



SON NUMÉRIQUE

L'AVENIR SOURIT AUX RADIOS EN LIGNE

L'AUDIENCE DES STATIONS S'EFFRITE, LES WEBRADIOS PRENNENT L'ANTENNE.

Par Hervé Bonnot

En 1981, les radios libres débarquaient sur la bande FM et bouleversaient le paysage radiophonique français, jusque-là occupé par de grandes stations institutionnelles et dominé par la toute-puissante ORTF. Une révolution était en marche, qui fit dresser l'oreille de millions de jeunes auditeurs, à qui l'on s'adressait enfin. NRJ, Skyrock, Fun Radio vivaient leurs heures de gloire, en misant sur un ton décalé et sur le son pop, rock ou rap. Trente ans ont passé. Internet est venu changer la donne et les habitudes des auditeurs. La radio attend une révolution qui, avec l'avènement des web-radios, est en train de se jouer en ligne.

« On a un peu l'impression de revivre les débuts de la FM, quand certains émettaient à partir de leur chambre ou

“
On a un
peu
l'impression
de revivre
les débuts
de la
bande FM
”

Arnaud Begic,
animateur

de leur garage », raconte Arnaud Begic. Aujourd'hui animateur professionnel sur le réseau France Bleu, il a officié durant trois ans sur la webradio Joke FM, au début des années 2000. « Internet donne aussi de l'espoir aux animateurs en herbe. Une bande passante correcte, un petit serveur, un bon micro, et chacun peut intervenir "à l'antenne" de chez lui. » Une épopée avec ses rêves, mais aussi son retour à la réalité.

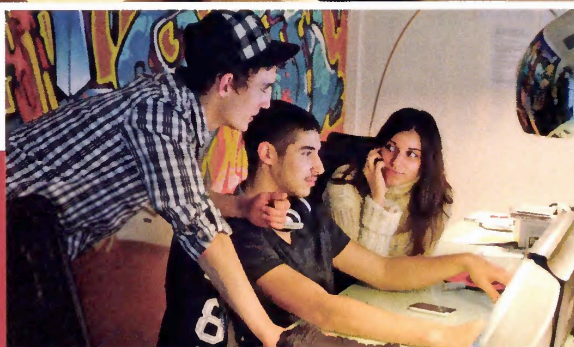
« Beaucoup ont profité du flou juridique qui régnait sur les droits d'auteur, explique-t-il, mais la Sacem les a rappelés à l'ordre. Les webradios doivent désormais s'acquitter de leur cotisation. » Soit un peu plus de 1 000 euros par an à déboursier pour une petite radio en ligne associative à but non lucratif. Une somme coquette quand on ne fait pas de bénéfices. Et beaucoup plus pour les radios commerciales, qui génèrent un

trafic important. Certains jettent l'éponge, d'autres choisissent l'illégalité ou limitent leur zone de diffusion, comme Pandora, désormais cantonnée au territoire américain. « Internet permet de se dispenser du formatage des radios hertziennes. Le créneau des webradios, c'est le plus souvent les niches, détaille Arnaud Begic. Telle station va être dédiée aux blagues belges, telle autre au jazz des années soixante-dix. Se développer à grande échelle n'est pas si évident. »

Sauf quand on s'en donne les moyens, avec un budget de 12 millions d'euros collectés auprès de fonds d'investissement et une solide expérience de la radio traditionnelle. Comme Roberto Ciurleo, ex-directeur des programmes de NRJ, et Emmanuel Jayr, ancien directeur de la communication de la même station, qui ont lancé le bouquet de radios numériques Goom voilà un



AMBIANCE
Ton décalé, bonne humeur et diversité culturelle avec l'équipe de Goom Radio, qui veut ressembler à son auditoire.



JEUNESSE
Un mur graffité, témoin de la fraîcheur des animateurs et techniciens de la radio numérique. Moyenne d'âge : 22 ans.

PHOTOS : MARIE-ÉLISE HO-VAN-BA POUR VSD



PERFECTION
David Perreau, directeur technique de l'antenne, a mis au point un système qui garantit un son haute définition.

an. « Notre concept va au-delà de la web-radio, explique Roberto Ciurleo, président de Goom Radio. Avec le développement de l'écoute sur téléphone mobile [plus de 50% en un an selon Mediamétrie, NDLR], des baladeurs et des postes de radio Wi-fi et avec l'arrivée des autoradios 3G qui se connectent au réseau, écouter nos programmes ne nécessite plus de se trouver face à un ordinateur. Et nous proposons un son en haute définition, avec une vraie couleur, loin du son métallique habituel en ligne. »

DES PROGRAMMES ET DES HORAIRES SUR MESURE

L'avenir de la radio se joue-t-il là ? L'effervescence qui règne dans les studios de Sèvres (92) évoque, en tout cas, le début d'une vraie aventure. « La difficulté pour les radios musicales hertziennes, c'est de plaire à la fois aux moins de

17 ans, qui aiment Diam's, Muse, etc., et aux plus de 25 ans, dont les goûts sont différents, estime Roberto Ciurleo. En fait, c'est impossible à concilier. »

D'où l'idée de proposer vingt-cinq stations thématiques, dédiées à des artistes – comme Candy Station, la radio officielle de Madonna – ou à des genres, comme le hip-hop sur Urban Legend. Et de permettre à l'auditeur de se constituer une radio sur mesure en programmant le lecteur téléchargeable pour que soient diffusées à l'heure de son choix les émissions piochées sur les différents canaux. Avec les 7 millions d'auditeurs cumulés du bouquet en novembre 2009 (selon l'organisme de mesure d'audience Ando Media), l'ouverture de studios aux États-Unis l'été dernier et l'arrivée (sans cesse repoussée) de la radio numérique terrestre (RNT), Goom ne semble pas près de rendre l'antenne. ■