

Espace Group est le 1er groupe indépendant en France sur l'Audio Digital avec 180 webradios thématiques pour satisfaire les attentes des auditeurs et 12 millions de sessions actives mensuelles.

Il faut transformer le média radio pour l'amener vers un media digital global en étant présent sur les réseaux sociaux, enceintes connectées, DAB+, applications, podcasts...

Espace Group s'est adapté aux nouveaux modes de consommation avec des programmations musicales ciblées (100% chansons françaises sur M Radio, Jazz & Soul sur JAZZ Radio), une proximité de ses radios avec les acteurs locaux et régionaux et une diversification de sa diffusion.

**Christophe MAHÉ**

Président-directeur général d'Espace Group





# FAR

La radio FM a 50 ans. 50 ans d'évolution constante chaque jour et ça continue aujourd'hui. Ceux qui étaient là depuis le début, se rappellent de l'époque où les émissions s'arrêtaient le soir ou la diffusion d'un même programme se faisait en boucle. C'était la période des vinyles qui ne duraient pas longtemps, des magnétophones qui duraient un peu plus longtemps.

Viennent ensuite les cassettes d'une durée de 120 minutes, qu'on mettait en lecture lente pour durer 240 minutes. On utilisait aussi des magnétoscopes en lecture audio et avec des cassettes de 240 minutes en lecture lente, on avait alors 480 minutes. N'oublions pas les DAT mais qui duraient moins longtemps. Les lecteurs de cassettes ou cd avec des cartoucheurs qui permettaient de durer plus longtemps.

Arrivent ensuite le temps des ordinateurs avec des disques durs de petite et ensuite de grande capacité. Cela nous permet d'avoir aujourd'hui des émissions 24H/24H. Des logiciels radios qui permettent actuellement d'inclure des interventions vocales comme si l'animateur était sur place. Faire enfin des programmations sur de longues durées. On se rappelle de l'époque où l'antenne se situait sur studio où à côté. C'était avant l'arrivée des faisceaux qui permettent d'installer cette belle antenne dans un endroit qui favorisait une meilleure couverture. Au début de la FM, la majorité des radios diffusaient que de la musique avec ces fameuses dédicaces.

Au fil des années, on a eu des radios thématiques, culturelles, culturelles, scolaires etc. Des sujets divers pour tout type de public sont abordée, santé, environnement, culture, l'éducation et autres. La radio FM devient une plate-forme de rencontre, d'échange, de vie sociale et de communication. Communication des collectivités, des associations ou des auditeurs avec des sujets qui conviennent mieux à la radio FM de proximité. Radio FM ou Dab+ doit continuer à apporter cette diversité de programmes qu'on ne trouve pas ailleurs, pour un public divers de proximité tout veillant au respect des conventions par les radios autorisées à émettre.

Les radios de la FAR ont participé à cette belle histoire de la FM et elle est présente pour construire les radios de demain.

**Yann HAN MIOW FAH**

Président du F.A.R (Fédération des radios Associatives de la Réunion)





**FEDERAM**

La Martinique est un territoire empreint d'oralité et constitué d'une population férue de médias.

La radio a toujours occupé une place particulière dans notre vie quotidienne. L'arrivée d'internet et des réseaux sociaux a modifié les usages des plus jeunes, mais elle demeure encore le média le plus écouté et le plus proche de la vie des martiniquais.

C'est une initiative privée qui lança la première radio de l'île en 1937, « Radio Martinique ». En 1946, elle sera nationalisée. L'interdiction d'installer des émetteurs sur le territoire français obligera les radios privées à s'installer sur certaines îles anglaises avec des programmes essentiellement conçus pour la Martinique.

L'arrivée des radios libres constituera un véritable marqueur culturel et identitaire.

Au début des années 80, 35 radios libres seront recensées sur la bande FM. Le Média Radio connaîtra ses plus belles années. Les martiniquais découvriront des animateurs talentueux, avides de transmettre, de partager et de former les plus jeunes. La naissance du Zouk accompagnera ce grand mouvement d'expression culturelle.

Depuis décembre 2006, les radios de catégorie A de la Martinique se sont regroupées pour partager moyens et expériences, afin de donner une plus large audience à certains programmes communs, au sein de la Fédération des radios de catégorie A de la Martinique (FEDERAM).

Confrontées aujourd'hui aux difficultés relatives à la crise sanitaire de la COVID 19 ; elles font front commun pour traverser cette période particulière en attendant des jours meilleurs.

Amoureux et même Passionnés de la radio, tous les membres de la FEDERAM se joignent à moi et souhaitent à tous une Belle fête de la Radio 2021 !

**Aline DANGLADES**

Présidente de la Fédération des Radios de Catégorie A de Martinique





**FERAROCK**

Depuis 100 ans, la radio accompagne, relate et témoigne des évolutions du monde et demeurant le média de l'intimité.

Les stations de la Féarock proposent depuis 30 ans de découvrir les alternatives musicales et accompagnent la multiplicité des offres culturelles des territoires.

Elles sont aussi des relais de prise de parole peu entendues dans les médias, diffusent des artistes en devenir et des esthétiques exigeantes, découvrent des talents et participent à la mise en valeur des initiatives associatives de proximité, tels que l'organisation de concerts. La prescription musicale s'inscrivant dans leur nature même, elles ne sont pas soumises à loi des algorithmes ni aux diktats des modes.

À l'heure des podcasts et du déploiement du DAB +, les stations FM de la Féarock constituent des laboratoires d'innovation sociale en ouvrant leurs locaux aux personnes éloignées du chant culturel ou médiatique et en proposant des ateliers dans les quartiers urbains ou en zone rurale, elles participent grandement à l'égalité des chances. Par leur militance associative, elles ont réussi à imposer leur présence et leur différence de ton en face des réseaux de radios à but commercial.

Premiers diffuseurs d'artistes français s'exprimant en Anglais, elles diffusent des voix dans des langues de tous les continents et dans des langues régionales sans jamais tomber dans le folklorisme, la qualité musicale constituant l'argument principal.

La Féarock fédère l'alternative .

**Marcus MITHOUARD**  
Président de Féarock





Les Iles de GUADELOUPE : Quand le Média radio a toujours facilité l'échange et la proximité. L'oralité de nos sociétés antillaises s'est traduite tout naturellement dans le média radio. Le monopole d'état n'a pas toujours permis à la population, de se retrouver et de s'identifier par ce vecteur.

L'unique radio d'état, pratiquait la censure jusqu'en 1981. Toutefois, les radios périphériques et libres ont permis l'émergence de plusieurs courants d'idées avant la chute de ce monopole. 1981 fut l'année d'une vraie révolution dans le Paysage Audiovisuel Guadeloupéen (PAG). La libération des ondes, par la FM favorisa une immersion et un bouillonnement culturels sans précédent.

La multiplicité des radios FM, faciles à monter a généré des vocations et une diffusion à l'image de nous-mêmes: musiques, connaissance de notre archipel, proximité, et accès à tous par un maillage serré du territoire. Une sélection naturelle s'est opérée au fil du temps avec la mise en place ex nihilo d'un nouveau modèle économique.

Une certaine stabilité se dégage actuellement en dépit du contexte difficile. L'informatique et le numérique ont facilité la technique, et la flexibilité des intervenants. Les réseaux sociaux ont changé les habitudes d'écoute du média radio, mais pas le leadership.

En attendant l'arrivée de la radio numérique (DAB), la Fédération des radios associatives (FRAG) s'organise pour permettre à tous ses membres de faire face à ce changement.

La radio associative reste à ce jour une passion, un outil de proximité et de cohésion sociale. Que la Fête de la Radio 2021 soit une totale réussite !

**Ruddy CORNELIE**

Vice-Président de la FRAG, Délégué Régional SNRL Antilles





FRANCE  
MÉDIAS  
MONDE

Souffler 100 bougies pour les 100 ans de la radio, fêter 40 ans de FM et célébrer le lancement national du DAB+ : la radio méritait bien une fête en 2021 !

C'est avec enthousiasme que RFI et Monte Carlo Doualiya, les deux radios internationales du groupe France Médias Monde, se joignent à toutes les stations de France pour marquer cet événement. Le média radio se raconte à travers elles sous tous les angles : Elles en sont d'abord des actrices historiques : RFI trouve ses origines en 1931, tandis que MCD est née 10 ans avant la bande FM.

Elles l'inscrivent au présent à travers tous ses modes de diffusion, pour se rendre accessibles sur tous les continents : ondes courtes, satellite, câble, FM, DAB+, sans oublier les univers numériques à travers sites, applications mobiles, réseaux sociaux et plateformes de podcasts, mais aussi de vidéo !

Leurs auditrices, auditeurs et internautes se comptent par dizaines de millions, en français, en arabe et en 15 autres langues.

Pour autant elles cultivent ce qui fait le sel de la radio : une voix familière, qui entre dans l'intimité. La crise pandémique l'a rappelé : plus que jamais, la radio est venue rompre l'isolement, informer les populations au plus près de leur quotidien, répondre aux questions de ses auditrices et auditeurs, instruire les plus jeunes, quand les écoles ont fermé, et les distraire bien sûr. La radio est le média auquel chacune et chacun a accès, gratuitement, où qu'on se trouve sur la planète.

Je me réjouis que RFI et MCD, qui embarquent avec elle leur chaîne soeur France 24, soient au rendez-vous de cette « fête nationale ». Aux côtés de nos partenaires publics, privés ou associatifs, mais aussi à travers le monde, avec celles et ceux qui nous écoutent et qui nous parlent chaque jour, nous « vibrerons en temps universel ».

Bonne fête de la radio !

**Marie-Christine SARAGOSSE**  
Présidente-directrice générale de France Médias Monde





# france•tv

Accessible partout et à toute heure, la radio occupe une place à part dans la vie des Français. Leur attachement à ce média, créateur de lien et d'échange, ne s'est jamais démenti. Si France Télévisions est bien sûr avant tout un éditeur de télévision, la radio joue un rôle majeur dans la transformation du Groupe en média global.

En Outre-mer, nos stations locales La 1ère, qui rassemblent chaque jour près de 500 000 auditeurs sur tous les territoires, produisent et diffusent des contenus en parfaite complémentarité avec nos offres télé et numérique. La puissance de nos antennes ultramarines est très certainement liée à cette capacité à toucher tous les publics, dans tous les formats : du poste de radio à l'écran de télévision, d'ordinateur ou de téléphone.

En tant que média de service public, notre responsabilité est de nous adresser à tous, et donc à un public qui rassemble auditeurs, téléspectateurs et internautes autour d'attentes communes. Il est donc indispensable de tirer parti de la puissance de chaque média en unissant nos forces à celles de nos partenaires de l'audiovisuel public, comme nous le faisons sur franceinfo ou dans les matinales communes France 3-France Bleu que nous continuons à déployer dans tout le pays.

C'est un réel plaisir de mettre à l'honneur, à l'occasion de ce nouveau rendez-vous qu'est la Fête de la radio, l'engagement de celles et ceux qui, chaque jour, font vivre ce média essentiel proche de tous les Français.

**Delphine ERNOTTE-CUNCI**

Présidente-directrice générale de France Télévisions





les éditeurs  
de contenus  
et services  
en ligne

# GESTE

Nouvel engouement des médias pour l'audio, nouvelles offres, essor de la consommation sur mobile..., les mutations de l'audio digital ont été particulièrement importantes ces dernières années et les éditeurs en ligne ont su s'adapter à ces nouveaux modes de consommation. Nombreux sont ceux qui se sont lancés dans la production de podcasts natifs.

Ce support dispose de plusieurs atouts :

- Un ADN axé sur le contenu, donc infiniment proche de celui des éditeurs ;
- Une audience jeune et active, contribuant au rajeunissement d'une marque média en ras-semblant une part importante de 18-35 ans, orientés CSP+ ;
- Un engagement fort, via des durées d'écoute, permet de rivaliser sur le temps d'attention avec les réseaux sociaux ;
- Un espace créatif considérable : les médias et les journalistes retrouvent une liberté de création forte. Ils peuvent ainsi s'exprimer via un format natif, sans limite, et s'adresser ainsi à de nouvelles communautés ;
- Un mode de consommation entièrement délinéarisé, complémentaire de celui d'un média plus traditionnel. Le podcast se rapproche plutôt des séries ou de la musique, tant au niveau de sa conception (ambiances sonores, réalisation...) que de sa multi-distribution via les sites et les plateformes, au sein d'univers exclusifs ou non ;
- Enfin, il reste un média accessible financièrement, dont les axes de monétisation sont très pertinents. La consommation de podcasts se développant, la demande des marques est de plus en plus forte.

Le GESTE en est convaincu, il ne s'agit pas ici d'un effet de mode, ce nouveau canal de consommation va s'inscrire dans le temps.

**Bertrand GIÉ**

Président du GESTE et Directeur du pôle news, Groupe Figaro





Gardien du patrimoine audiovisuel français, l'INA s'est affirmé en quelques années comme le média patrimonial du service public, accompagnateur quotidien de nos concitoyens dans la compréhension du présent et le décryptage d'un flux médiatique devenu incessant. Un média à part, ancré dans le temps long et la mémoire, soucieux de transmettre à la jeunesse les savoirs et les savoir-faire dont il est le dépositaire.

Aujourd'hui, ce sont près de 80 ans de la mémoire radiophonique française que l'INA conjugue au présent, pour toutes les générations : fictions, musique, documentaires, entretiens, portraits, journaux et désormais podcasts, tels « Les nuits du bout des ondes », véritable lettre d'amour à l'univers de la radio de nuit ou « Cherchez le Daron » qui vient de remporter la mention spéciale du jury au Festival Longueurs d'ondes.

Ce fonds incomparable est une matière vivante, qui s'est ainsi réincarnée en 2020 dans de nouvelles exclusivités vinyles éditées en partenariat avec Diggers Factory, tel Serge Gainsbourg à la Maison de la Radio en 1964 et 1966, mais aussi grâce à la restauration HD et la remastérisation de 250 heures d'émissions de jazz ou de musique classique mythiques mises à disposition des radios et dont France Musique s'est notamment saisie l'an dernier en diffusant dans « Les légendes du jazz » plus de 90 heures de concerts restaurés en HD. Parallèlement, l'Institut se prépare à la captation du DAB+, le nouveau mode de diffusion hertzienne de la radio.

Pour cette première édition de la fête de la radio, l'INA a choisi une programmation originale, qui permettra à toutes et tous de célébrer 100 ans de radiophonie française : débats, émissions en direct, archives rares rééditées, mais aussi une série web, « Bonnes ondes », créée et produite pour l'occasion, une histoire de la radio au prisme de ses petits et de ses grands moments qui sera partagée avec toutes les radios qui le souhaitent.

Longue vie à la radio !

**Laurent VALLET**  
Président de l'INA





Lagardère  
NEWS

Europe 1



L'attachement des français à la radio n'est plus à démontrer : ils sont chaque jour 42 millions à écouter ce média désormais centenaire. Grâce à sa dimension audio qui fait toute sa spécificité, la radio instaure naturellement une relation de proximité et de confiance avec l'auditeur.

Plus que jamais, les français ressentent ce besoin d'une information claire, complète mais surtout fiable sur le monde qui les entoure. Ils ont confiance dans l'information que nous leur délivrons – la radio est le média dans lequel ils ont le plus confiance.

Pour cela, nos radios ne cessent de se réinventer et d'innover afin d'accompagner nos auditeurs à travers des programmes riches, pluralistes et uniques. Ainsi, nous leur offrons quotidiennement des témoignages de femmes et d'hommes exceptionnels, à leur image. Les nombreux experts de la société civile font entendre leur voix pour apporter à nos auditeurs des points de vue sans cesse renouvelés. Nos radios sont ainsi des lieux de débats passionnants et d'analyses approfondies sur tous les sujets d'actualité qui traversent la société.

Nous savons également pouvoir compter sur de fortes personnalités et sur les artistes pour répondre à l'appétence toujours plus forte de nos auditeurs pour les programmes de divertissement et de musique et alléger ces temps difficiles.

Malgré la multiplication des modes de diffusion, voilà maintenant 40 ans que nos programmes résonnent librement en hertzien aux quatre coins de la France, qu'ils contribuent au développement de l'opinion de chacun et permettent d'imaginer demain plus sereinement. Quelle résilience, quelle fierté !

**Constance BENQUÉ**

Présidente de Lagardère News (Europe 1, RFM, Virgin Radio)



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture

La Semaine  
du Son de  
l'UNESCO



Heureuse 1<sup>ère</sup> Fête de la Radio !

La Semaine du Son de l'UNESCO, qui vient de réaliser sa 18<sup>ème</sup> édition, parrainée par Natalie Dessay et Ibrahim Maalouf, est particulièrement fière de participer à cet événement.

Après une année de crise sanitaire où la radio a servi aussi bien de lien social, d'outil d'information, de vecteur de découverte de son et de musique, que d'ami qui nous a fait du bien lorsque nous étions sédentaires obligés. Celle-ci nous accompagne en toute circonstance.

Quand on pense radio, on pense gratitude.

Ce que nous, les passionnés du Son, de l'Innovation et de la Création apprécions le plus dans la Radio, c'est qu'elle ne cesse de se réinventer à travers le temps. Le son mono, puis stéréo, 3D, binaural ou les Podcasts constituent des progrès que la Radio contribue à faire découvrir au plus grand nombre.

Nous espérons que le Son Radio sera toujours plus qualitatif, moins compressé et plus confortable pour nos oreilles, quel que soit le lieu d'écoute, en déplacement ou, bien installé.

La technologie a fait évoluer le monde du sonore. Ces dernières années comme jamais, la créativité foisonnante de nouveaux talents du Podcasts, apporte une autre écriture et des témoignages différents.

Si l'Intelligence Artificielle va permettre aux voix de synthèses de nous accompagner dans la vie quotidienne, nous sommes persuadés que rien ne remplacera les talents des femmes et des hommes qui font vivre avec brio les antennes.

**Claude-Yves ROBIN**

Vice-président de La Semaine du Son





La tour Eiffel est fière de s'associer au 10<sup>ème</sup> anniversaire de la radio, media avec lequel elle entretient par essence un lien très fort. On ne saurait en effet raconter l'histoire de l'une sans faire écho à l'autre.

A ses débuts, Gustave Eiffel tira profit de la hauteur de la Tour pour la doter d'une utilité scientifique et la sauver du démantèlement. Des prémices de la télétransmission sans fil (TSF) grâce à l'ingénieur Eugène Ducretet, aux expériences menées par le Général Ferrié qui réussit à émettre un signal radio à 6 000 km de portée en 1908 en passant par la naissance de Radio Tour Eiffel en 1921, leur histoire est intimement liée.

Aujourd'hui encore, l'aventure continue. Avec 48 panneaux d'antennes installés à 324 mètres, le monument abrite des installations stratégiques et reste le principal moyen de diffusion de la radio et de la télévision numériques en Île-de-France dans un rayon de 80 km. Il nous a donc paru évident de nous associer à cette célébration.

Tournée vers l'avenir, la Dame de fer s'engage dans le développement de nouvelles technologies. Aux côtés d'autres acteurs, elle participe aux réflexions menées autour des mutations de ce media accessible et universel, à l'image de la Tour. L'essor de la technologie numérique « DAB+ » en est le parfait exemple. Gageons que l'histoire n'a pas fini de s'écrire...

**Jean-François MARTINS**

Président de la Société d'Exploitation de la Tour Eiffel (SETE)



## Faire grandir un organisme vivant

Cet anniversaire permet de se rappeler pourquoi nous faisons de la radio et pourquoi 40 millions de personnes nous écoutent tous les jours. La radio est un média, mais c'est surtout un organisme vivant. Nous devons préserver la raison d'être de la radio, se concentrer sur ce qui en fait sa pertinence depuis toujours : l'humanité. Je ne crois pas à des programmes entièrement assemblés par des algorithmes. Nous devons avoir conscience que la valeur ajoutée de la radio est portée par des femmes et des hommes qui y impriment chaque jour leurs questions, leurs coups de cœurs, leurs découvertes, ou parfois même, leurs combats. Qu'il s'agisse de distraire ou d'informer, la raison d'être de la radio, c'est d'abord cette énergie vitale qui l'anime.

La radio doit trouver sa révolution ailleurs : dans son propre environnement technologique. L'univers digital est davantage qu'une technologie, c'est un concept qui libère, accélère les idées, et permet de nous adapter aux évolutions de consommation.

Le point essentiel qui nous différencie en tant que groupement de radios indépendantes, et qui sera peut-être un des atouts les plus importants à valoriser pour le média radio, est notre capacité à penser ensemble. Nos actions doivent comporter une dimension d'intérêt général, nous devons avoir la conscience d'appartenir à un collectif. Sans nier la compétition, le chacun pour soi est une erreur, il faut créer ensemble les conditions favorables au développement de l'écosystème de la radio.

**Jean-Éric VALLI**  
Président des Indés Radios





# LONGUEUR D'ONDES

En 2003, le Festival de la radio et de l'écoute Longueur d'ondes voyait le jour à Brest, 1<sup>ère</sup> édition d'une manifestation qui demeure unique en son genre. Aujourd'hui, le festival est devenu un rendez-vous incontournable pour les amoureux et les professionnels de la radio (près de 20 000 entrées en février 2020).

En 18 ans d'existence, Longueur d'ondes a été le témoin de la transformation de la radio, média préféré des Français. Soucieux d'accompagner les évolutions en cours en portant un éclairage sur les innovations, nous avons toujours souhaité mettre en avant l'histoire de la radio et sa créativité, ce qui fait intrinsèquement sa contemporanéité. Si l'audio à la demande ou « podcast » a représenté un tournant, – un renouvellement des formes, des formats, des modes d'expression, des écritures, et de l'accessibilité aux contenus, notamment pour les plus jeunes d'entre nous –, la radio demeure le média de l'intime qui fait la part belle à la parole et à l'écoute et englobe, ce faisant, les liens magnifiquement fantomatiques entre des sons, des voix, des mots, des mises en ondes et celles et ceux qui en sont les innombrables récepteurs.

À Longueur d'ondes, la proximité du média radiophonique avec les auditeurs est un élément cardinal. À l'échelle du Finistère, nous développons la webradio Oufipo qui vient de fêter le 1<sup>er</sup> avril 2021 ses 10 ans, et sensibilisons les publics à la radio en proposant des ateliers de pratique. Aujourd'hui, plus que jamais, l'éducation à l'écoute des univers radiophoniques dans leur magnifique pluralité nous semble essentielle en tant que ferment de la cohésion sociale et de l'expression citoyenne.

La radio est un média accessible, dynamique et réactif, profondément démocratique, l'association Longueur d'ondes est heureuse de s'en faire la chambre d'écho à et depuis Brest !

**Laurent LE GALL**

Président de l'association Longueur d'ondes





La radio s'est construite sur un paradoxe : à la fois média de l'intime et écoutée chaque jour par 40 millions d'auditeurs. Cette dualité qui conjugue diffusion de masse et relation de proximité continue d'être une force exceptionnelle. Un lien fort, qui rythme la journée des français au plus près de leur quotidien depuis près de 100 ans.

Pourtant, la radio n'a cessé d'évoluer et de s'adapter dans son offre et sa manière d'être consommée. Il y a 40 ans, l'arrivée de la FM permettait une formidable explosion des propositions pour mieux répondre aux attentes des auditeurs. Depuis quelques années, le digital régénère la radio en amplifiant ses atouts originels : mobilité et agilité. Désormais embarquée dans les téléphones portables, elle est plus que jamais disponible partout, tout le temps, sur tous supports. Grâce au digital, le lien radio-auditeurs évolue. Historiquement descendante, la relation est désormais également ascendante. Le lien personnel s'intensifie via les applications radios offrant à chacun la possibilité de réécouter un programme, de le partager avec sa communauté, d'écouter des contenus digitaux ciblés ou d'interagir directement avec les animateurs via les réseaux sociaux.

Cette révolution digitale bouscule le secteur en suscitant de belles initiatives.

C'est le cas de Radioplayer, une application qui fédère la grande majorité des radios françaises (peut-être à terme la totalité) et permet aux acteurs de se réapproprier la maîtrise de leur diffusion. L'enjeu est de taille : là où la protection du signal et son contrôle par l'éditeur sont la norme admise dans le monde de la télévision, pourquoi en serait-il différemment dans celui de la radio ?

Dans l'ombre de l'explosion de la vidéo au début de la révolution digitale, l'audio prend désormais sa revanche, permettant à la radio de vivre un nouvel âge d'or.

**Régis RAVANAS**

Directeur général des activités audios du groupe M6





**MEDIAMEETING**

La radio a 100 ans... Quel âge magnifique ! Ainsi, ce média essentiel, plein de sens et d'humanité, traverse le temps. Et pourtant, la radio a dû s'adapter souvent, profondément. 100 fois, elle franchit des étapes technologiques pour passer de l'analogique au numérique. 100 fois, elle changea tout, de la diffusion à la réception. 100 fois, elle repensa ses contenus avec une explosion de formats, d'émissions, de programmes innovants. 100 fois, la radio se repensa entièrement et chaque fois, les auditeurs la suivirent. Et 100 ans après, elle enchante encore chaque jour, 8 français sur 10.

Le second siècle de la radio démarre dans un contexte particulier. Le monde change et ce nouveau monde offre à l'audio, de merveilleuses opportunités : le web s'oralise, les podcasts explosent, les sms et applis prennent voix. C'est le moment de l'oral digital. C'est le moment de déployer les émetteurs DAB + en France. Ainsi, après avoir intégré le numérique dans la conception des programmes, la diffusion se numérise et va séduire de nouveaux publics attirés par les données associées et la simplicité d'écoute. Mais le numérique hertzien va surtout garantir aux opérateurs radio d'être indépendants des grandes structures mondiales qui contrôlent désormais le web. La radio peut bien sûr s'écouter en IP mais cela crée un intermédiaire entre l'opérateur et l'auditeur, un intermédiaire puissant qui a le droit de vie ou de mort sur les programmes qu'il diffuse. Il est donc essentiel que tous les opérateurs participent au développement de la radio numérique terrestre. Elle sera la seule garante d'une radio indépendante et respectueuse de l'anonymat de ses auditeurs.

Ainsi va la radio ; 100 ans après, dans ce monde qui change, elle accompagne chaque jour les nouvelles libertés. La radio ne s'arrête pas, elle se diffuse et se propage. Prenons soin d'elle pour que cela continue longtemps ...

**Frédéric COURTINE**

Directeur général, associé fondateur, Groupe Mediameting

**Anne-Marie de COUVREUR**

Présidente, associée fondatrice, Groupe Mediameting





On fête cette année les 40 ans du début des radios libres. Cette incroyable aventure, qui a été celle du Groupe NRJ, est passée en un éclair, avancée après avancée, conquête après conquête : libéralisation des ondes, jusqu'alors réservées au service public et aux radios périphériques historiques, émergence des radios musicales, autorisation de se financer par la publicité, développement des réseaux, amélioration du confort d'écoute...

Cette histoire de liberté est celle qui permet aujourd'hui à la France de disposer d'un paysage radiophonique unique dans sa richesse et sa diversité. Partout en France, de très nombreux opérateurs sont au plus près des auditeurs. La radio a ceci d'unique, à l'inverse des plateformes de streaming, qu'elle est un véritable compagnon, qui apporte à ses auditeurs une proximité, une chaleur, l'humanité et un lien de confiance unique.

Ces atouts permettent de réunir quotidiennement plus de 42 millions de Français, audience qui affiche une stabilité insolente depuis la 1<sup>ère</sup> saison radio sondée par l'étude 126.000 il y a près de 20 ans.

La révolution digitale, qui permet à plus de 7,8 millions de Français d'écouter la radio chaque jour sur des supports numériques, rencontre l'esprit d'innovation de la radio, et permet à notre média de se réinventer sans cesse, en accompagnant l'auditeur partout à tout moment : radios digitales, podcasts replay ou natifs, nouveaux modes de diffusion, nouveaux vecteurs d'écoute, enceintes connectées, de nouvelles aventures passionnantes sont engagées.

Bonne fête à la radio !

**Jean-Paul BAUDECROUX**  
Président-directeur général de NRJ Group





S'il est bien une invention un peu démodée dont la crise sanitaire a contribué à restaurer les lettres de noblesse, c'est bien la radio : peut-être n'a-t-on jamais eu autant besoin de cette « possibilité de rêve éveillé », comme la nommait Gaston Bachelard, qu'en ces « temps troublés », comme l'on dit désormais, où l'évasion devient un luxe, où l'ordinaire morose une prison.

« Troisième colonne » du système radiophonique, parfois un peu oubliée de ses consœurs publiques et privées, la radio associative a montré qu'elle avait, peut-être plus que jamais, une carte à jouer dans l'univers du média radiophonique. Par nature, elle se trouve au plus près de ses auditrices et auditeurs, elle crée un lien immédiat entre ceux qui produisent la radio et ceux qui l'écoutent, et s'efforce de brouiller la frontière entre initiés et profanes.

Créer un lien de terrain, ouvrir grand ses ondes et son antenne à celles et ceux qui ont quelque chose à dire, mais qu'on n'entend pas forcément ailleurs, est une mission que Radio Campus Paris s'efforce de remplir tous les jours, avec ses quelque trois cents bénévoles et ses huit permanents.

La radio (associative) a de beaux jours devant elle si elle reste fidèle à sa mission et n'oublie pas que voir loin n'implique pas de rester aveugle aux gens du coin de la rue.

**Hugo PASSARD**  
Président de Radio Campus Paris





## Contenus singuliers, canaux pluriels

Avec la crise sanitaire qui a bousculé la vie de chacun d'entre nous, la radio - dont nous célébrons les 100 ans cette semaine grâce au CSA - a joué son rôle fondamental de média d'information, de divertissement et de proximité. Elle est un lien, plus précieux que jamais, entre les hommes et les femmes. Chacun chez soi, nous sommes restés, grâce à la radio, présents les uns pour les autres. Dès le début du confinement, en mars 2020, Radio Classique a maintenu toutes ses émissions en direct, et à distance, grâce à des mini-studios installés chez les animateurs.

À distance mais plus proche, Radio Classique s'est, elle aussi, réinventée. La crise a remis en exergue notre mission première : être au cœur du quotidien des gens, au cœur de leur vie, de leur salon, de leur environnement immédiat, en leur apportant l'information mais aussi l'évasion et la réflexion nécessaires face aux bousculements de l'existence. Radio Classique tient sa promesse de rendre « votre journée plus belle. »

La radio est un espace culturel toujours ouvert. Quand les portes des salles de concert se fermaient, la musique classique, la culture et la pensée ont continué de vivre sur nos antennes, et mieux encore, à résister à la pression des images à jet continu. Rôle essentiel que tient la radio depuis toutes ces années ! Et qu'elle continuera de tenir grâce notamment aux nouvelles formes de diffusion. Ma conviction est, en effet, que, loin d'être menacé par les plates-forme de streaming, le média radio continuera à se développer dans les années à venir. Il peut s'appuyer sur deux forces : ses contenus et ses canaux. Les premiers doivent être toujours plus singuliers, les seconds encore plus pluriels.

Radio Classique se réjouit, à cet égard, du lancement de la diffusion en DAB+, à l'initiative du CSA. L'essor de la diffusion numérique viendra résoudre les contraintes d'émission de la bande FM, et répondre aux usages, toujours plus nombreux et mobiles, des auditeurs.

**Pierre LOUETTE**  
Président de Radio Classique





# radiofrance

La radio fête ses 100 ans et pourtant elle n'a jamais été aussi jeune !

Elle s'inscrit pleinement dans l'époque : la radio nous accompagne partout et dans toutes nos activités, elle nous permet de nous informer, d'apprendre, de nous divertir, en gardant les mains libres... Portée par le boom de l'audio, elle a su profondément se renouveler ces dernières années en offrant aux auditeurs le choix des contenus à écouter sur tous les supports numériques.

C'est sa vocation de faciliter la vie et de répondre aux difficultés du présent : en ces temps de distanciation imposée, elle vient dans l'intimité des foyers apporter la chaleur de la voix, elle relie les auditeurs entre eux et sur tout le territoire. Ce moment si particulier que nous vivons montre à quel point les capacités de la radio et des gens qui la font sont infinies.

C'est pourquoi alors même que nous avons indéniablement encore des défis à relever ensemble pour faire valoir la souveraineté de la radio et accompagner les changements qui la traversent, toutes les équipes de Radio France regardent l'avenir avec confiance : la radio n'a pas fini de nous en faire voir pendant les 100 prochaines années !

**Sibyle VEIL**

Présidente-directrice générale de Radio France





RADIO  
**nova**

## NOVA PLUS QUE JAMAIS !

Partout, tout le temps, assis, debout, allongé, que l'on coure ou que l'on marche, la radio et le son sont nos plus fidèles compagnons. La radio est le prolongement amplifié des bruits du monde, de ses rumeurs et de sa musique. Un monde sans frontière, ouvert à toutes les audaces et à tous les lendemains. Aucun média n'a cette souplesse, cette agilité, comme l'on dit aujourd'hui, et cette mobilité. À pied, à cheval, à vélo et en voiture !

La radio, c'est la voix. Proche et lointaine. Une voix qui parle et qui écoute, qui informe et qui chante, qui rit et qui pleure. Révolutionnaire et tempétueuse. Drôle et sarcastique. Combative et rêveuse. À Nova, depuis 40 ans, la radio, c'est le monde, celui des explorateurs, des découvreurs et des défricheurs. De musiques, de talents et d'idées.

Garantie sans format et sans algorithme. À Combat, le son s'écrit en capitale porté par Radio Nova, Nova Danse, Nova La Nuit, Nova Classics, Nouvo Nova, les podcasts, les écritures de Nova Spot, Radio Paname aussi, et la toute dernière venue, Les Inrocks Radio.

« La poésie ne rythmera plus l'action, elle sera en avant ! » écrivait Rimbaud.

RadioNova, gourmande, désobéissante et indisciplinée, fête, en 2021, ses deux fois 20 ans, et elle n'est toujours pas sérieuse ! Avec Combat, elle est, plus que jamais, en avant !

**Emmanuel HOOG**

Directeur général de Combat  
(Radio Nova, Les Inrockuptibles, Rock en Seine, ChEEk)





La fête de la radio et ce colloque à la maison de la radio sont l'occasion de nous réjouir et de nous mobiliser.

Je voudrais humblement saluer d'abord les engagements d'hommes et de femmes passionnés, les innombrables initiatives, les risques et sueurs froides, les émerveillements qui ont jalonné l'aventure humaine de la radio. Ces histoires ont accompagné celle de notre société. Elles en ont aussi façonné la culture et en sont un patrimoine.

Je crois qu'à l'heure où les transformations de la société et celles de la radio s'accélèrent, notre rôle s'approfondit encore :

- L'authenticité de la voix dans un monde où l'image peut faire écran. Le développement de l'audio-digital bouscule fortement nos médias mais c'est une bonne nouvelle pour la vitalité de la parole.

- La service de la proximité. Dans notre monde globalisé, la proximité est un besoin qu'il nous revient d'honorer dans une approche multicanal, FM, DAB+, digital.

- La culture de la rencontre. Entre nos auditeurs, nos invités et nos animateurs se tisse un lien d'autant plus précieux qu'il est nourri par l'intense travail éditorial qui fait place au débat et aux nuances.

RCF est un réseau de radios associatives. Cette voix, portée par de nombreuses autres radios en France est un atout pour la cohésion sociale et pour la proximité. À cet égard, je salue l'engagement de l'Etat français qui, depuis 40 ans, a encouragé cette diversité radiophonique.

Notre responsabilité d'acteurs de la radio est grande pour continuer à accompagner nos contemporains et partager avec eux une espérance. Avec les 300 salariés et 3 000 bénévoles de RCF en France, nous sommes fiers de pouvoir y contribuer pour notre part.

**Marc SOULÉ**  
Président de l'Union RCF





Média préféré des Français pour la musique, la radio est un partenaire professionnel précieux pour les auteurs, les compositeurs et les éditeurs de musique. C'est à la radio que le public, quel que soit l'âge, découvre très majoritairement pour la première fois un artiste, une oeuvre musicale, avant d'aller l'écouter ensuite sur une plateforme de streaming ou en concert.

Depuis plus d'un an, alors que les artistes sont privés de scène, l'importance de la radio, au service de la création et de la diversité culturelle, revêt une dimension encore plus fondamentale. Plus de 200 radios ont participé à l'opération #ScèneFrançaise, initiée par la Sacem et Radio France dès le début de la crise.

Toutes ont pris l'engagement de diffuser davantage les jeunes talents français dans leur programmation. En jouant ce jeu de la responsabilité collective, les radios participantes ont contribué à une nette progression des diffusions francophones dans les playlists et ont montré combien elles étaient un allié de la création française. Outre sa puissance prescriptrice, son rôle dans le renouvellement des répertoires, sa contribution économique essentielle aux revenus des artistes, des auteurs, compositeurs et éditeurs, la radio demeure avant tout un média essentiel à notre démocratie.

Nationale, locale, associative, désormais déclinée à l'envi sur le web, elle est une source de créativité inépuisable comme le prouve l'essor du podcast, mais aussi un média de proximité qui reflète la richesse culturelle de notre pays.

**Jean-Noël TRONC**  
Directeur général-Gérant de la Sacem





Sanef 107.7 fête ses 25 ans en 2021. Radio service par excellence, elle a pour mission d'informer ses auditeurs sur l'état du trafic et tout événement survenant sur autoroute, afin d'assurer la sécurité de tous. Elle a également pour vocation d'agrémenter le voyage des conducteurs, grâce à une programmation éditoriale et musicale actuelle et variée.

Au service des territoires et de leurs habitants, Sanef 107.7 est une vitrine pour les régions traversées par les autoroutes : elle valorise les événements, les lieux culturels et touristiques, l'art de vivre et tous les points d'intérêt qui rendent les territoires attractifs.

En 2020, pour la 1<sup>ère</sup> fois, Sanef 107.7 franchit ses frontières historiques en lançant 107.7 Île-de-France via le DAB +. Désormais, 107.7 IDF accompagne au quotidien les Franciliens dans tous leurs déplacements à Paris et en Île-de-France avec une information en temps réel sur l'ensemble des moyens de transport (routes, trains, métro...). Enjeu majeur en Île-de-France, la mobilité est devenue plurielle : les voyageurs n'hésitent plus à cumuler les moyens de transport afin d'optimiser leur temps de trajet. C'est à toutes ces nouvelles formes de mobilité que répond 107.7 Île-de-France.

En déployant ce nouveau programme, Sanef 107.7 affirme son ambition d'être utile aux franciliens au quotidien, quel que soit leur moyen de transport, et illustre sa capacité à développer des offres de service de proximité fondées sur les dernières technologies disponibles.

**Arnaud QUEMARD**

Directeur général du Groupe Sanef et Président-directeur général de la SAPN





## Scam et radio, une belle fréquence.

La Scam est naturellement heureuse de s'associer à la première Fête de la radio, médium intrinsèquement lié à son origine, quand l'un de ses membres fondateurs, François Billetdoux, proposait en 1981 de créer une société d'auteurs et d'autrices « multimédias ».

Créateurs et créatrices sonores entretiennent, depuis, un long compagnonnage au sein de son répertoire : 14 184 déclarations d'œuvres radiophoniques enregistrées en 2020.

Si le service public est essentiel et prépondérant dans le soutien à l'expression sonore, l'important réseau des radios associatives et les plateformes numériques sont aujourd'hui des lieux propices à l'émulation de la création.

Attentive à l'expression de ces nouveaux talents - qu'elle accompagne par des bourses « Brouillon d'un rêve » de soutien à l'écriture - la Scam poursuit par ailleurs une politique exigeante qui donne aux auteurs et autrices de podcast la possibilité de recevoir des droits pour la diffusion de leurs œuvres sur les plateformes numériques. Depuis 2020, elle a ainsi signé de nombreux accords avec Binge Audio, Louie média, Nouvelles Ecoutes, Deezer, Molotov, Slate.fr...

Auteurs et autrices de la Scam militent depuis de nombreuses années pour la constitution d'un fond de soutien à la création sonore. Sa mise en œuvre devrait enfin aboutir en 2022, après la récente publication du rapport de François Hurard et Nicole Phoyu-Yedid.

Gageons que cette Fête de la radio, dont chaque auditeur et auditrice pourra apprécier les rencontres, manifestations et écoutes sonores diffusées sur tout le territoire, marquera un élan public, professionnel et politique, celui d'une conviction commune : la radio, « semeuse de paroles et quêteuse d'écoute »\* a partie liée avec l'éclosion et l'émerveillement des générations futures.

*\* Jean-Claude Guillebaud, Les dossiers de l'audiovisuel, Documentation française/Ina (1985-2003)*

**Laëtitia MOREAU**  
Présidente de la Scam

**Karine LE BAIL**  
Présidente de la commission sonore





## Quelle place pour les radios indépendantes, 40 ans après les radios libres ?

Le paysage radiophonique français offre une diversité de programmes incomparable, notamment grâce au développement des radios locales, régionales et thématiques indépendantes que le SIRTI a l'honneur de représenter. Mais ce succès est aujourd'hui fragilisé. Plus que jamais, la radio doit être accompagnée et soutenue.

Dans un contexte de digitalisation mondiale, notre pays doit maintenir une souveraineté audiovisuelle reposant sur la régulation et une diffusion hertzienne indépendante des plateformes internationales, et des opérateurs de télécommunication. Le DAB+ répond à ces besoins. L'État doit favoriser ce mode de diffusion numérique, économique en énergie, gratuit et garantissant la protection des données personnelles.

Autre enjeu pour l'avenir du média : la mutation vertueuse du modèle économique des radios privées. La crise a montré qu'elles ne peuvent plus dépendre exclusivement de la publicité. En reconnaissant, « la création radiophonique », à travers l'accès aux droits voisins, à la rémunération pour copie privée ou aux droits d'éditeurs de presse, les radios pourront enfin légitimement protéger leurs programmes et diversifier leurs recettes.

Ces sujets sont essentiels à l'accès des auditeurs à la radio, au financement d'une création de qualité, à la liberté de l'information et à la souveraineté de l'audiovisuel national. C'est pourquoi le SIRTI travaille à l'unité du secteur pour défendre une radio qui protège nos concitoyens par le maintien d'un lien social fort.

**Alain LIBERTY**  
Président du SIRTI





Qu'est-ce que la radio ? Une présence au présent. Quelqu'un qui est là pour quelqu'un d'autre et ensemble appartenir à une multitude en partage.

La radio électrique, électronique est désormais numérique. La radio est dans toutes les poches, toutes les machines, bientôt toutes les enceintes. Jadis frêle voix grésillante captée par des meubles de salon, elle est désormais une application haute définition, un écosystème de formats associés, de conversations jamais interrompues, d'écoutes différées à l'infini et de vidéos vues des centaines de millions de fois.

Et toujours avec cette liberté qui est son honneur, cette générosité à rassembler et à vivre le moment présent. Nous sommes à l'aube d'un nouvel âge d'or de la radio. Jamais il n'y a eu autant de talents et de moyens de les écouter au même moment ; jamais la radio, ses choix, son sens artistique, ses humeurs et ses émotions n'ont été aussi pertinents.

La radio a connu l'interdiction, la pénurie des ondes et voici l'abondance ! Qu'est-ce que l'abondance ? C'est le règne de l'imagination. C'est notre moment. Une moto arrive en trombe dans un embouteillage, Skyrock à fond, deux autres voitures dans la file à proximité ouvrent les vitres avec le même son à faire vibrer les tôles. Saluts de la main.

C'est juste un instant de grâce. C'est pourquoi nous faisons de la radio.

**Pierre BELLANGER**

Fondateur et président-directeur général de Skyrock



## Forger la radio du futur.

Dans un monde à la fois globalisé et fragmenté, il y a aujourd'hui une bataille pour prendre le contrôle de l'offre locale de communication. Contre toute attente, les médias mainstream et les plate-formes mondiales de communication se convertissent dans une information ciblée, communautaire et hyper-locale, bousculant au passage les entreprises indépendantes de la presse, de l'audiovisuel et de la radiodiffusion.

Quelle forme prendra la radio ? Quinze ans après la généralisation d'Internet, nos médias sont confrontés à une rupture, symbiose entre le smartphone et un médium, le réseau social. Cette porte d'entrée vers l'information et la culture entraîne mécaniquement une tentative de prise de pouvoir par les plateformes. L'arrivée de la 5G va permettre une hyper fluidité entre les outils, les médias, les applications mobiles et l'internet des objets. Ces métamorphoses ont leur intérêt, et aussi des limites et des fragilités.

L'enjeu de la radio locale, c'est d'être acteur du changement. C'est pourquoi nous proposons une radio actrice des solutions locales innovantes. La force des radios locales, c'est qu'elles sont à la fois responsables et autonomes. Inventer la radio du futur, c'est proposer des usages utiles, employer notre impact local pour cultiver des habitudes salutaires, et rester des médias d'information, d'éducation populaire et de découverte.

Se pose la question d'une seule grande filière de la radiodiffusion, unie, capable d'accompagner ces mutations. Le modèle agile des radios associatives a permis l'émergence d'un solide secteur de l'économie sociale et solidaire dans l'audiovisuel : six cents petites entreprises, trois mille salariés, un millier de fréquences en FM, des centaines en DAB+. En quarante ans, quatre cent mille femmes et hommes ont animé, un moment, une émission sur une radio associative. Beaucoup sont aujourd'hui « en responsabilité ». S'en souvenir, c'est construire l'avenir. Avec la radio locale.

**Emmanuel BOUTTERIN**

Président du Syndicat National des Radios Libres  
et de la World Association of Community Radio Broadcasters (Amarc)





La radio libre a de l'avenir.

Depuis 40 ans la radio libre accompagne la vie de tous les ultra-marins, elle en est le premier réseau social, le liant indéfectible de nos communautés plurielles. Elle est un lieu d'échange, de dialogue et de débat, un espace de liberté incontournable de notre démocratie participative.

Aujourd'hui, la radio libre se réinvente elle investit le numérique ses studios se transforment, il n'y a plus d'audio dans ses tables de mixage mais des données. Désormais, parce qu'il faut expliquer l'information, elle se filme en gage de transparence, elle investit « la toile » et devient multimodale. L'échange et le débat se poursuivent sur les réseaux sociaux, l'information se complète dans les podcasts.

Personne ne saurait mieux faire vivre ces nouveaux médias de l'instant que les animateurs et les journalistes radio, 40 ans d'expérience dans l'interactivité ça compte. L'avenir de la radio libre passe, sans aucun doute, par la conquête de ces nouvelles habitudes de consommation, n'ayons pas d'appréhension, nos équipes sont prêtes. Et quand dans ces temps troublés le moral est en baisse, la radio libre nous redonne le sourire, nous accompagne et nous remémore des musiques festives souvenirs de moments partagés.

La radio libre bien que fragilisée par la crise mondiale est là et pour encore longtemps, preuve en est, les GAFAs s'intéressent désormais à ce « nouveau média » qu'est l'audio : Récemment le patron de Facebook déclarait « Nous pensons que l'audio va évidemment devenir un média de premier ordre...l'audio permet des discussions plus longues et d'explorer davantage d'idées ... tout en faisant plusieurs choses à la fois » Un média de premier ordre... la radio l'est déjà, il ne le savait pas, pardonnons lui, contrairement à la radio libre il n'a pas 40 ans.

**Mario LECHAT**  
Président du Spadom





**TSF**<sup>TSFJAZZ.COM</sup>  
**JAZZ**

Fêter la Radio. Cela pourrait faire sourire tant notre média n'est pas épargné par les bouleversements technologiques de ces 20 dernières années et des nouvelles pratiques qui partout, modifient les habitudes les plus ancrées en nous.

La radio est un plaisir simple : j'appuie sur un bouton et la magie opère, le son pénètre dans le conduit auditif, génère mille images dans le cerveau, déclenche une émotion, suggère un souvenir agréable, provoque un sourire ou un rire, un énervement parfois. Cette relation étonnante entre nous et ces voix familières fabrique une partie de ce que nous sommes depuis des décennies. Ce compagnonnage permanent, généreux et fidèle va t'il résister à la déferlante des plateformes qui cherchent à imposer partout leur modèle souvent au détriment d'une saine concurrence et de la créativité ?

Nous l'espérons encore et chaque jour sur TSF JAZZ, nous cherchons à donner de bonnes raisons à notre audience de nous écouter aujourd'hui, demain et les jours suivants. En restant fidèle à notre promesse de tenter de proposer le meilleur du Jazz d'hier et d'aujourd'hui en rappelant combien cette musique est désirable, magique et accessible à tous ; en proposant plus de 150 concerts en direct car le Jazz est une musique vivante ; en assurant une information de qualité, vérifiée et honnête ; en accueillant les artistes et les créateurs qui nous permettent de rêver ;

Alors bonne fête à la Radio et rendez-vous pour fêter bientôt la réussite du DAB+ en France !

**Bruno DELPORT**  
Directeur général de TSF JAZZ





Il y a toujours quelque chose d'un peu émouvant à souhaiter un bon anniversaire à ceux qu'on aime. Surtout quand ceux-ci nous accompagnent depuis toujours. La radio fête ses 100 ans ! Sa force, c'est sa proximité. Il suffit d'écouter sa fréquence préférée pour réaliser qu'elle nous livre ce que nous attendions. Et ce, sans l'analyse de nos données personnelles et nos habitudes de consommation.

Deux autres anniversaires sont célébrés cette année : le 107.7 fête ses 30 ans et Radio VINCI Autoroutes ses 10 ans. Au fil du temps, elle est devenue un véritable copilote et l'allié indéfectible de la sécurité de nos auditeurs. Qui d'autre que Radio VINCI Autoroutes pour délivrer une information trafic personnalisée, à l'endroit précis où les conducteurs en ont le plus besoin ? 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 et toujours en direct, la radio devient les « yeux » de ceux qui vont prendre la route.

Trente ans après la naissance du 107.7, des outils communautaires de mobilité ont vu le jour. Certains ont alors prédit la fin de la radio. Ils avaient tort ! Les auditeurs voient ces applis comme complémentaires et non pas concurrentes. Rien ne remplacera la chaleur d'une voix pour rassurer un conducteur à l'arrêt dans une perturbation, lui proposer un meilleur trajet et l'accompagner en musique et dans la bonne humeur. On dit souvent que l'empathie et la bienveillance sont le privilège de l'âge... Bon anniversaire à toutes les radios de France !

**Pierre COPPEY**  
Président de Radio VINCI Autoroutes



## Grands repères de la Radio 2021

**40,1M de Français**  
ont écouté la radio chaque jour  
entre janvier et mars 2021

**2h43** par auditeur  
en moyenne **chaque jour**

### Où ?

**58,4%**  
Domicile

**27,9%**  
Voiture

**2,3%**  
Autres

**11,4%**  
Travail / études

(volume d'écoute des localisations)

### Qu'écoutent-ils ?

**34,2%**  
Programmes  
généralistes

**32,2%**  
Programmes  
musicaux

**17,0%**  
Programmes  
locaux

**14,2%**  
Programmes  
thématiques

### Sur quels supports ?

**14,4% des Français**  
écoutent  
quotidiennement  
la radio sur support  
numérique

Mobile ☆  
 Ordinateur  
 TV  
 Enceinte connectée  
 Tablette

### Focus sur les podcasts

**Plus de 3 internautes sur 10** écoutent chaque mois  
**des podcasts**, à savoir radio à la demande et/ou podcasts natifs

**Près de 114M de podcasts** écoutés en mars 2021, **un record !**

► Sources : 126 000 Radio – Janvier-Mars 2021 (13+, Lundi - Vendredi, 5h-24h) | Panel Radio 2020-2021 (13+, observations sur 21 jours) | Global Radio – Septembre-Octobre 2020 (13+) | Global Audio 2021 (Internautas 15+) | eStat Podcast – Mars 2021 – Podcasts d'éditeurs français marqués avec eStat Podcast et écoutés en France ou à l'étranger (base Monde)



Mediametrie













































































# Merci aux partenaires

Soutenu par



# Merci aux partenaires



