

Les radios privées se fédèrent pour "parler d'une seule voix"

PARIS(AFP) (AFP) - Les patrons de RTL, Europe 1, NRJ et NextRadioTV, représentant 90% de l'audience des radios privées nationales, ont lancé vendredi le "Bureau de la radio", association destinée à promouvoir ce média et à exercer un lobbying auprès des annonceurs et des pouvoirs publics.



Photo prise le 21 septembre 2008 à Paris du siège de la radio RTL. (© AFP/Archives - Jacques Demarthon)

RTL, NRJ, Europe 1, Nostalgie, Fun Radio, RMC, Virgin Radio, RTL2, RFM, Chérie FM, Rire&Chansons et BFM Radio: via cette association loi 1901 présidée par un professionnel du secteur, Michel Cacouault, ces 12 radios appartenant à quatre grands groupes s'exprimeront "d'une seule voix", ce qui constitue une première en France.

La quasi-totalité des radios nationales privées y sont représentées, à l'exception de SkyRock et de Radio Classique "mais on souhaite qu'elles viennent", a déclaré M. Cacouault lors d'une conférence de presse.

"Il y a eu des Etats généraux pour la presse écrite, une loi sur l'audiovisuel... On oublie beaucoup la radio et il y a aujourd'hui une nécessité de valoriser ce média écouté tous les jours par 83% des Français, afin de relever les grands défis de demain", a expliqué Axel Duroux, président du directoire de RTL.

Le "Bureau de la radio", une structure qui existe déjà en Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, a lancé ce vendredi un spot publicitaire où 100 personnalités disent leur "amour" de la radio.

Les membres fondateurs veulent aussi exercer un lobbying auprès des annonceurs et des pouvoirs publics, notamment en vue de faire réviser les seuils anti-concentration qui freinent selon eux leur développement.

Les seuils anti-concentration fixés par la loi de 1986, et revus en 1994, interdisent à un même groupe de détenir des réseaux dépassant 150 millions d'auditeurs potentiels.

"Les seuils n'ont pas évolué alors que la population française a augmenté. Nous avons écrit au Premier ministre pour demander une hausse de ce plafond", a dit Jean-Paul Baudecroux, PDG de NRJ Group, qui souhaiterait voir le plafond passer à 200 millions d'auditeurs.

En marge de la conférence de presse, le ministère de la Culture a assuré de son côté qu'il n'était "pas fermé" à une éventuelle révision des seuils.