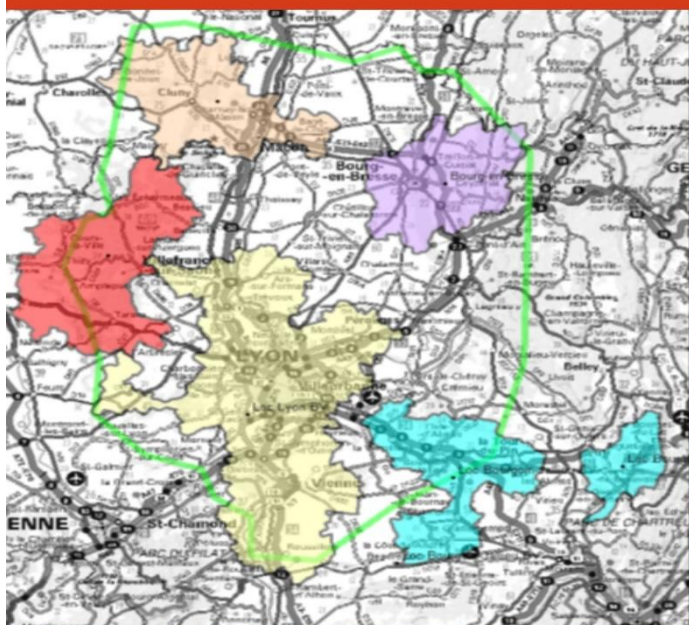


www.e-radiotv.org

Devenir une radio numérique chrétienne premium



Engagez-vous dans l'aventure de la radio numérique !

Denis STEFFEN
Stephanas.conseil@gmail.com

Devenir une radio numérique chrétienne premium

Engagez-vous dans l'aventure de la radio
numérique

Auteur : Denis STEFFEN

Stephanas Conseil

06 62 31 60 74

Stephanas.conseil@gmail.com

www.e-radiotv.org

Table des matières

INTRODUCTION.....4

UN BESOIN D'ENTENDRE LA BONNE NOUVELLE 5

L'ÉVANGILE DÉSERTE LA FRANCE.....5

RECONQUÉRIR LE CŒUR DE NOS CONCITOYENS6

UNE BONNE NOUVELLE QUI DÉFIE LE TEMPS ET LES

CULTURES6

CONNAISSEZ-VOUS L'AUDITEUR À QUI VOUS VOULEZ

PARLER ?7

L'IMPORTANCE DE LA RADIO8

UN MÉDIA QUI NOUS ACCOMPAGNE.....8

UN MÉDIA QUI TRAVERSE LES ÂGES8

UN MÉDIA PRÉSENT PARTOUT8

UN MÉDIA ASSEZ FACILE D'UTILISATION.....8

L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE9

TOUS LES MÉDIAS PASSENT AU NUMÉRIQUE9

PRESSE9

MUSIQUE9

CINÉMA.....10

TÉLÉVISION10

ET LA RADIO DANS TOUT ÇA ?11

DES UTILISATEURS DE PLUS EN PLUS BRANCHÉS11

RÉCEPTION DU WEB11

SMARTPHONES ET LES TABLETTES 11

LA TÉLÉDIFFUSION NUMÉRIQUE..... 12

LA PRÉDOMINANCE DU NUMÉRIQUE..... 12

DANS LA CONCEPTION DU PROGRAMME RADIO..... 12

DANS LA DIFFUSION DU PROGRAMME RADIO 12

LA NOUVELLE TECHNOLOGIE DE DIFFUSION À MAITRISER..... 13

QU'EST QUE LE DAB+ ?..... 13

POURQUOI LA NUMÉRISATION ? 13

UN DÉPLOIEMENT EN FRANCE..... 14

DIFFÉRENCE ENTRE LES WEBRADIOS ET LA RNT 14

CRÉER VOTRE RADIO NUMÉRIQUE..... 15

DÉBUTEZ PAR UNE WEBRADIO 16

DEVENEZ UNE RADIO PREMIUM..... 17

COMMENT DEMANDER UNE AUTORISATION DE DIFFUSION

..... 17

LES ÉTAPES DE LA RÉPONSE À L'APPEL AUX CANDIDATURES

..... 18

COMPRENDRE LA NOUVELLE TECHNOLOGIE... 19

PLUSIEURS RADIOS SUR LA MÊME FRÉQUENCE 19

COUVERTURE D'UN ALLOTISSEMENT..... 20

DONNÉES ASSOCIÉES 21

EXEMPLES DE DONNÉES ASSOCIÉES 21

À VOUS DE JOUER 22

Introduction

Dans cet ebook, je vous partage mes réflexions sur la diffusion numérique qui a pour objectif de compléter la diffusion en FM. Ce nouveau mode de diffusion peut permettre à nos concitoyens d'entendre la Bonne Nouvelle de Jésus. J'aborde les aspects spirituels, techniques et organisationnels.

Alors que la bande FM est complétement colonisée par les radios commerciales et les radios associatives historiques depuis les années 1990, devenir une radio premium sur votre région relevait de l'utopie.

« Voici, je vais faire une chose nouvelle, sur le point d'arriver : Ne la connaîtrez-vous pas ? Je mettrai un chemin dans le désert, Et des fleuves dans la solitude. » Ésaïe 43 :19

Décrocher une autorisation d'émettre redevient possible grâce à l'ouverture de la diffusion numérique terrestre en France. Une planification sur 7 années permettra une couverture de 90% de la population.

Avant d'aborder l'aspect technique, il est sage d'apporter des réponses aux questions suivantes :

- Notre pays a-t-il besoin de l'Évangile ?
- La radio est-elle un média adapté ?

Dans l'affirmative :

- Connaissons-nous notre environnement numérique ?
- Cette nouvelle technique est-elle innovante ?
- Comment peut-elle être intégrée dans le paysage numérique audiovisuel actuel ?

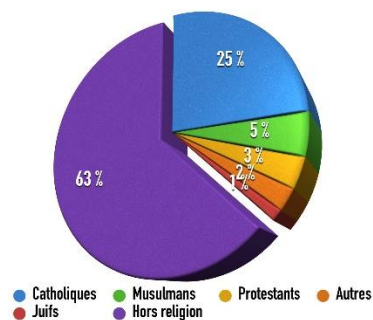
Cet ouvrage mettra en lumière les diverses démarches permettant de décrocher une autorisation d'émettre en tant que Radio Numérique Terrestre – RNT.

Un besoin d'entendre la bonne nouvelle

Beaucoup de vies ont été transformées quand les personnes ont cru à la Bonne Nouvelle de Jésus.

« Car quiconque invoquera le nom du Seigneur sera sauvé. Comment donc invoqueront-ils celui en qui ils n'ont pas cru ? Et comment croiront-ils en celui dont ils n'ont pas entendu parler ? Et comment en entendront-ils parler, s'il n'y a personne qui prêche ? » Rom 10 :13-14

L'évangile déserte la France



Pourtant, de plus en plus, nos concitoyens s'éloignent d'une connaissance de Jésus et de son enseignement. Nous sommes dans un pays où le fait d'être un chrétien convaincu est considéré comme une anomalie. Et ceci, quelle que soit notre confession !

Des politiques proposent même d'éradiquer toutes les religions comme réponse aux actes terroristes qui secouent l'Europe.

Si le Jésus-Christ historique conserve encore une bonne image de marque, les chrétiens sont déconsidérés. Une église est vue comme un repère de pédophiles, une autre comme une secte, une autre comme le repère de riches bourgeois, une autre comme un ramassis d'handicapés sociaux.

Dans cet environnement, où il est mal vu de parler de sa foi dans les lieux publics, sur le lieu de son travail, il est indispensable que notre parole puisse librement s'exprimer dans les médias qui sont encore ouverts.

Nous devons conserver la possibilité d'exprimer notre foi et de convaincre nos auditeurs. Si les médias séculiers ne nous ouvrent plus leur porte, nous avons encore la possibilité de créer nos propres moyens de diffusion (Une radio, un journal ou même une télévision) qui ont pour objectif de toucher un large public et pas seulement ceux qui approuvent notre message.

Il est urgent de reprendre la parole pour faire connaître autour de nous le message du Sauveur.

Reconquérir le cœur de nos concitoyens



Il nous faut donc reconquérir le cœur de nos concitoyens. Le CNEF (Conseil National des Évangéliques de France) propose un plan d'action afin d'implanter une église pour 10.000 personnes et vient de lancer une campagne d'information sur le thème « Libre de le dire ». Même l'église catholique s'attèle à l'activation d'une vaste œuvre d'évangélisation.

Si ces défis sont compris par le milieu ecclésial, les médias chrétiens sont de formidables outils pour participer à cette mission qui a pour but d'amener les concitoyens à mettre leur confiance en Dieu.

Une bonne nouvelle qui défie le temps et les cultures

« Cette bonne nouvelle du royaume sera prêchée dans le monde entier, pour servir de témoignage à toutes les nations » Matthieu 24 :14

« Il faut premièrement que la bonne nouvelle soit prêchée à toutes les nations. » Marc 13 :10

Dans notre société de surcommunication, nos modes de partage de l'Évangile doivent évoluer afin de toucher notre génération. Nous sentons confusément que nos anciennes manières d'aborder les gens ne nous permettent seulement de toucher ceux qui ont déjà été sensibilisés à notre message.

Il y a de multiples façons de proposer la Bonne Nouvelle à nos auditeurs. Le message de Jésus n'est pas hors sol. Nous avons un Sauveur qui a vécu dans un pays avec sa géographie, dans son temps et dans sa culture.

« Jésus parcourait toute la Galilée, enseignant dans les synagogues, prêchant la bonne nouvelle du royaume, et guérissant toute maladie et toute infirmité parmi le peuple. » Matthieu 4 :23

Nous nous approchons des autres dans un contexte géographique, culturel en nous adaptant à chaque génération.

Connaissez-vous l'auditeur à qui vous voulez parler ?

Nous ne parlons pas à tout le monde, en jetant nos paroles en l'air. Certaines radios internet le font, mais peu de monde les écoute.

Chaque radio a un format qui leur permet de toucher un segment du public. Il faut bien entendu que le segment du public soit assez large pour avoir un impact à la dimension des moyens mis en œuvre.

La vision que nous avons reçue nous donne souvent la direction dans laquelle notre effort de communication doit porter. Alors nous investissons le maximum de nos forces pour répondre aux besoins particuliers de notre auditoire.

« Tous les athlètes s'imposent une discipline sévère dans tous les domaines pour recevoir une couronne, qui pourtant sera bien vite fanée, alors que nous, nous aspirons à une couronne qui ne se flétrira jamais. C'est pourquoi, si je cours, ce n'est pas à l'aveuglette. » 1 Cor. 9 :25-26

L'importance de la radio

Un média qui nous accompagne



L'avantage de la radio, c'est que nous pouvons l'écouter en pratiquant nos activités. Elle nous accompagne partout où nous allons. 90% des français écoutent au moins une fois la radio dans la semaine et plus de 80% le font tous les jours. (Source Médiamétrie)

Un média qui traverse les âges



Depuis son invention, ce moyen de communication a résisté aux chocs politiques (ex. Radio d'État et voire de propagande dans certains pays et à certaines époques), aux chocs techniques (Modulation d'amplitude, modulation de fréquence et maintenant numérique), aux chocs des concurrents (télévision, internet et maintenant musique en ligne). La raison de la fidélité du public à ce média est qu'il a la capacité à d'être présent dans la vie quotidienne sans perturber les activités. Les êtres humains ont besoin de compagnie et la radio offre une réponse pratique à ce besoin.

Un média présent partout



Remarquez que la réception radio a cette capacité d'intégrer les appareils autour de nous. Au siècle passé, elle avait colonisé les radios réveils, puis les autoradios.

Aujourd'hui ce sont les ordinateurs, les smartphones et les tablettes. C'est la technique du « coucou ». Un nouveau mode de diffusion voit le jour, alors la radio s'y niche afin de pouvoir être présente à chaque instant de notre journée.

Un média assez facile d'utilisation

Alors que l'on avait prédit la mort de la radio avec l'arrivée de la télévision, elle reste toujours vivante et en bonne santé car elle apporte une présence légère sans insistance, toujours bienveillante. Elle ne demande pas à ces promoteurs les moyens importants du cinéma et de la télévision, ni les énormes structures des réseaux internet.

L'environnement numérique

Nous vivons une véritable révolution technique et sociétale. Tous les pans de la société sont touchés par l'utilisation du numérique. Nous sommes cernés. Même si nous ne le mesurons pas vraiment, son impact sur nos vies, sur la société et sur la communication est essentiel.

Tous les médias passent au numérique

L'ensemble du secteur de la communication est ébranlé et se restructure pour donner toujours plus aux utilisateurs. Nous sommes dans une société de surcommunication ! Le numérique multiplie le nombre de messages et de canaux de diffusion. Faisons un rapide tour de la « planète-communication » et de son évolution vers le numérique.

Presse

Commençons par la presse.



De plus en plus, nous consultons la presse sur notre ordinateur et sur notre smartphone. Les grands journaux papier ont leur équivalent en numérique, où ils nous proposent :

- Des articles gratuits
- Des articles payants
- Des abonnements.

Musique



Qui achète actuellement des disques vinyles ? Nous sommes passés depuis longtemps au numérique avec le CD. Cette mutation s'étend à la diffusion de la musique en ligne. Deezer et Spotify en sont les derniers exemples.

Cinéma



Nous ne nous sommes même pas rendu compte que les bandes magnétiques ont disparu du cinéma ! La production entièrement numérique qui apporte l'avantage indéniable de nous faire profiter des effets spéciaux.

Le travail de production, de montage et de diffusion a connu une révolution sans précédent, alors que le public confortablement installé dans les salles obscures n'en a pas mesuré l'impact.

Télévision



Le mode de diffusion de la TNT est entré dans les mœurs. Nous en sommes déjà à la deuxième génération. Cela a permis à de nouvelles chaînes de voir le jour. Il y a du bon et du mieux bon. Des recyclages d'émissions et des informations en continu, des chaînes régionales.

Une nouvelle concurrence se lève face à la diffusion en continu : la vidéo à la demande. Grâce à leur expérience, les chaînes de TV par l'intermédiaire de leurs plateformes de replay comme Canal +, M6Replay, MyTF1 résistent à la nouvelle concurrence portée par les nouveaux entrants comme Netflix (films et séries en VOD).

Et la radio dans tout ça ?



La radio est le secteur de la communication qui utilise toujours le secteur analogique avec la diffusion en FM. Les radios historiques ont même conservé leur diffusion en AM, même si l'abandon des ondes longues par Radio France marque le premier signe d'un désengagement dans ce secteur. Toutes ces radios diffusent en parallèle sur le web en ajoutant des programmes complémentaires. Les smartphones et les tablettes, derniers objets principalement utilisés dans la mobilité, accèdent à l'univers de la radio grâce à des applis.

L'ensemble des studios de production et de diffusion sont à l'heure du numérique. Les radios associatives, dont font partie les radios chrétiennes françaises, possèdent toutes des régies numériques.

Pourtant, la diffusion hertzienne terrestre en numérique RNT tarde à venir. Les premières diffusions ont commencé en 2012 sur Paris, Marseille et Nice et vont se poursuivre sur Lille, Strasbourg et Lyon en 2017.

Des utilisateurs de plus en plus branchés

Cette transformation des moyens de communication rencontre son public de plus en plus branché et à l'aise avec les technologies numériques au travers de trois modes de diffusion : le web, la téléphonie mobile et la télédiffusion numérique.

Réception du Web

Pour recevoir les médias, les français utilisent de plus en plus le Web 2.0. C'est-à-dire la possibilité de profiter de leur média préféré sur leur ordinateur, leur smartphone et leur tablette Wi-Fi.

Plus des deux tiers des ménages ont un accès à Internet à leur domicile en souscrivant un abonnement ADSL auprès d'un opérateur télécom (source [INSEE](#)).

En 2010, plus de 64 % des ménages déclaraient avoir un accès à Internet à leur domicile contre 56 % en 2008 et seulement 12 % en 2000, et la progression est continue.

Smartphones et les tablettes

L'internet mobile confirme sa percée spectaculaire. Avec notre abonnement téléphonique, nous sommes connectés avec l'ensemble des ressources disponibles sur le Web.

L'ordinateur est détrôné par la tablette chez les 7-12 ans et concurrencé par le smartphone chez les ados (source [Journaldunet](#)).

La télédiffusion numérique

C'est la seule réception qui ne coûte pas un abonnement à celui qui reçoit les programmes. La réception de la télévision TNT et de la radio RNT (qui a débuté sur 3 villes) est totalement gratuite après l'achat du récepteur.

Nous pouvons aussi classer dans cette rubrique, la réception directe par satellite. Cette diffusion permet en particulier d'atteindre plus largement des populations qui vivent dans des pays où la liberté d'expression est muselée.

La prédominance du numérique

Dans la conception du programme radio



Le numérique est un formidable outil de productivité. Il permet de faire des choses qui demandaient énormément d'énergie et de main d'œuvre.

Dans le secteur de la radio, l'enregistrement d'émissions a été simplifié avec une qualité de conservation qui perdure dans le temps. Avec des manipulations simples, il est aisé de mettre en place une grille de programme. Alors que nous devions chercher un disque dans notre bibliothèque, le caler sur la platine pendant qu'un autre était diffusé, nous avons remplacé cela par un déplacement de souris sur un écran.

En quelques heures, le programmateur planifie sa grille sur une semaine.

Et tout cela, pour le bénéfice de l'auditeur puisque la qualité est augmentée.

Dans la diffusion du programme radio

Alors que la radio était caractérisée par le direct, la présence, l'instantané, nous pouvons maintenant proposer à nos auditeurs de réécouter nos émissions sans surcote grâce au podcast.

La nouvelle technologie de diffusion à maîtriser.

Qu'est que le DAB+ ?



Après la diffusion des programmes en AM (Modulation d'amplitude), puis en FM (Modulation de Fréquence), le DAB qui signifie « Digital Audio Broadcasting » - « Radiodiffusion Sonore Numérique », est un système de radiodiffusion numérique développé par un projet européen et actuellement exploité sur d'autres continents. Les premières émissions commerciales ont eu lieu en 1995, et depuis 2007 c'est une version améliorée du standard qui est déployée : le DAB+.

Pourquoi la numérisation ?

Le DAB+ permet la diffusion numérique de programmes radiophoniques, via les ondes hertziennes par voie terrestre ou par satellite. Dans de bonnes conditions de réception, la qualité est analogue à celle des lecteurs de CD audio.

Chaque programme est accompagné d'informations telles que son nom, le titre des émissions ou des morceaux passés à l'antenne, et éventuellement des images et données supplémentaires.

Par rapport à la radio FM, le DAB offre un certain nombre d'avantages à ses auditeurs :

- Absence de bruit de fond (« souffle ») dû à une réception moyenne ou aux perturbations ;
- Possibilité de diffuser plus de stations ;
- Mise à jour totalement automatique de la liste des stations par le récepteur ;
- Données associées aux programmes potentiellement plus riches que celles offertes par le RDS : textes, images, informations diverses, sites web ;
- Robustesse face aux perturbations lors d'utilisation en réception mobile (voiture, train) y compris à grande vitesse.



Un récepteur adapté doit être utilisé : les traditionnels récepteurs de radio analogique AM et/ou FM ne peuvent décoder les données numériques du DAB.

Un déploiement en France.

Cette technologie DAB+ a commencé son déploiement par des tests, un appel aux candidatures en 2008 qui a permis à trois zones (Paris, Marseille et Nice) d'accueillir des dizaines de radios qui ont débuté leur diffusion en 2012.

En France, on appelle ce type de diffusion : RNT (Radio Numérique Terrestre) en référence à la TNT (Télévision Numérique terrestre) dont on peut actuellement mesurer le succès.

Le déploiement va s'étendre sur 7 ans de 2016 à 2023. La France rejoindra alors les pays déjà engagés dans cette voie.

Différence entre les webradios et la RNT

Mais pourtant, me direz-vous, n'existe-t-il pas déjà des radios numériques ?

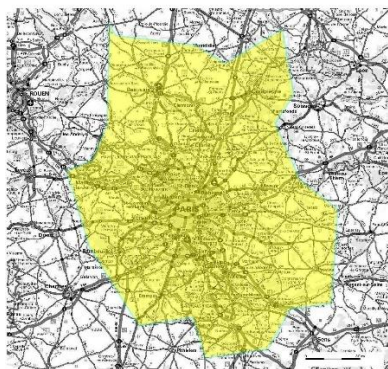
Dès que l'on parle de diffusion numérique, on pense aux webradios. C'est la diffusion numérique la plus courante. Nous pouvons recevoir ces radios sur notre ordinateur, tablette ou smartphone.



Il existe plus de 10.000 webradios francophones et des millions dans le monde. Toutes les personnes ayant un accès internet peuvent capter ces millions de radio. Si vous voulez écouter toutes les radios francophones pendant 5 min, vous aurez besoin de plus de 35 jours 24 h/24 h. Cela vous permet de mesurer la diffusion et la concurrence. Les acteurs de la radio FM sont aussi fortement présents dans les webradios. Par exemple, le groupe NRJ diffuse plus de 150 webradios. <https://fr.wikipedia.org/wiki/Webradio>

Si la diffusion numérique des webradios est aussi répandue, c'est quelle est la plus facile à mettre en œuvre. Mais en contrepartie une webradio a beaucoup de mal à conquérir et à garder son public.

Alors que la webradio diffuse dans un espace immense, la RNT est limitée par le nombre de canaux disponibles. Elle est aussi reçue sur un territoire déterminé. Ce qui lui confère un avantage certain sur son territoire, au même titre que la diffusion FM.



Limitée sur sa zone de couverture, elle a paradoxalement plus d'impact sur elle.

La radio numérique se concentre sur un territoire. Ce qui lui permet d'être plus proche de ses auditeurs et par voie de conséquence d'être mieux reconnue par eux. Elle a un grand avantage sur la webradio perdue dans l'immensité du web.

Les radios basant leur communication seulement sur la diffusion sous IP, sont dépendantes des fournisseurs d'accès. Le conflit entre Tunein (groupe Sony) et Radionomy (groupe Vivendi) montrent que des changements de règles indépendantes de la volonté des radios peuvent faire chuter dramatiquement leur audience. Certains commerces vivant exclusivement d'internet se sont effondrés quand Google a changé son algorithme de recherche de site. Avec le DAB+, les radios sont maîtres de leur diffusion.

Créer votre radio numérique

Si vous êtes convaincus que la radio est un moyen efficace pour amener l'Évangile et que vous ressentez l'appel de Dieu pour cette œuvre, alors engagez-vous dans cette direction.

Comme une plante fragile s'élève du sol, la radio va passer les nombreuses étapes de la croissance comprenant la germination, la sortie du sol, la fortification pour arriver à la maturité.

C'est un long chemin qui vous attend.

« Lequel de vous, s'il veut bâtir une tour, ne s'assied d'abord pour calculer la dépense et voir s'il a de quoi la terminer, de peur qu'après avoir posé les fondements, il ne puisse l'achever, et que tous ceux qui le verront ne se mettent à le railler » Luc 14 :28-29

Après le premier calcul pour mesurer votre foi, compter vos moyens, faire le point sur vos capacités, passez à l'action et commencez à faire vos premiers pas.

"Qui donc méprisait le temps des petits commencements ?" Zacharie 4.10

Débutez par une webradio

Avant de débiter une radio numérique terrestre, il faut premièrement faire ses preuves. La création d'une webradio est la première étape indispensable pour ceux qui ne diffusent pas encore en FM ou sur Internet.

C'est la plus facile et la moins onéreuse. Elle permet mettre le pied dans ce milieu qui demande de nombreuses compétences.

L'investissement minimum de 2.000 € avec un coût de fonctionnement de 150 € par mois permet commencer en amateur. Il vous suffit de posséder un ordinateur et un diffuseur ou serveur pour mettre en ligne votre premier programme.

Mais les coûts s'élèvent rapidement dès que vous voulez développer votre programme et votre audience. D'après la fondatrice de Radio Ethic, le budget nécessaire à la création d'une webradio est compris entre 60 000€ et 80 000€ dès lors que l'on souhaite réaliser des émissions à l'aide de pigistes, sous-traiter la musique etc. » ...

En vous engageant à aller plus loin, vous allez grandir en vous appuyant sur 4 piliers : votre équipe, vos auditeurs, votre programme et vos finances.

Puis par petites touches,

- Vous améliorerez la grille en parallèle avec la montée en compétences des animateurs et l'ajout de programmes de qualité.
- Vous vous confronterez aux difficultés techniques de la prise de son et de la diffusion.
- Vous grandirez dans la recherche de fonds, indispensable pour passer les étapes suivantes.
- Vous apprendrez à mieux connaître votre public avec vos premiers retours d'audience.
- Vous rassemblerez autour de votre radio des soutiens financiers et spirituels.

« Faisons le bien sans nous laisser gagner par le découragement. Car si nous ne relâchons pas nos efforts, nous récolterons au bon moment. » Gal. 6 :9

C'est en forgeant qu'on devient forgeron. En agissant avec persévérance à partir de votre vision tout en continuant à vous former, vous pourrez marcher de progrès en progrès.

C'est votre impact auprès de vos auditeurs qui est l'objectif de votre radio. Comme les retours sont plus aisés pour une webradio, vous pourrez mesurer le nombre d'auditeurs, la durée d'écoute moyenne et l'origine géographique de votre public. À la vue de ses résultats, vous adapterez votre programmation et votre service auprès de votre auditoire.

Devenez une radio premium



Pour passer en diffusion numérique terrestre, vous aurez besoin de la validation de l'autorité de tutelle. En France, c'est le CSA - Conseil Supérieur de l'Audiovisuel qui octroie les autorisations d'émettre.

Les ressources hertziennes sont rares et par voie de conséquence elles limitent ipso-facto sur votre région le nombre d'autorisation à une trentaine en FM et une cinquantaine en DAB+.

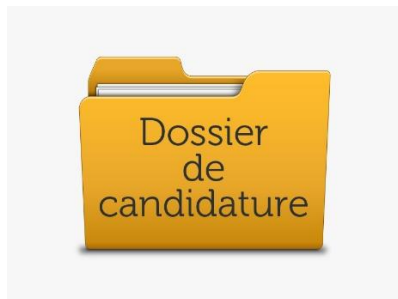
Il est donc impératif que le CSA vous juge parmi les meilleurs programmes à mettre à la disposition des auditeurs.

Comment demander une autorisation de diffusion

Maintenant, vous vous préparez à entrer dans la cour des grands pour devenir une radio premium.

Le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) a lancé un calendrier d'une durée de 7 ans pour couvrir la France d'émetteurs RNT. Il faut participer à l'appel aux candidatures dans les délais pour décrocher une autorisation d'émettre sur un canal DAB+.

Il faut remettre un dossier de candidature qui présente de manière détaillée votre projet. Cela exigera de vous un travail soutenu et plusieurs mois d'efforts. Il est impératif de vous faire accompagner par des personnes expérimentées dans ce domaine.



Après la publication au journal officiel de l'appel aux candidatures, vous aurez deux mois pour remplir votre dossier et le soumettre au CSA.

Votre dossier comprendra plusieurs chapitres.

- Le plus facile à remplir est le chapitre de présentation. Qui vous êtes ? quelles sont vos relations ? Vos capacités ?
- La partie programme sera plus aisée si vous avez déjà diffusé sur le Web ou en FM. Il faut présenter le programme de manière claire et compréhensible par une autorité gouvernementale laïque. Elle appréciera l'utilité de votre programme en fonction de son intérêt pour le public et à partir de critères bien encadrés par la loi.
- Mais quel est le coût ? Il est assez simple de rédiger une estimation qui comprendra les frais de personnel, les coûts du studio, les frais de diffusion hertzienne et les coûts de promotion. La tâche

la plus ardue sera l'argumentation du plan d'affaires ou business-plan sur 5 ans. Votre connaissance des subventions possibles et votre expérience dans la recherche de fonds devront être mises en valeur.

- Le chapitre technique est une partie nouvelle qui diffère des appels aux candidatures en FM. Je le détaillerai plus loin.

Les étapes de la réponse à l'appel aux candidatures

Première étape : Avant l'appel aux candidatures

- Le CSA lance une consultation publique qui permet de recueillir les observations et les demandes des acteurs (Radios, Opérateurs techniques, Institutions et même particuliers). Il est important que vous signaliez votre intention d'être présent lors du prochain appel aux candidatures.
- Le CSA analyse les retours de la consultation et détermine les contraintes techniques d'émission nécessaires pour la protection des fréquences nationales et internationales.
- Publication par le CSA des études d'impact réalisées par leur soin afin de recueillir les observations des acteurs potentiels.

Deuxième étape : Appel aux candidatures

- Le CSA publie au journal officiel l'appel aux candidatures en donnant la date butoir pour la restitution de votre réponse.
- Vous avez 2 mois pour répondre et déposer votre dossier avant la date butoir. Attention ! Il n'y a pas de repêchage !

Dernière étape : Retour du CSA aux candidatures

Je donne ici un calendrier estimatif pour vous permettre de mieux appréhender le délai de mise en route si vous déposez un dossier au mois d'avril.

- Avril : **dépôt des dossiers** répondant à l'appel aux candidatures
- Juillet : **Publication de la recevabilité** de votre dossier si toutes les pièces indispensables sont présentes. Attention ! Cela ne vaut pas autorisation.
- Septembre : **sélection** des dossiers de candidature avec affectation dans un multiplex.
- Novembre : **autorisation** des éditeurs de services (radios)
- Premier semestre de l'année suivante : Les radios d'un multiplex choisissent un opérateur technique pour la diffusion multiplex
- Environ 3 mois après : **démarrage des émissions**

C'est une procédure longue. Si vous avez eu la faveur de Dieu pour passer chaque étape éliminatoire, vous aurez la joie de décrocher une autorisation d'émettre de 10 ans renouvelable.

Comprendre la nouvelle technologie

Nous abordons un sujet qui est nouveau pour l'ensemble du secteur radio. Ce secteur s'est construit techniquement autour de la diffusion FM lors de l'ouverture des ondes aux radios privées en 1982.

L'ouverture de la diffusion numérique apporte un souffle nouveau. Il est vital d'apprendre comment fonctionne cette technologie. La maîtrise de la diffusion FM n'est d'aucune utilité car les procédures de mise en place des émetteurs et la diffusion des programmes diffèrent totalement.

Voici les trois changements importants par rapport à la diffusion FM.

- Plusieurs radios diffusent leur programme sur la même fréquence.
- La définition de la couverture se fait par l'intermédiaire d'une zone géographique appelée allotissement.
- Des données complémentaires comme du texte et des images s'affichent sur les récepteurs.

Plusieurs radios sur la même fréquence



Une entente entre les radios appelées aussi éditeurs de programme est indispensable, car plus de 9 radios diffusent sur la même fréquence. La culture de l'indépendance chère à beaucoup de radios n'est plus de mise. Si certaines radios FM se diffusaient elles-mêmes avec leur propre émetteur et sur une implantation qu'elles ont choisie, elles devront désormais, en passant en RNT apprendre à travailler avec d'autres collègues et concurrents.

Les radios se regroupent dans un multiplex qui fait appel à un opérateur. Pour la création du multiplex, des relations doivent donc être établies entre les différentes radios qui veulent en faire partie.

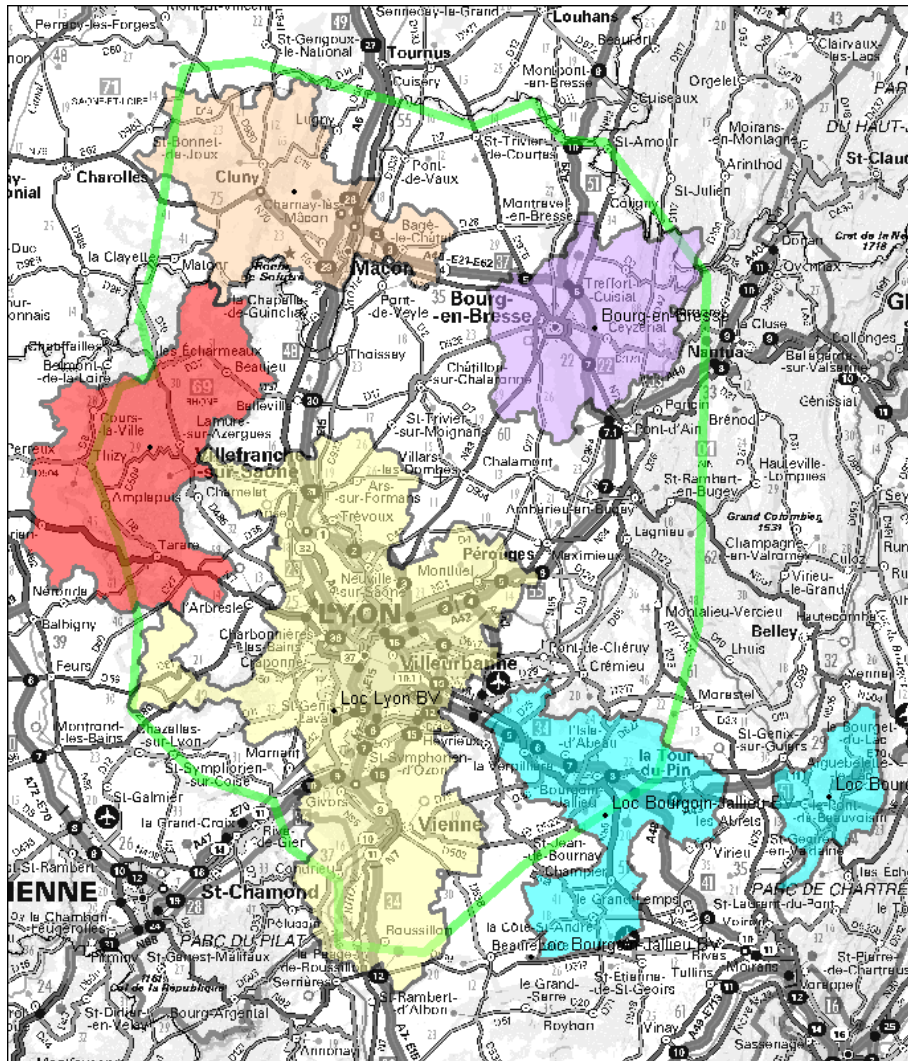
Le choix de l'opérateur de diffusion se fait à l'unanimité des membres du multiplex. Cela ressemble à une association de copropriétaires dans une résidence. Le multiplex gère la diffusion avec un opérateur. Il peut posséder son propre site de diffusion géré par un opérateur ou déléguer totalement la diffusion sur le site d'opérateur indépendant.

Couverture d'un allotissement

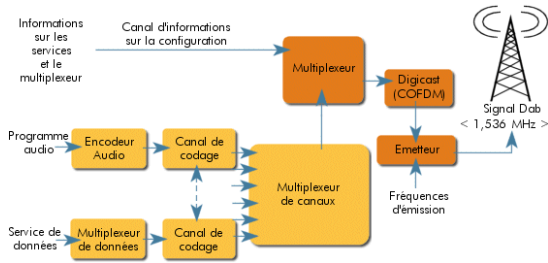
Alors que la zone de couverture d'une radio FM était définie par l'emplacement de l'émetteur et sa puissance, la zone de couverture d'une radio numérique est définie par son allotissement soit une zone géographique délimitée par un contour, associée à un canal (une partie de la fréquence) et garantissant un niveau de service (par exemple un niveau de champ radioélectrique minimum de 75dBµV/m à 1.5m/sol). Le CSA publie avant le lancement de l'appel aux candidatures une carte délimitant les contours de ce territoire.

Exemple : DESCRIPTION DE L'ALLOTISSEMENT ÉTENDU DE LYON ET DES ALLOTISSEMENTS LOCAUX QUI Y SONT INCLUS

- L'allotissement étendu dans la zone de Lyon s'étend sur le périmètre géographique délimité par le contour vert.
- Au sein de cet allotissement étendu, cinq zones correspondant à des allotissements locaux ont été définies.



Données associées



En plus du son, le DAB+ permet de transporter des images et du texte. Les nouveaux terminaux, qui seront équipés de petits écrans, permettront de consulter des informations supplémentaires que l'on appelle des "données associées".

La qualité des données associées dépend de la bande passante qui est allouée.

- 2 kbps : débit mini pour le fonctionnement de certains récepteurs (tous les types d'images sont fortement dégradés). Certains récepteurs acceptent l'absence de débit.
- 10 kbps : diffusion d'une image fixe conçue pour la diffusion en DAB (Logo), la définition est trop faible pour coder une image avec du texte. Renouvellement en quelques images par secondes.
- 30 kbps : diffusion d'un diaporama d'images de bonne qualité. Il est possible de diffuser des images avec du texte. Les images vidéo ne vont pas servir pour faire de la télévision mais simplement pour apporter des compléments à l'antenne.

Selon les stations, les données prendront des formes diverses.

- Soit, elles seront purement informatives comme le suivi du score d'un match, les cours de la bourse ou la météo.
- Soit, elles se contenteront d'indiquer le contenu de l'antenne comme, par exemple, les références de la chanson actuellement diffusée. Liées à des bases de données, elles pourront devenir une mine d'information.

Exemples de données associées

De nombreuses possibilités s'offrent à nous. La créativité au niveau des données associées doit atteindre le même niveau de qualité que celui que vous recherchez pour vos programmes.

Les principales limites sont les coûts en bande passante et la taille de l'écran. Il faut éviter les images trop chargées et les textes trop longs. Comme le développement des jingles pour la partie audio, les icônes permettent de donner une image à l'émission et à la station.

Il (Yahwé) lui (Betsaleel, fils d'Ouri, descendant de Hour) a aussi accordé, de même qu'à Oholiab, fils d'Ahisamak de la tribu de Dan, le don d'enseigner sa technique à d'autres. Exode 35 :34

À vous de jouer

Je vous ai donné le maximum d'informations pour vous lancer dans l'aventure. Alors maintenant à vous de prendre le chemin du succès par la foi, la persévérance, la détermination.

« Votre détermination, votre foi et votre persévérance sont les ingrédients nécessaires pour la "sauce du succès" de votre vie ici-bas. » MAMADOU KARAMBIRI -

« Oubliant ce qui est derrière moi, et tendant toute mon énergie vers ce qui est devant moi, je poursuis ma course vers le but... » Phil. 3 :13-14

