

# **Les radios locales privées de 1977 à 1986**

**Par Sabine Lesert**

Mise en page et PDF

**RADIOS-LIBRES.COM**

# Radios en période de transition

Entre 1977 et 1986, les rapports entre les media et le public changent en France. En effet, le nombre de téléviseurs augmente dans les foyers, les récepteurs radio deviennent de plus en plus petits ...

Mais quel rapport avec les radios locales privées ? Les mentalités changent. Les enfants du baby boom sont devenus des adultes, mai 68 est passé, mais en matière de radio, les changements se laissent attendre.

Les années 1977 à 1986 forment une période des plus importantes dans l'histoire des radios locales privées. En 9 ans, la logique en vigueur de 1977 en matière audiovisuel, le monopole d'Etat, est radicalement opposée à celle qui a été privilégiée en 1986 : la loi du marché.

Le contexte concernant les radios privées découle directement du contexte historique général.

A partir de 1977, le pouvoir politique prend conscience du mouvement des radios pirates. Est-ce à cause d'une vraie radio pirate (Radio Verte) montrée au journal télévisé d'Antenne 2 ?

En tout cas, pour le prix d'une bonne chaîne haute fidélité, un particulier peut relier un électrophone, un micro et un émetteur de portée plus ou moins faible.

Puis vient la période où les radios que l'on commence à appeler "libres" deviennent des "radios locales privées". Cependant, il n'est pas encore question d'entreprises à but lucratif, mais seulement d'associations.

Dès le début des années 80, les radios se battent pour se développer, vivre ou la plupart du temps survivre. Certains responsables de radios manipulent le gouvernement pour obtenir des autorisations d'émettre. Bien des radios se laissent subventionner par des collectivités locales, des industriels, des groupes de presse ou demandent simplement des subsides à ses auditeurs.

A partir de 1984, la publicité sur les ondes est autorisée et en 1986, ce sont les réseaux. Les radios choisissent de devenir des entreprises ou de rester associatives. C'est ainsi que le paysage radiophonique actuel se met en place.

# 1977 - 1981 : des radios pirates aux radios libres

En 1977, les radios libres émettaient clandestinement en France. Quand leur nombre n'étaient pas élevé et que leurs émetteurs ne gênaient en rien les autres radios, elles étaient plus ou moins tolérées.

Le mouvement des radios privées était-il dû à un changement de mentalité ou à la contestation du monopole ?

## 1977 : l'an 1 des radios pirates ?

Les radios pirates ne sont pas nées en 1977, quelques unes existaient avant, comme Radio Lille Campus depuis 1969, ou Radio Active à Lyon qui luttait en 1976 contre la construction de la centrale nucléaire de Creys Malville. Leurs puissance d'émission était ridiculement faible et elles occupaient des fréquences laissées libres. Elles étaient de temps en temps brouillée pour le principe.

### Les raisons techniques d'une prolifération

Dans les dernières années de la décennie 70, il devient de plus en plus abordable d'acheter un émetteur hertzien. Le matériel provenait souvent d'Italie.

Les disques vinyles deviennent des produits de grande consommation : les adolescents et les jeunes adultes s'intéressent de plus en plus à l'écoute de la musique. Le prix des électrophones stéréo n'est plus aussi élevé que dans les années 60.

Les récepteurs radios sont de plus en plus petits et peuvent être déplacés d'un endroit à un autre. La radio commence à entrer comme fond sonore dans la vie professionnelle. Il n'est plus question d'écouter religieusement le poste familial.

### Erosion de l'audience des radios d'Etat

Les radios d'Etat voient leur audience baisser à cause des radios périphériques (RTL, RMC, Sud Radio) qui émettent à partir de pays limitrophes. Leur émissions sont conçues à partir des attentes de leur public. Par exemple, RTL proposent des jeux à l'antenne et les cadeaux distribués sont nombreux, Europe 1 diffuse des émissions musicales prisées par les jeunes ("Salut les Copains") et des reportages.

Les radios de Radio France gardent leurs fidèles : le confort d'écoute est agréable et la publicité absente. Cependant, le public demande de plus en plus de diversité.

### Prise de conscience par l'Etat du mouvement des radios pirates

Un coup médiatique a contribué à une prise de conscience par l'Etat de l'existence des radios pirates. Le 10 mars 1977, Brice Lalonde, candidat écologiste aux élections législatives, présente une vraie fausse radio pirate au journal d'Antenne 2 (aujourd'hui France 2) : Radio verte. Ce n'était qu'un simple récepteur qui recevait le signal d'un mini émetteur couplé à un magnétophone déclenché pour l'occasion. En fait, la première émission eut lieu le 13 mai de 19h à 19h30 sur 92 MHz à Paris. Elle réémettra deux ou trois fois. Radio Verte était une "radio de combat" qui se bat pour la liberté d'expression radiophonique. Avant chaque émission, elle diffusait "Les Français parlent aux Français" du Général de Gaulle, la référence à l'occupation allemande lors de la Seconde Guerre mondiale est évidente. C'est l'idée de l'expression radiophonique

accaparée par l'Etat. Le pouvoir y voit une forme de contestation de la politique du gouvernement de Raymond Barre dans un contexte de crise économique.

Des radios pirates commencent à apparaître dans toute la France pour exprimer des contestations politiques et sociales. L'Italie fait figure de pionnier en la matière. Sur les ondes italiennes, on y trouve entre autres des féministes, des objecteurs de conscience, des homosexuels, des chômeurs. L'expression radio libre, apparue en Italie en 1968 ou 1969, commence à être employé en France.

Des radios naissent dans un but précis : Radio Verte Fessenheim en Alsace, s'insurge contre la construction d'une centrale nucléaire pendant que Radio Fil Bleu à Montpellier dénonce le monopole d'Etat. Cette dernière a été montée par deux avocats proches de Valéry Giscard d'Estaing éliminée de la mairie suite à des élections. Poursuivis par la justice, les deux animateurs se défendent en mettant en avant un vide juridique. En effet, le code des Postes qui régule l'ensemble des télécommunications ne prévoit pas encore de sanctions pour violation du monopole d'émission.

L'Etat songe à la possibilité de sanctionner les émissions irrégulières : les pirates se multiplient du fait de ce vide juridique. Certains vont jusqu'à parasiter Radio France, parfois involontairement, à cause d'émetteurs trop puissants ou mal réglés.

## **Prolifération et interventions de police**

Le nombre de radios pirates augmente : d'une vingtaine en février 1978, on en dénombre plus de 70 à la fin de cette même année. C'est pourquoi la loi du 27 juin 1978 prévoit des sanctions en cas de non observation du monopole de diffusion : de 10 000 à 100 000 Francs d'amende et des peines de prison jusqu'à un an.

De nombreuses radios sont brouillées : c'est pourquoi nombre d'entre elles changent constamment de fréquences ou possèdent des émetteurs de secours. En tout cas, les brouilleurs officient essentiellement de jour et les pirates de nuit et toutes les radios sont investies au moins une fois par les forces de l'ordre.

### **Un futur président inculpé pour effraction au monopole**

Radio Riposte émet le 28 juin 1978 depuis le siège du parti socialiste rue de Solférino. Elle diffuse un plaidoyer pour la liberté enregistré quelques jours avant par François Mitterrand. La police arrive lors dès le début de l'émission. C'est ainsi que François Mitterrand, Laurent Fabius et quelques autres membres du PS sont inculpés pour effraction au monopole de radiodiffusion.

Cette arrestation "pour le principe" a eu pour conséquence que les défenseurs des radios libres considèrent François Mitterrand comme un des leurs. En fait, le PS voulait seulement exploiter une forme de contestation de la politique gouvernementale.

L'Etat cherche de son côté à concurrencer les radios "libres" en créant des radios décentralisées dans certaines villes et Radio 7 pour les jeunes.

### **Les radios libres avant la loi**

Dès le début du mouvement des radios pirates, trois grandes catégories de radios se dessinent : les radios-sonos, les radios d'expression locale et les radios "super tract".

Les radios sonos ne se contentent que de passer de la musique, souvent tirée de la discothèque du ou des animateurs. L'animateur met les disque qui lui font plaisir.

Les radios d'expression locales permettent à des communautés de s'exprimer dans leur patois et dialectes. Par exemple, Radio Adour Navarre émet uniquement en langue basque. La frontière avec la catégorie "super tract" est parfois floue quand la radio prône l'indépendance d'une région.

Les radios "super tract" sont des radios de combat. Les luttes socialistes et communistes sont bien représentées. Par exemple, Lorraine Coeur d'Acier créée par la CGT accuse les capitalistes de fermer les mines de Lorraine et invite les ouvriers à se syndiquer. Le visuel ci-contre présente une radio faite par les

ouvriers pour les ouvriers. Il représente surtout un document de propagande syndicale. Les radios "super tract" peuvent aussi être féministe (les Radioteuses) ou à l'origine d'objecteurs de conscience (Radio Kaki), d'homosexuels (Radio File Rose). Quelques radios sont provisoires, à but informatif comme Radio Frou qui veut mettre la population au courant des scandales immobiliers du quartier des Halles à Paris.

## Espoirs et déceptions de 1981

Les élections présidentielles approchent : le problème de la libération des ondes se posera quel que soit le nouveau président.

La plupart des créateurs de radios pirates placent leur espoir en François Mitterrand pour la Présidentielle et en font leur symbole. Ces créateurs réclament le droit d'émettre en toute légalité et le candidat leur promet des lois dans leur sens.

François Mitterrand est élu : de nombreux amateurs de radio libre laisse exprimer leur espoir.

### La défense des radios libres

La période est celle de l' "essor des radios libres" totalement indépendante de l'Etat. En principe, elles sont seulement dépendantes de finances pour vivre. En 1981, elles ne sont ni autorisées, ni interdites, mais seulement tolérées. En bref, elles sont issues des radios pirates.

Des intellectuels défendent les radios libres, à l'image du philosophe Félix Guattari qui voulait pas que ce média ne tombe pas aux mains des commerciaux ou des notables. Il voulait laisser la parole à ceux qui avaient quelque chose à dire. Dans une interview parue dans le Télérama du 23 octobre 1991, il déclarait " *On rejetait même l'idée de consensus, Il s'agissait au contraire d'ouvrir un dialogue entre les cultures, d'établir des discussions politiques, geo-politiques... Nos débats valaient bien ceux de France Culture !* ". Ce qu'il voulait, c'était un France Culture ouvert à n'importe qui, où les intervenants s'exprimaient avec leurs propres mots.

D'autres prônaient la radio libre "professionnelle et commerciale" mais est-ce vraiment de la radio libre ? Lorsque l'ancien directeur de feu Radio 7 (radio destinée aux 15-25 ans), Patrick Meyer a pour projet de créer une radio professionnelle après l'élection de François Mitterrand. Il nomme sa station RFM et établit grille et agencement de programme, ce qui surprend dans le monde de la radio libre. Il envisage le recours à la publicité, ce qui lui vaut la mobilisation de cinq émetteurs TDF pour brouiller sa station, avant même la loi du 9 novembre 1981 qui interdit les radios commerciales !

### La loi du 9 novembre 1981 : les radios libres sous la tutelle de l'Etat

La loi du 9 novembre 1981 ne concerne que les radios locales associatives, les seules radios privées autorisées à émettre. Son décret d'application n'entre en vigueur qu'en janvier 1982.

Elle ne supprime pas le monopole mais l'aménage. Elle énonce un ensemble de règles très strictes: il faut d'abord une *dérogation au monopole* pour émettre sur la bande F.M. de 87.5 à 104 MHz.

Cette autorisation révocable est délivrée dans un premier temps par le Premier Ministre (Pierre Mauroy), puis par une commission (commission Holleaux), enfin par la Haute Autorité de l'audiovisuel (à partir de 1982). Elle est réservée aux seules radios associatives dont la puissance de leurs émetteurs est inférieure à 50 watts et la portée d'émission ne peut excéder 30 kilomètres.

Un associé ne peut apporter et contrôler plus de 25% du capital investit dans une radio. De plus, les recettes publicitaires sont interdites (résultat de pressions exercées par le lobby de la presse écrite). Certaines n'appliquent pas cette directive. RFM par exemple est brouillée officiellement en 1981 et 1982 pour avoir diffusé de la publicité.

La plupart des quelques 1600 stations autorisées ne respectent pas la loi : leur émetteur est trop puissant et ou elles sont mal calées sur leur fréquence.

Malgré une subvention de l'Etat (prélevée sur les recettes de la publicité télévisuelle) attribuée à chacune d'entre elles, un grand nombre se retrouve en difficulté financière. Comme la publicité est interdite, la

recherche de subventions relève du système D.

# 1981 - 1984 : de l'euphorie à la radio commerciale

## Mai 81 - Août 82 : l'euphorie de la libération des ondes

### Liberté totale entre mai 81 et début 82

Le 10 mai 1981 est marqué par l'élection de François Mitterrand à la présidence de la République et avec lui, l'espoir de l'abolition du monopole d'Etat. Il en suit un mouvement d'allégresse dans le monde des pirates.

De mai 1981 à novembre 82, la liberté est totale, l'ensemble des radios libres est toléré, provisoirement, en attendant la définition d'un statut. Quelques brouillages reprennent comme celui de RFM à cause du problème de l'interdiction de la publicité mais surtout pour éviter qu'elle ne prenne de l'importance. Les radios qui sortent du lot font peur et effraient l'Etat.

N'importe qui peut monter sa radio à la maison à condition de disposer d'une petite table de mixage, de deux platines, d'un micro et d'un émetteur. Parler à la radio signifie prendre la parole dans une société où la liberté de divulguer des idées est réservée à une élite. Il est à noter que les fréquences allant de 104 à 108 MHz dépendantes des forces armées sont occupées.

Certaines radios revendiquent le droit de diffuser de la musique. On y amène ses propres disques et on les passe. L'idée est de faire partager ses goûts musicaux à qui veut l'entendre ou plutôt à qui écoute à l'instant t. Entre mai 81 et début 82, on pouvait entendre des choses curieuses : Radio Pom à Paris diffusait une goutte d'eau en permanence et quelques conversations à bâtons rompus, une autre égrainait une litanie de chiffres. Sur de nombreuses radios rurales ou plus généralement de province, on entend le clocher de l'église, des chiens qui aboient et la circulation de la rue quand la fenêtre est ouverte.

Peu de radios émettaient en stéréo puisque les émetteurs étaient souvent bon marché. La recherche de la qualité sonore est cependant de plus en plus recherchée en ce qui concerne les radios à vocation plus ou moins commerciales.

Parallèlement, un statut pour les radios libres est en préparation. Il prévoit de mettre fin à une période bête pour certains et d'arranger en priorité les radios de sensibilité de gauche. Cela débouche sur la loi du 9 novembre 1981 qui ne se met en place qu'au début de l'année 1982.

### Abandon officiel du monopole ?

La loi du 29 juillet 1982 modifie et complète celle du 9 novembre 1981, adoptée dans l'urgence. Déjà, les radios libres changent de nom et deviennent des *radios locales privées (R.L.P.)*.

L'Etat crée un organisme chargé de réglementer l'audiovisuel, la Haute Autorité.

L'Etat délègue à la Haute Autorité la fonction de contrôler le respect des engagements pris par les radios locales. La commission de consultation des radios locales privées (Commission Galabert qui remplace la commission Holleaux) émet des avis sur la délivrance des autorisations par la Haute Autorité.

Cette commission est composée de députés, de sénateurs, de représentants de la presse écrite, de fédération de radios, du service public et d'associations culturelles. Quelques choix sont purement subjectifs : "les Dossiers du Canard" montrent un exemple de recommandation où Joseph Franceschi, le maire d'Alfortville recommande Radio ASK destinée à la communauté arménienne.

En pratique, la Haute Autorité ordonne des regroupements de stations, surtout à Paris. De nombreuses autres

sombrent dans les difficultés financières. Pendant ce temps, l'opposition politique élabore des projets allant dans le sens de créations de sociétés audiovisuelles commerciales.

Il reste cependant un important héritage du monopole d'Etat. Même si l'alinéa 1 de l'article premier de la loi proclame que "*la communication audiovisuelle est libre*", l'Etat, via la Haute Autorité, conserve le droit d'allouer à qui bon lui semble les autorisations d'émettre. Les autorisations remplacent les dérogations, simple changement dans le vocabulaire officiel! Suite à cette loi, Jean Paul Baudecroux, président fondateur d'NRJ, se rapproche du Parti Socialiste pour conserver la fréquence de sa radio créée en 1981.

## **La communication audiovisuelle est-elle libre ?**

L'alinéa 1 de l'article premier de la loi du 29 juillet 82 qui proclame que "*la communication audiovisuelle est libre*", est une référence à une formule d'une loi du 29 juillet 1881 : "*l'imprimerie et la librairie sont libres*".

### **L'Etat se met en règle vis à vis de ses engagements internationaux**

Cette loi est en fait un texte qui met la France en "conformité" avec une décision prise par les Etats membres du Conseil de l'Europe adoptée le 29 avril auparavant. Cette décision stipule que l'Etat signataire doit "*faire en sorte que les nouveaux services et techniques d'information et de communication, lorsqu'ils sont disponibles, soient effectivement utilisés pour élargir le champ de la liberté d'expression et d'information.*"

La France avait apporté son adhésion en juin 1981 à une résolution des Nations Unies adoptée en 1966 et mise en vigueur le 23 mars 1976. Selon l'alinéa 2 de l'article 19 de ce texte "*Toute personne a droit à la liberté d'expression ; ce droit comprend la liberté de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées, de toute espèce, sans considération de frontière, sous forme orale, écrite, imprimée ou artistique ou par tous autres moyens de son choix.*"

### **Regroupements de stations sur une même fréquence**

Le ministre de la communication Georges Fillioud accorde plus d'autorisations que de fréquences disponibles. En pratique, la Haute Autorité ordonne des regroupements de stations, surtout à Paris. De nombreuses radios sont mariées de force souvent par thème, mais la cohabitation n'est pas toujours facile. Par exemple à Paris, les radios juives de différentes tendances sont regroupées (Judaïque FM, Radio J, Radio Shalom et Radio Communauté) et divergent quant à la politique israélienne.

Dans un souci de cohérence, la Haute Autorité croit judicieux de regrouper les radios par thème sur une même fréquence. Elle voulait satisfaire le maximum de demandes, la bande FM n'étant pas extensible. Des tensions apparaissent entre les radios. En effet, Radio Classique refuse de partager l'antenne avec Radio Montmartre qui diffuse une programmation à base d'accordéon et les airs sud américains de Radio Latina. Les désirs des radios et des auditeurs ne sont pas pris en compte : c'est ça ou rien !

Mais plus que le regroupement de plusieurs stations sur une même fréquence, c'est le manque de financement qui apporte le plus de soucis aux radios. D'où le combat de pour la reconnaissance de la publicité comme moyen de financement.

## Débat à propos de la publicité sur les ondes

La quasi-totalité des radios ne paye pas leur personnel, le bénévolat est le plus souvent la règle. Et même les plus "professionnelles" ont des problèmes financiers. En effet, l'interdiction de diffuser de la publicité provoque des situations diverses quant à trouver de l'argent.

Le débat sur la publicité s'était néanmoins posé lors de l'élaboration de la loi de 1982 et les avis du Président de la République et du Premier Ministre ont été décisifs. L'interdiction de la publicité pour les radios locales privée a provoqué de nombreux mécontentements.

Certaines radios cherchent à rester dans la légalité en respectant les règles du jeu en se laissant subventionner d'autres cherchent à imposer la loi du marché.

### "Non aux radios fric !" (P. Mauroy)

Le 9 septembre 1981, le secrétariat d'Etat aux techniques de communication Georges Fillioud et ancien journaliste à Europe 1, prévoyait un projet de loi où des radios privées pourraient avoir recours jusqu'à une certaine limite à la publicité. Selon lui, il faudrait autoriser la publicité en la contrôlant. Par contre, le Président de la République et le premier ministre voulaient des radios qui refusent tout aspect commercial, et qui auraient le droit à une aide de l'Etat.

Ce jour là, le premier ministre Pierre Mauroy impose ses conditions et crie "*Non aux radios fric !*". Le président de la République l'approuve craignant une forte baisse des recettes publicitaires dans le domaine de la presse écrite. Mais en fait, ils craignaient que les radios proches du parti socialistes et plus ou moins financées par lui soient recouvertes par des stations appartenant à des grandes entreprises.

Mais pourquoi traitent-ils la radio comme un médium à part ? D'une part, la radio est vue comme un médium de combat qui propage des idées. François Mitterrand l'avait utilisé dès 1979 pour combattre le monopole. Son "plaidoyer pour la liberté" sur Radio Riposte en est la preuve. Pierre Mauroy considérait que les radios proches des idées socialistes devaient être favorisées par des aides de l'Etat.

D'autre part, les directeurs des grandes entreprises de presse ont été consultés pour l'élaboration de la loi. Ces derniers se sont montrés réticent au développement de la publicité sur des radios de plus en plus nombreuses. Ils craignent surtout une fragmentation du marché publicitaire.

C'est ainsi que l'Etat précise dans sa loi de 1982 que "*La collecte des ressources publicitaires et la diffusion des messages publicitaires sont interdits*". Les radios contournent plus ou moins ouvertement cette interdiction.

### Certaines cherchent à rester dans la légalité, mais pour le financement, c'est la débrouille !

En fait, de nombreuses radios ont remarqué une faille dans l'énonciation de cet interdit : la publicité n'est pas vraiment définie. Les parrainages d'émissions, jeux et autres publi-reportages ont rapporté quelques subsides à bien des radios.

Des radios ont émis des bons de soutien d'une valeur minimale approchant les 10 F mais n'ont pas eu longtemps de recettes. Les cartes d'adhérent vendues à partir de 50 F rapportent plus de subsides. Certaines peuvent faire bénéficier à leurs détenteurs des réductions chez des commerçants. Les noms de ces commerçants sont donnés à l'antenne. La vente de cartes d'adhérent n'est pas une ressource publicitaire !

De nombreuses radios ont tenté des concerts rock de soutien, mais les recettes étaient beaucoup trop minces. Les animations de quinzaines commerciales et autres interventions dans des grands magasins sont davantage rémunérés. Ces services sont tarifés aux alentours de 2500 F par animations au début des années 80. De plus, les radios nouent des contacts au cas où la publicité deviendrait autorisée ou seulement tolérée. A Rennes, radio Fréquence Ille s'installe dans le centre commercial Alma et devient tous les jours entre 10 et 14 heures Radio Alma.

Certaines radios bénéficient de parrains. Par exemple, les Potasses d'Alsace fournissent de l'argent à de petites radios rurales à condition de diffuser une chanson venant leurs engrais. RFM a été parrainé pendant l'été 1983 par le Club Méditerranée. Radio Service Tour Eiffel qui est gérée par la mairie de Paris émet en direct d'une péniche aux couleurs de Citroën.

L'Association pour la Libération des Ondes (ALO) est favorable à la publicité radiodiffusée. Elle crée l'Agence pour la Production Audiovisuelle (APA) qui paye des radios pour diffuser une enquête de l'"Express" sur les débouchés étudiants. Une autre cassette de l'A.P.A est un jeu qui vante un annuaire professionnel. L'A.P.A reçoit de l'argent de L'Express et de l'annuaire en question et paye les radios (évènement relaté par les *Dossiers du Canard*)

La commission Galabert se rend compte que la publicité n'avait pas été définie par la loi. Elle est cependant velléitaire quand à la définir : Georges Fillioud est favorable à la publicité sur les ondes et son fils Patrick est directeur de Radio Gilda à Paris, une radio pro publicité.

## **Les radios ouvertement commerciales se battent plus ou moins contre l'Etat**

Quelques radios ont été ouvertement favorables à la publicité sur les ondes dès leur début comme RFM et NRJ depuis 1981. La loi de 1982 les a déçus sur ce thème. Certaines choisissent l'affrontement direct et continuent à diffuser de la publicité malgré la loi, les autres cherchent des appuis politiques. Deux exemples, RFM et NRJ illustrent bien la situation.

Avant la loi de 1982, RFM " la radio couleur " bénéficiait d'une audience sans cesse croissante : son émetteur situé au centre commercial Vélizy 2 près de Paris portait jusqu'à Orléans. RFM était déjà une radio professionnelle (et même une S.A.R.L) et son personnel était rémunéré par la publicité. Un spot de 30 secondes était facturé 1700 F.

Son directeur Patrick Meyer devient l'homme à abattre. RFM était déjà brouillée dès juillet 81 (donc avant la loi) par TDF, mais légèrement. Avec la loi, ce brouillage s'intensifie : TDF mobilise cinq émetteurs. De ce fait Coluche utilise sa popularité et intervient en faveur de la radio. Il lance une pétition contre le brouillage et recueille 67000 signatures. Le brouillage dure 423 jours et la SARL devient une association loi de 1901 dès l'été 1983 jusqu'à 1984. RFM se débrouille pour trouver des subsides.

NRJ adopte une autre technique, son objectif est d'offrir un programme musical écoutable dans toute la France. Mais voilà, la publicité est interdite et il n'est pas possible pour le moment de créer un réseau. Jean Paul Baudecroux son directeur, est un proche de Laurent Fabius et son second couteau, Max Guazzani, prend la carte du parti socialiste dès 1982. NRJ, comme RFM, est une radio professionnelle avant 1982. L'interdiction de la publicité a provoqué la cessation des paiements des disc jockey et ces derniers se mettent en grève.

Jean Paul Baudecroux utilise ses appuis politiques pour imposer la puissance de ses émetteurs et la diffusion de messages publicitaires plus ou moins déguisés. Le PS considère NRJ comme une radio amie et le gouvernement se montre plus que tolérant.

Ces deux radios qui se sont battus contre la publicité ne sont pas tombées dans l'oubli. Elles préparent toutes deux leur propre réseau dès 1984 et sont encore écoutées aujourd'hui. Combien de radios qui se sont pliées à la loi ont disparues ?

La publicité sur les ondes avait été interdite sans être définie, il semblerait que ce flou eût été volontaire. En effet, une radio ne peut survivre uniquement avec les subsides de l'Etat. Georges Fillioud a tenté d'imposer son désir de reconnaître la publicité pour la contrôler, ce qui peut expliquer la non-définition du concept de publicité. Ses idées s'imposent dès 1984 : la publicité est autorisée. Le contexte politique n'est plus le même.

# 1984 - 1986 : mise en place du paysage radiophonique

## Les changements de l'année 1984

L'année 1984 est marquée par des tensions au sein des partis politiques français. Des manifestations se produisent pour la défense de l'école libre, soutenue par les partis de droite. Le parti socialiste passe pour un parti liberticide et l'introduction d'un certain libéralisme en matière de radio modère les ardeurs des plus libéraux.

Ainsi la publicité est autorisée par le biais d'une loi : la logique commerciale entre en jeu. Peut-on toujours parler de " radios libres " ?

### Légalisation de la publicité

Choix entre deux statuts : associatif ou commercial

En 1984, les radios locales privées peuvent désormais choisir entre deux statuts : garder une structure associative sans avoir recours à la publicité ou devenir commerciales. Celles qui conservent le statut associatif reçoivent une subvention d'Etat prélevée sur les recettes publicitaires. Cependant, il est toujours possible de rester associative avec accès à la publicité, mais sans subvention d'Etat. D'autres peuvent devenir des sociétés commerciales et former un maillon de l'économie.

Les stations qui choisissent le statut associatif ont le droit, d'après la loi à une subvention prélevée sur les recettes publicitaires de la télévision. Le problème est que cette subvention est accordée en théorie une fois par an et n'est donc pas une pension. En fait, les véritables radios associatives sont subventionnées par ailleurs, comme les radios Campus par les universités.

Les radios financées par les collectivités locales le sont officiellement à la hauteur du quart de leur budget (Comme cela est défini dans la loi). Dans la réalité c'est au moins la moitié voire la quasi-totalité.

Des restrictions demeurent

Mais quel que soit le statut, il faut un émetteur limité à 500 Watts dans un rayon maximal de 30 kilomètres, une fréquence attribuée et au moins "80% de programmes spécifiques" pendant le temps antenne. Un programme spécifique est un programme réalisé par la radio elle-même. Les banques de programmes (programme clé en main distribué, souvent contre finances, aux stations qui en ont besoin) ne sont pas souvent utilisés pour le moment.

Plusieurs radios peuvent partager la même fréquence comme cela est fréquent sur la bande FM parisienne, mais une radio ne possède qu'une seule fréquence. Les réseaux ne sont pas encore autorisés mais des radios comme NRJ, Nostalgie (depuis Lyon à l'époque) ou RFM se préparent à d'éventuelles prises de contrôle de petites structures associatives.

### Conséquences

Le problème du manque de fréquences pour tous les projets

Suite à la possibilité de diffuser de la publicité, les projets de radios affluent sur les bureaux de la Haute Autorité. Cette dernière a toujours du mal à faire face à cette pléthore de demandes de fréquences, sachant

que la bande FM s'arrêtait à 104 (les fréquences de 104 à 108 appartenaient encore à l'armée). Elle accorde tout de même 1010 fréquences à 1204 associations fin 1984. Des radios doivent donc se partager le temps d'antenne.

## **Devenir ou non des radios commerciales**

Certaines stations choisissent de devenir ou redevenir des sociétés commerciales. RFM par exemple abandonne sans regrets le statut associatif. Elle redevient une station purement professionnelle : elle paye son personnel et diffuse ouvertement de la publicité. NRJ continue à diffuser de la publicité comme elle bénéficiait d'une relative impunité de la part du Parti Socialiste. La plupart des émetteurs de ces stations ont par une puissance de 2 à 10 kW alors qu'elles ne devraient pas dépasser les 500 W.

Des petites radios, comme Carbone 14 à Paris, refusent de se doter d'un agencement de programmes structuré et se sabordent. Elles libèrent donc quelques fréquences. Le public change, il veut des émissions plus régulières, plus de professionnalisme dans l'animation. Les radios qui n'ont pas de grilles précises n'ont pas grande audience.

## **Affirmation des radios commerciales et créations de quelques radios locales**

### **Les radios professionnelles et commerciales recherchent la plus forte audience**

Les annonceurs aiment se faire voir, mais en matière de radios ils veulent se faire entendre. C'est pourquoi les radios professionnelles commencent à adopter une programmation étudiée d'après ce que les auditeurs potentiels aiment entendre. Les formats radios (types de programmes) commencent à se dessiner.

RFM et Nostalgie visent un auditoire adulte. RFM se spécialise dans le rock doux, ce que les Américains appellent le "soft rock" : le format est appelé "contemporain adulte". Nostalgie diffuse aux auditeurs lyonnais des souvenirs et de la chanson française. NRJ vise les adolescents et les jeunes adultes : son programme est musical et est encore épuré de tout flash d'informations.

Ces radios cherchent à plaire à leur public, mais surtout aux éventuels annonceurs. L'audience n'est-elle pas la marchandise vendue aux annonceurs ? Les publicités ne concernent que l'auditoire visé. Ces concepts qui paraissent évidents dans une logique commerciale ne l'étaient pas dans le monde de la radio privée de la première moitié des années 80. Ils entrent néanmoins rapidement dans les mœurs.

### **Quelques créations de radios locales et commerciales**

Il n'est pas obligatoire d'être une société pour pouvoir diffuser de la publicité sur les ondes. Certaines radios optent pour une structure associative, avec des bénévoles et un tout petit nombre de salariés (voire aucun) et diffusent des messages à caractère publicitaire. Elles sont généralement très locales : on y entend souvent les accents prononcés des animateurs, des bafouillements. Certains animateurs ont un parlé agréable et leurs émissions ont une programmation digne de station professionnelle. Certaines d'entre elles quittent le statut associatif au bout de quelques mois.

Prenons l'exemple de deux radios Haut Marnaises créées en 1985 et toutes deux disparues, une à Chaumont, FIJ (devenue RDS) et l'autre à Langres (RPL).

A Chaumont, radio FIJ était une radio associative commerciale destinée aux jeunes, qui singeait NRJ. Rapidement prise en main par le quotidien local, "la Haute Marne Libérée" (Aujourd'hui, le "Journal de la Haute-Marne"), elle prend le nom de RDS 52 (Radio Diffusion Sud 52) et propose une programmation généraliste à dominante musicale. Elle devient alors une radio professionnelle. Ses flashes d'informations locaux sont composés à partir des gros titres du quotidien local et bien souvent, les animateurs écrivent dedans. Jusqu'à 1989, elle se présente à l'antenne comme indépendante, jusqu'à ce qu'elle retransmette un programme national en journée et nuit, ne se réservant que les plages horaires les plus écoutées. Elle menait des campagnes publicitaires à outrance : elle a été fortement écoutée en 1985-86 donc diffusait énormément de publicité. Presque tous les commerçants de la ville étaient présents sur ses ondes. Son auditoire s'est lassé

au fur et à mesure du temps.

A Langres, la radio est restée associative jusqu'à sa mort en 1997. En 1985, Radio Pays de Langres (RPL) était une radio pirate qui fut légalisée en 1986 : elle s'était installée pour occuper le vide de la bande FM langroise. Soutenue par la mairie de Langres, elle squattait l'ancien logement de fonction (laissé vacant) de l'instituteur d'une école toute proche. Ses animateurs étaient pour la plus grande part bénévoles et étaient triés avant de passer à l'antenne. La grille de programme était respectée à la lettre. RPL était une radio associative de qualité avec de l'information locale préparée sur place. Un journaliste était employé à plein temps et avait en même temps la direction de l'antenne.

## **Affirmation de NRJ**

NRJ est un exemple d'une radio qui a su profiter du climat politique pour s'imposer. En 1984, elle est considérée comme une radio amie par le Parti Socialiste et en 1986 par le RPR. Pourquoi un tel changement ?

Fin 1984, la Haute Autorité décide de suspendre 6 radios qui dépassent largement la puissance autorisée de leur émetteur : La Voix du Léopard, 95.2, solidarité, TSF 93, Libertaire et NRJ. Le patron de NRJ, Jean Paul Baudecroux tente d'utiliser ses appuis au P.S, mais le parti qui le croyait naïvement proche de ses thèses commence à se sentir lésé. Les négociations tournent court : l'émetteur incriminé dans l'affaire dépasse les 100 kW !

Jean Paul Baudecroux contacte un conseiller en communication qui lui organise une manifestation dans Paris pour entraîner les jeunes à soutenir "la plus belle des radios" (slogan de l'époque). Dalida accepte de parrainer l'événement et se retrouve en tête d'un cortège qui s'apparente plus à une cavalcade qu'à une manifestation. Laurent Fabius et le Président de la République interdisent la force publique et NRJ n'est pas suspendue.

Dès 1985, la radio met en place son réseau par une politique de recherche de fréquence. Dans un premier temps, elle propose à quelques radios en difficulté la retransmission de son programme à des plages horaires précises. Elle attendra une loi de 1986 pour l'officialiser.

## **L'âge mûr : la fin des illusions**

L'année 1986 entérine les évolutions des années précédentes en matière de radio.

Pour la première fois un Président de gauche nomme un Premier ministre de droite. Une nouvelle loi en matière de médias voit le jour : est-elle entièrement déterminée par le changement de majorité politique ?

### **Cohabitation de 1986 et changements**

L'année 1986 est marquée par l'élargissement de la bande F.M. de 104 à 108 MHz, mais aussi par le début de la formation de réseaux.

La loi du 30 septembre 1986 dite loi Léotard a été rédigée par le nouveau gouvernement issu de l'alternance. Dans l'exposé des motivations nous pouvons lire *"la liberté accordée aux exploitants opérant en situation concurrentielle est non seulement un gage de liberté, mais aussi d'efficacité et de compétitivité pour notre économie"*. On est très loin du *"non aux radios frics !"*.

Une nouvelle instance est créée en remplacement d'une autre : la légitimité d'une autorité de régulation n'est pas remise en cause malgré la volonté de libérer les médias de toute tentative monopolistique.

La Commission Nationale de la Communication et des libertés remplace la Haute Autorité.

La Haute Autorité est remplacée par la Commission Nationale de la Communication et des Libertés (C.N.C.L). En effet, la Haute Autorité était vue comme un organisme incapable de gérer les attributions de fréquence. De plus, elle est accusée de favoriser les radios de sensibilités de gauche ou tenues par les amis de

l'ancien gouvernement.

En réalité, cette commission poursuit le travail déjà entrepris avec un pouvoir plus vaste et des moyens plus importants (un budget 10 fois plus élevé que celui de la Haute Autorité). Elle délivre toujours les autorisations pour les radios, mais ne consulte plus TDF comme le faisait l'instance précédente, avant de donner sa réponse. Elle a le pouvoir de contrôler et sanctionner les stations en cas de dérapage. Elle impose un cahier des charges pour tout candidat à une fréquence, en cas d'acceptation du projet, elle le valide et veille à son respect.

Cette commission est composée de 13 membres qui exercent pendant 9 ans, 10 d'entre eux sont nommé : 2 par le Président de la République, 2 par le président de l'Assemblée Nationale, 2 par le président du Sénat, 1 par l'Académie Française, 1 par le Conseil d'Etat, 1 par la Cours des Comptes et 1 par la Cours de Cassation. Ces 10 membres cooptent les 3 derniers.

Cette commission est pour, dans un premier temps, chargé de faire appliquer la nouvelle loi. Les autorisations d'émettre sont redistribuées, des radios disparaissent au non de la pluralité des ondes : essentiellement des radios de gauche. Officiellement, toutes les autorisations de fréquences accordées par la Haute Autorité sont annulées, mais dans la pratique des renouvellements de fréquences se font à Paris et dans la Région Rhône Alpes.

Dès les premiers mois, la CNCL est très controversée, y compris par ses initiateurs. Le RPR l'utilise pour favoriser ses "radios amies" comme auparavant le Parti Socialiste avec la Haute Autorité.

## **La loi de 1986 modifie et prolonge celle de 1984**

Le principe de monopole est abandonné, la publicité est reconnue comme nécessaire à la vie d'une radio non subventionnée. Le point le plus important, c'est que les réseaux sont autorisés, mais dans une certaine limite. Cette loi entérine un fait : des réseaux existaient avant la loi, ils étaient illégaux, donc non contrôlés.

Les concentrations en matière de radio sont contrôlées comme le Conseil Constitutionnel s'était opposé à la constitution de groupes multimédias de dimension internationale. En matière de radio, il est possible pour un groupe de cumuler un réseau national et des autorisations locales, du moment que le nombre d'auditeurs potentiels ne dépassent pas les 30 millions. Un groupe ne peut pas encore détenir deux réseaux d'envergure nationale.

## **Des radios acceptent d'adopter un label**

A cause de leurs difficultés financières, de nombreuses radios locales privées meurent ou se réunissent sous une bannière et deviennent ainsi une maille d'un réseau. NRJ adapte le concept de franchises connu dans la grande distribution au monde de la FM. Certaines radios acceptent de prendre le label NRJ à cause de leurs difficultés financières. NRJ fournit l'émetteur si besoin et des moyens de mener des campagnes publicitaires. En échange, la radio change de nom, établit sa programmation en fonction d'une liste donnée par la tête de réseau, et rediffuse à certains horaires le programme national.

Déjà en 1986, des responsables de radios commerciales adhèrent à de nombreuses radios associatives et parfois en deviennent président. Dans ce cas, le conseil d'administration finit souvent par voter le changement de nom de la station et la connexion au réseau. La CNCL a souvent entériné le fait au nom du libéralisme prôné dans la loi de 1986.

Les radios commencent à s'équiper de paraboles satellite pour recevoir des émissions produites au niveau national. Des programmes satellitaires non signés (NSP ou Non Sign Programm) apparaissent, mais sont encore peu utilisés avant 1988-89. Un programme satellitaire non signé est un programme radio sans nom, avec de la musique, de l'information et des animateurs que les radios reçoivent via le satellite et l'utilisent comme elles le veulent. Le problème est que l'abonnement est payant tandis que les réseaux proposent leurs programmes gratuitement.

Cette période a montré la suprématie des radios commerciales qui ne diffusait pas de messages à caractère politique. Certaines radios ont créé leur réseau qu'il soit national ou régional, d'autres ont préféré recentrer

leur auditorat sur une ville ou un canton.

1984-86 montre une période où, hormis en cas de rupture d'autorisation de la part de la CNCL, la plupart des radios qui cessent leurs émissions manquent de fonds. Seules quelques radios associatives fortement subventionnées gardent leur indépendance.

Pendant ces neuf années de transition dans l'histoire de la radio, le monopole d'Etat en matière audiovisuelle est lentement tombé. Mais la loi de 1982 n'a pas supprimé totalement ce monopole, mais l'a aménagé de manière à favoriser les médias les plus proches de l'idéologie du parti socialiste.

Au début du septennat de François Mitterrand, seules les radios associatives refusant la publicité sont autorisées, du moins en théorie. NRJ n'avait pas trop été importunée sur ce plan là jusqu'en 1984, puisque son directeur, Jean Paul Baudecroux était proche du parti socialiste.

La limitation de la puissance des émetteurs à 100, puis 500 watts empêchait dans un premier temps le développement des radios commerciales, en réduisant de fait l'auditorat potentiel.

Cependant, seules les radios qui ont bravé ces deux règles ont pu survivre, si nous excluons certaines associatives destinées à des communautés bien précises (les radios scolaires et étudiantes, religieuses, ethniques...).

Mais que sont devenus les acteurs de cette aventure ? La plupart ont été réunis lors de l'opération "Vive la radio" du 24 au 26 octobre 1991 pour les 10 ans de la loi de 1981. Certains jeunes pirates sont devenus des professionnels comme Jean Yves Lafesse ou Nagui, ils recherchent l'audience pour leurs émissions.

Quelques-uns sont devenus de vrai chef d'entreprise comme Patrick Meyer ou Pierre Alberti (respectivement fondateur de RFM ou Nostalgie) avant d'avoir vendu leur radio et quitté le monde des médias français. Le média ne correspondait plus à l'image idyllique qu'ils en avaient.

Les illusions se sont estompées à la mesure que le temps passait. Les tenants de la libre parole se sont rendus compte que l'argent permet à un média de vivre, donc que le concept lui-même de "radio libre" est une utopie. Un média, quel qu'il soit est dépendant de quelque chose ou de quelqu'un et cette expérience l'a démontré

# Sources documentaires

## Ouvrages généraux

- ALBERT, Pierre. *Les médias dans le monde*. Paris : Ellipse, 1994.
- BALLE, Francis. *Médias et société*. Paris : Montchrestien, 7<sup>e</sup> édition, 1994.
- CAYROL, Roland. *Les médias : presse écrite, radio, télévision*.
- CHARON, Jean Marie (sous la dir. de). *L'état des médias*. Paris : la Découverte-Média pouvoir-CFPJ., 1991.
- JEANNENEY, Jean Noël. *Une histoire des médias des origines à nos jours*. Paris : Seuil, 1996
- LAFRANCE, Jean Paul, (sous la dir. de). *Les radios nouvelles dans le monde*.
- MAURIAT, Caroline. *La presse audiovisuelle 1993-1994*. Paris : CFPJ, 1993
- Presse, radio et histoire. *Actes du 113<sup>e</sup> congrès des Sociétés Savantes (Strasbourg, 1988)* . Paris : C.T.H.S., 1989.
- REMONTE, Jean François, DE POUX, Simone. *Les années Radio 1949-1989*. Paris : l'Arpenteur, 1989.

## Ouvrages spécialisés

- CAZENAVE, François. *Les radios libres*. Paris : P.U.F., 1984.
- COJEAN, Annick, ESKENASI, Franck. *F.M, la folle histoire des radios libres*. Paris : Grasset, 1986

## Documents ayant valeur de sources

- BELLANGER, Pierre, C. *La radio du futur. Les sept défis de la radio commerciale en France*. Paris : Armand Colin, 1992.
- LES DOSSIERS DU CANARD, *L'empire agité de la radio-télé* , n°8, septembre 1983.

## Articles

- D'AUFIN, Christian. *"La grande aventure de la F.M."* . in : Radio le magazine, n°9, février 1993.
- Dossier *"Vive la radio"* , in : Télérama, n°2180, 23 octobre 1991.

## Reuves et périodiques

- CAHIERS FRANCAIS, *Les médias* , n°266, mai-juin 1994.
- LES DOSSIERS DE L'AUDIOVISUEL, *Les radios locales* , n°63. La Documentation Française : octobre novembre 1995.
- RADIO LE MAGAZINE

## Dictionnaires et encyclopédies

- BALLE, Francis (sous la dir.de). *Dictionnaire des Médias*. Paris : Larrousse Bordas, 1998.
- JEANNENEY, Jean Noël. *L'écho du siècle. Dictionnaire historique de la radio et de la télévision en France* .Paris : Hachette, 1999

## Sites Web

- Sites généraux :  
Annuaire de la radio : <http://www.annuairedelaradio.com>
- Sites spécialisés :  
Jingles NRJ, RFM, Skyrock et autres : <http://fmstory.free.fr>  
Royan fréquence 96, histoire d'une radio libre : <http://www.royan-frequence.com>