

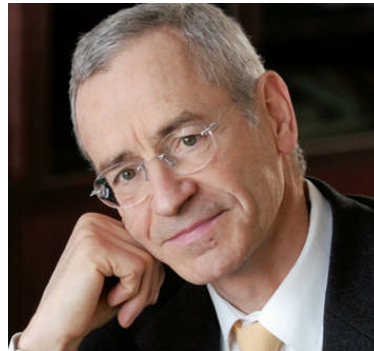
107.7 : Un Ovni dans le paysage audiovisuel français

Charles DARGENT

L'AUTEUR :

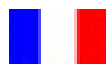
HEC et économiste de formation, **Charles Dargent** a consacré la première partie de sa carrière à la recherche et à l'enseignement de cette discipline et aux études d'aménagement du territoire (Institut de Science Economique Appliquées [ISEA, laboratoire Collège de France-CNRS], Universités de Mexico, Orléans et Tours, Organisation d'Etudes d'Aménagement de la Région Centre [DATAR]). Il en a passé la seconde moitié comme cadre dirigeant d'un grand groupe autoroutier. Au sein de celui-ci, il a conçu en 1991, créé et dirigé, la radio autoroutière Autoroute-Info 107.7. Il a parallèlement animé, également jusqu'à son retrait de la vie active, le groupement professionnel des radios d'autoroute.

Il est l'auteur de nombreux articles, conférences et séminaires sur les thèmes de l'aménagement du territoire et de la radio autoroutière.
ccdargent@wanadoo.fr



ccdargent@wanadoo.fr

Cet article est inédit. Il a été publié pour la première fois sur le site du GRER en octobre 2010 et constitue le résumé d'un travail plus développé sur le sujet



107.7 : UN OVNI DANS LE PAYSAGE AUDIOVISUEL FRANÇAIS

L'une des originalités du développement du monde de la radio à la fin du siècle dernier a été son irruption dans le monde de la route, un domaine avec lequel elle flirtait timidement depuis les années 50. En 1991, le paysage radiophonique français a intégré la fréquence 107.7, celle de l'information routière. Elle jouit d'une grande popularité, puisque deux Français sur trois ont déjà écouté 107.7, et que personne n'imagine aujourd'hui une autoroute en France sans sa fréquence radio dédiée. Pourtant, cette originalité du paysage audiovisuel français, qui associe prouesses technologiques et rigueur journalistique, reste méconnue. Dans une première section de cet article, est examinée l'origine de la radio autoroutière ; dans la seconde, comment elle fonctionne.

Mots-Clés : Radio, Autoroute, France, Histoire, Fonctionnement, Technologie, Journalisme, Information, Information service, Information trafic, Circulation routière, 107,7 FM



107.7: AN UFO IN THE FRENCH BROADCASTING LANDSCAPE

One of the originalities of the development of the radio world at the end of last century was its irruption of full foot in the world of the road. A field with which flirted shyly since the Fifties. In 1991, the French radio landscape joined frequency 107.7, that of the road information. It enjoys a great popularity, since two French out of three already listened to 107.7, and that nobody imagines today a highway in France without his dedicated radio frequency. However, this originality of the French audiovisual landscape, which associates technological exploit and journalistic rigor, remains underestimated. In a first section of this article, the origin of the highway radio is examined; in the second, how it works.

Keywords: Radio, Highway, France, History, Operation running, Technology, Journalism, Information, Information service, Traffic information, Road traffic, 107,7 FM



107.7: UN OVNI EN EL PAISAJE AUDIOVISUAL FRANCÉS

Una de las originalidades del desarrollo del mundo de la radio a finales del último siglo fue su irrupción en el mundo de la carretera, un campo con cual coqueteaba tímidamente desde los años 50. En 1991, el paisaje radiofónico francés integró la frecuencia 107.7, la de la información del tráfico en las carreteras. Goza de una gran popularidad, ya que dos franceses de cada tres ya escucharon 107.7, y ya que nadie imagina hoy una autopista en Francia sin su frecuencia radio dedicada. Sin embargo, esta originalidad del paisaje audiovisual francés, que asocia proezas tecnológicas y rigor periodístico, queda desconocida. En una primera sección de este artículo, es examinado el origen de la radio de autovía; en el segundo, cómo funciona.

Palabras Claves: Radio, Autopista, Francia, Historia, Funcionamiento, Tecnología, Periodismo, Información, Información servicio, Información tráfico, Tránsito, 107,7 FM

SECTION I

I. UNE CONVERGENCE IMPROBABLE.

Les années 80 ont vu des évolutions significatives dans deux secteurs traditionnellement très contrastés et éloignés l'un de l'autre et qui se tenaient tels : la route et la radio.

Introduit par la loi de 1955, le système de la concession à péage donne les moyens de construire un réseau d'autoroute assurant fluidité et sécurité, au trafic en très forte croissance qui accompagne l'expansion économique exceptionnelle des « trente glorieuses ». Fluidité : une autoroute à deux fois deux voies accueille trois fois plus de trafic qu'une « nationale » à deux voies ; sécurité : les taux de sinistres sont quatre fois plus faibles sur autoroute que sur le reste du réseau routier.

Après une phase de construction intense dans les années 60-70, le développement autoroutier a mis en œuvre une série de sophistications technologiques, pour les besoins de la gestion technique du réseau, appelée « exploitation », c'est-à-dire entretien, surveillance, intervention et perception du péage.

Les années 80 ont vu les premières études de marketing menées par les SCA¹. Celles-ci les conduisirent à considérer l'usager comme un client, du fait qu'il paie le péage (alors qu'il s'agit juridiquement d'une redevance pour service public), et à mettre en œuvre des politiques de qualité de service. Points d'orgue de cette évolution, à côté de l'acquittement du péage sans arrêt ni intervention du « client » (le télépéage) : l'émergence et la prise en compte d'un besoin nouveau: l'information routière « en temps réel ».

Toutefois, issus des mondes du BTP et de l'Administration (les Ponts et Chaussées mais aussi l'Armée, car la responsabilité de la perception du péage a souvent été confiée à l'origine à d'anciens militaires), les exploitants autoroutiers n'étaient pas traditionnellement très demandeurs de contact avec la presse écrite ou audiovisuelle. Ils se méfiaient de la curiosité des journalistes et de leur penchant pour les titres à sensation (« accident sanglant », « tas de ferraille », « embouteillage et carambolage monstres », etc.). « Pour vivre heureux, vivons cachés » peut être considéré comme avoir été la devise des exploitants autoroutiers jusque dans les années 80.

Alors que les chantiers routiers s'activent dans toute la France, on a l'impression que, à l'inverse, le paysage audiovisuel français reste assez monotone jusque dans les années 70.

Les raisons en sont à la fois techniques et sociopolitiques.

En effet, d'une part la modulation d'amplitude offrait des possibilités de développement limitées; d'autre part, le monopole étatique de la radio se traduisait par une soumission assez générale des programmes à la tutelle du pouvoir politico-administratif. Les quelques innovations viennent de l'intérieur du service public (on pense aux initiatives de Roland Dhordain) et des rares nouveaux venus, essentiellement Europe N° 1.

Avec la révolution technologique de la FM (qui apporte un élargissement considérable des capacités de diffusion, l'amélioration de la qualité d'écoute et l'abaissement des coûts), la libéralisation des ondes en 1981, déclenche la multiplication des radios de toutes sortes. Apparaissent notamment les radios thématiques - en particulier la première radio d'information continue, France-Info - et les radios locales dites libres, puis commerciales, et ensuite en réseau (grâce à la technique du décrochage). Le paysage radiophonique privé sera progressivement planifié par les autorités régulatrices de l'audiovisuel, avec en point d'orgue le « communiqué 34 » du CSA en 1989, qui, avec ses amendements, classe les radios privées en cinq catégories en fonction de critères précis relatifs à la production des programmes, à leur diffusion et à leur financement.

¹ SCA : sociétés concessionnaires d'autoroutes. Jusqu'à la privatisation presque totale du secteur en 2005-2006, on distingue parmi les SCA, les « Semca », sociétés d'économie mixte où l'Etat était majoritaire.

Côté technique de réception, la maîtrise de l'utilisation des semi-conducteurs dans les transistors pour amplifier le son dans les années 50, et l'utilisation des circuits imprimés à partir des années 60, permettent une miniaturisation et une baisse des coûts considérables des récepteurs, avec l'effet démultiplicateur bien connu du marché. Avec l'utilisation des piles à la place de l'alimentation sur secteur, l'écoute de la radio s'écarte progressivement du salon familial, où elle va laisser une place croissante à la télévision, notamment en soirée, pour se multiplier et se disséminer, grâce à des récepteurs portables et bon marché, et conquérir des publics nouveaux, comme les jeunes et les automobilistes. Relié par un câble à une antenne de portière, le « transistor » prélude à la grande diffusion de l'autoradio dans les années 80. Celui-ci s'impose alors comme l'accessoire indispensable de la voiture particulière et le compagnon quotidien du chauffeur routier : au début des années 90, 85 % des automobiles en sont équipées, et un Français sur quatre écoute la radio en voiture.

Dès les années 50, la radio avait commencé de prendre la route, de façon ponctuelle sur les ondes des grandes radios généralistes, « publiques » et « périphériques ».

Il y eut les émissions dédiées aux routiers (dès 1955 avec « Route de Nuit » sur Paris-Inter) et les opérations nationales de « radio-guidage » mises en place à partir de 1951 par Inter Service Route, puis « La Route en Direct » avec le concours de la Gendarmerie Nationale. Le Centre National d'Information routière (CNIR) est créé en 1966 et devient vingt ans plus tard une véritable plate-forme de centralisation de l'information publique sur la circulation routière à l'échelle nationale, s'appuyant sur les six CRICR régionaux, et les remontées d'information des services de l'Équipement, des CRS, de la Gendarmerie, ainsi que de la Météorologie Nationale.

Ces opérations de radioguidage sont très écoutées par les conducteurs pendant le chassé-croisé des vacances : c'est déjà le cas de près d'un conducteur sur trois disposants d'une radio à bord (c'est-à-dire un conducteur sur cinq) en 1978, selon une enquête IRT-Sofres². Mais même lorsque les stations périphériques adoptent la FM, à partir de 1986 (sans abandonner pour autant les grandes ondes qui sont encore très écoutées), leurs programmes – y compris les radioguidages – restent nationaux, c'est-à-dire produits dans des studios parisiens et diffusés uniformément. Aussi (comme il faut également le reconnaître pour France-Info, première chaîne nationale à dédier une rubrique à l'information routière, mais diffusant un seul et même programme sur tous ses émetteurs FM répartis sur le territoire national) ne peuvent-elles atteindre au degré de précision qui les rendrait pertinentes pour une majorité de conducteurs à l'écoute, tandis qu'elles risquent de lasser les autres. Selon la même enquête IRT-Sofres, près de quatre conducteurs sur cinq sont alors d'accord pour dire que « les bulletins d'information routière et de radioguidage c'est un peu comme les prévisions météo : cela permet uniquement de se faire une idée sur les conditions générales de circulation ». Près de deux sur trois, que « quand on n'est pas sur les routes où il y a des encombrements, entendre à longueur de journée les radioguidages ou les informations routières, c'est lassant »³.

Il faut citer aussi les opérations locales.

Au premier rang, *Fip* occupe une place à part, puisque, créée en 1971, cette radio publique à vocation locale parisienne diffuse régulièrement un bulletin d'information sur les conditions de circulation dans Paris par la voix des célèbres « fipettes ». Si les automobilistes à l'écoute n'en attendent pas nécessairement les informations opérationnelles qui les guideraient dans leur itinéraire, en revanche ils y trouvent un accompagnement et une détente d'autant plus nécessaires lorsque s'étendent les embouteillages et que guette la crise de nerf⁴. Les premières actions régionalisées sont menées sur le réseau autoroutier non concédé par les stations locales de Radio-France en partenariat avec les Services de l'Équipement. Mais elles ne réussissent que rarement à mobiliser les rédactions.

² JR Carré et G Michaut, Institut de Recherche des Transports, *Les besoins des conducteurs en matière d'information routière*. Résultats d'un sondage réalisé en collaboration avec la Sofres, novembre 1978

³ *Ibid.*

⁴ Les problèmes posés par l'information routière dans les grandes conurbations, notamment la région parisienne, sont spécialement évoqués plus loin.

D'autres concernent le réseau autoroutier concédé : elles se traduisent par des conventions liant des SCA à des radios locales principalement privées. Mais celles-ci, plus motivées par les considérations économiques et les programmes d'animation que par l'information, y voient surtout une opportunité de faire leur promotion par des panneaux, en dérogation aux règles très strictes qui encadrent la publicité sur autoroute⁵. Au milieu des années 80, l'information routière pertinente, c'est-à-dire à la fois proche et rapide, reste à inventer.

II. NAISSANCE ET DEVELOPPEMENT DE LA RADIO AUTOROUTIERE

PROBLEMATIQUE DE L'INFORMATION ROUTIERE

L'évolution des attentes des conducteurs sur autoroute n'est qu'un avatar d'une évolution très générale qu'ont connue les mentalités pendant la seconde moitié du XXe siècle : du solide, d'abord (des routes, des autoroutes) ; du service et de la qualité, ensuite (des aires commerçantes, des animations, des modes de paiement diversifiés...) ; et enfin, de la communication et de l'information.

L'information sur les conditions de circulation dite « en temps réel » c'est-à-dire *hic et nunc*, celle qui concerne *mon* itinéraire, et *tout de suite*, devient à la fin de la décennie 80, la grande affaire pour les sociétés d'autoroutes⁶, à côté de la mise au point du péage rapide par le télépéage.

Elle pose les questions de la rapidité de l'information, de son acquisition par l'utilisateur, enfin de ses effets sur les conditions de circulation.

En matière de rapidité de communication de l'information, le résultat dépend des différents maillons de la chaîne : le recueil de l'information, d'une part, et sa restitution de l'autre, sans oublier le délai éventuel nécessaire à son traitement. Lorsqu'on dit « information en temps réel », il faut comprendre que les SCA visent le « délai aussi court que possible ».

Les réflexions portant sur l'acquisition de l'information par l'utilisateur s'attachent à analyser comment il la reçoit, comment il la perçoit (la voit, la lit ou l'entend) et enfin comment il la comprend. On étudie la hiérarchisation des messages depuis la simple information jusqu'à l'injonction en passant par le conseil. On teste leur organisation en séquences, qui commencent éventuellement par un message d'alerte. Au début de la chaîne de réception, on cherche à mesurer et maîtriser la « proportion d'utilisateurs bien informés ». A son extrémité, on cherche à évaluer la réponse de l'utilisateur, en mesurant son « taux d'obéissance ».⁷

Car, et cela la distingue d'autres domaines de l'information, l'information routière présente la particularité d'avoir, avec son objet – les conditions de circulation – une interrelation intime, qui lui donne tout son caractère opérationnel mais en complique aussi l'usage. Il y a interaction entre l'action d'information et le phénomène sur lequel porte l'information, comme en physique quantique il y a interaction entre observation et phénomène observé: de même que le fait d'éclairer une particule pour l'observer peut en modifier ou en déterminer les caractéristiques, l'information donnée aux utilisateurs sur un embouteillage entraîne le changement d'itinéraire d'un certain nombre de ceux-ci et, par le fait même, dégonfle voire fait disparaître l'embouteillage⁸.

⁵ En outre, la multiplication des stations FM contraignait à des changements rapprochés de fréquence. Par exemple, il fallait quatre fréquences différentes pour couvrir les 140 km de l'autoroute A6 entre Beaune et Lyon. Une exception notable cependant à cet échec des collaborations locales : la coopération entre la SCA Area et les locales de Radio France dans les Alpes, qui dura jusqu'en 2004.

⁶ Ce n'est cependant qu'à partir de 2003 que cette obligation a été inscrite dans les conventions de concession des sociétés concessionnaires d'autoroutes sous un libellé du genre: « la société concessionnaire organise la collecte, la centralisation et le traitement des données relatives au trafic sur son réseau et délivre alors en temps réel des informations pertinentes, aussi fiables que possible et cohérentes au plus grand nombre d'utilisateurs ».

⁷ Il faudrait ici faire appel à la problématique du passage de l'information à la connaissance, développée par Lionel Naccache dans *Perdons-nous connaissance ? De la mythologie à la neurologie*, Odile Jacob, 2010.

⁸ Dans l'éditorial de la *Revue Générale des Routes et Aéroports* N°764, juillet-août 1998, son directeur, François Bonis-Charancle, incite les conducteurs à ne plus dire « je suis dans un embouteillage » mais « je fais un embouteillage » !

En fait, c'est même peut-être cette constatation qui a été à la base des premiers développements de l'information routière : l'effet attendu n'était pas tant l'information de l'utilisateur comme telle, que la modification du comportement de l'utilisateur participant à la résorption du bouchon, à côté d'autres mesures d'exploitation telles que l'action à la source (par exemple le dégagement de l'obstacle ou le salage de la chaussée). Dans ce cas, la résorption du bouchon est l'objectif et l'information de l'utilisateur n'est qu'un moyen d'atteindre cet objectif. Mais, plutôt que de chercher à améliorer nécessairement le taux d'obéissance, les exploitants autoroutiers savent se satisfaire de taux modestes : en effet, la plupart des embouteillages sur autoroute se résorbent avec une baisse de trafic, autrement dit un taux d'obéissance aux injonctions ou aux conseils, de 10% seulement. En termes de théorie des jeux, nous pouvons dire que la gestion du trafic par l'information routière est un « jeu à somme non nulle » (« win-win » comme disent aujourd'hui les négociateurs commerciaux), car il bénéficie à la fois à ceux qui obéissent aux injonctions, puisqu'ils évitent la « nasse », et à ceux qui n'y obéissent pas, car ils profitent de l'allègement du bouchon créé par la sortie ou la non entrée des premiers⁹.

Ces questions agitent les milieux autoroutiers dans les années 80.

Bien que les SCA ne soient pas alors en situation de concurrence entre elles, on peut parler d'émulation entre les équipes pour y apporter des solutions. Tandis que la sophistication technique apparaît à tous comme la voie royale pour enrichir *la collecte* des informations, comme on le verra plus loin, deux approches sont, en quelque sorte, mises en compétition pour *la mise de cette information à la disposition des conducteurs* en temps réel.

D'un côté, la majorité des SCA s'efforcent de moderniser les supports dans la pure tradition routière, c'est-à-dire celle de la signalisation par panneaux (un média particulièrement « froid » pour s'exprimer comme Marshall McLuhan). Grâce aux technologies dites NTIC¹⁰, la télécommande se substitue au déplacement d'agents pour la pose de panneaux en place, et donne accès au temps réel.

Les panneaux télécommandés les plus simples sont des balises colorées, tandis que les plus sophistiqués consistent dans des panneaux à messages variables (PMV ou télépanneaux), soit pré-programmés, soit rédigés en temps réel à partir ou non d'une banque d'éléments assemblables.

L'équipement progressif des autoroutes en PMV a constitué l'une des avancées les plus visibles dans la technologie de l'exploitation autoroutière des années 80. On en dénombre aujourd'hui 1300 sur l'ensemble des réseaux autoroutiers concédés! Pourtant, il n'a pu combler la totalité de l'attente des usagers, et cela pour plusieurs raisons : l'implantation nécessairement espacée des panneaux (un tous les 20 km environ c'est-à-dire entre deux diffuseurs); leur faible discursivité (le standard est de trois lignes de 15 caractères chacune); les problèmes techniques de lisibilité; enfin, la langue.

Tandis que les réflexions du secteur sur l'utilisation du média radio s'inspiraient plutôt des modèles américain (*highway advisory radio*) et allemand (*ARI*), qu'on peut considérer comme encore proches d'un concept de « signalisation parlante », une société s'écarte résolument de cette culture et lance l'expérimentation d'une véritable programmation radio entièrement dédiée aux conducteurs : il s'agit de Cofiroute, la seule société autoroutière alors privée (toutes les autres sont des sociétés d'économie mixte), dont les dirigeants viennent du reste du secteur privé et mettent un point d'honneur à valoriser autant leurs relations avec les clients que leur lien juridique avec l'Etat concédant¹¹.

⁹ Une difficulté particulière est rencontrée avec les conducteurs non francophones, dont le nombre n'est pas négligeable. Les tentatives pour dépasser cet obstacle ponctueront régulièrement les évolutions décrites plus loin, particulièrement concernant les programmes et les techniques de la radio autoroutière. Selon une enquête réalisée par le SETRA (Service d'Etudes Techniques des Routes et Autoroutes du Ministère) en 1999, dont on peut penser que les chiffres sont aujourd'hui dépassés, la proportion d'étrangers était de 10 % en moyenne chez les conducteurs de véhicules légers (résidents, frontaliers...) sur autoroute, chiffre qui montait à 15 % l'été, et beaucoup plus certains jours sur certains axes, avec les vacanciers. Pour ce qui est des chauffeurs de poids lourds, la proportion est proche de 25%, compte tenu de l'importance des transports internationaux, laquelle n'a cessé de croître très rapidement depuis, avec une part de conducteurs des pays de l'Est non francophones qui tend à contester la suprématie des Ibériques, plus familiers de notre langue.

¹⁰ NTIC : nouvelles technologies de l'information et de la communication.

¹¹ On peut dire que l'irruption d'un média « chaud » dans un environnement particulièrement « froid » est une illustration de la révolution médiatique popularisée par McLuhan : quand un programme radio remplace un panneau de signalisation, le choix du média n'apparaît-il pas déjà en soi comme un message ?

Préparée et dirigée par Jean-Claude Tixier, un ancien chroniqueur spécialisé d'Europe 1, *Autoroute FM* est mise à l'antenne en novembre 1988, sur la fréquence 89.2, attribuée par la CNCL à Cofiroute l'année précédente dans le cadre de sa planification des fréquences de la région parisienne.

Première radio totalement autoroutière dans son programme, *Autoroute FM* ne l'est pas dans sa zone de diffusion. En effet, *Autoroute-FM* émet à partir d'un relais hertzien situé près de la barrière de péage de Saint-Arnoult-en-Yvelines, près d'Ablis, sur une zone en forme de disque plus ou moins régulier, d'environ 80 km de rayon, traversée par les autoroutes Paris-Chartres et Paris-Orléans. Il s'agit d'une diffusion *surfacique* et *non linéaire*, seule possibilité offerte par la technique de diffusion radio alors maîtrisée. Si cette première expérience a permis de valider le principe d'un programme radio digne de ce nom, forgé autour d'une information trafic de qualité¹², l'extension de sa diffusion posait des problèmes techniques et juridiques redoutables. En effet, compte tenu de la portée limitée de la diffusion en FM, il allait être nécessaire, pour assurer la continuité de la diffusion du programme, de relayer la diffusion par des émetteurs supplémentaires, ce qui posait des problèmes nouveaux.

D'abord, il fallait que la société obtienne systématiquement de l'autorité de tutelle les fréquences lui permettant de couvrir de proche en proche par des réémetteurs successifs la totalité des régions desservies par son réseau. A partir de là, deux possibilités:

- Si les fréquences sont les mêmes, il y aurait forcément discontinuité de l'écoute par suite, soit de la discontinuité entre les deux zones de diffusion, soit du brouillage mutuel des deux émetteurs successifs (fig. 1 et 2).

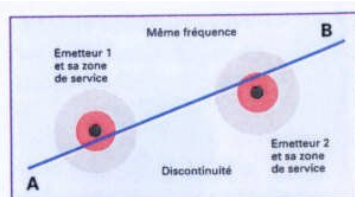


Fig. 1

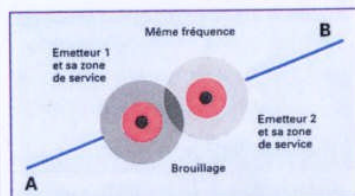


Fig. 2

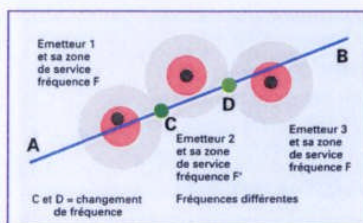


Fig. 3

¹² Les formats et les sources d'information seront présentés plus avant

- En revanche, la continuité de l'écoute du programme peut être assurée, si les fréquences des émetteurs successifs sont différentes (figure 3). Mais alors, ces fréquences doivent être portées à la connaissance des conducteurs qui entrent sur l'autoroute, tandis que, pour ceux qui circulent, il est nécessaire qu'un panneau leur indique la nouvelle fréquence, et qu'ils manipulent leur autoradio à chaque fois qu'ils passent au droit d'un nouvel émetteur (comme c'était le cas pour les premières actions décentralisées évoquées plus haut). Il s'agit d'une opération délicate, surtout à une époque où la moitié des autoradios ne disposaient pas encore de l'affichage digital ni de la présélection, et encore moins du suivi automatique de fréquence (RDS-AF¹³) : elle était donc déconseillée au titre de la sécurité routière !

De toute façon, à la fin des années 80, il était déjà clair que la demande croissante de fréquences par les opérateurs privés, associatifs et commerciaux, était en train de faire de celles-ci des biens rares. Aussi l'autorité de tutelle des ondes allait-elle rapidement se trouver contrainte d'en planifier et encadrer l'attribution de façon de plus en plus rigoureuse. Il n'était donc pas pensable de mobiliser toute une série de fréquences pour le développement, sur tout le territoire, de radios dédiées aux conducteurs sur autoroute.

Pour toutes ces raisons, Cofiroute et ses partenaires techniques étudiaient et expérimentaient une innovation technique permettant de maintenir l'écoute d'une même fréquence tout au long d'un itinéraire autoroutier. Dans le même temps, TDF étudiait pour Radio France le moyen de relayer la diffusion d'un programme radio dédié aux Jeux Olympiques, dans les vallées alpines autour d'Albertville, qui se préparaient à accueillir l'événement à l'hiver 1988. Le problème était différent, mais la solution qui fut mise au point, se révéla globalement similaire (elle sera présentée plus avant).

C'est à cette époque que le CSA remplace la CNCL. Roland Faure, chargé du secteur de la radio s'attelle à la planification des fréquences, en mettant à profit la libération des fréquences militaires non utilisées de la bande FM (entre 104 et 108 MHz). Très intéressé par le principe de la radio routière, qu'il avait lui-même testé lorsqu'il dirigeait la radio locale *CVS* dans la région de Versailles, R. Faure suit les expérimentations de Cofiroute et de TDF. Il fait réserver provisoirement l'extrémité de la bande (107.7) pour une expérience très encadrée de radio d'information routière.

LA CONSULTATION EXPERIMENTALE DE 1991 ET LA DEFINITION DES REGLES DU JEU PAR LE CSA

Lancée en février 1991, la consultation prend la forme de trois appels à candidatures d'un type original :

Thématique imposée : « exclusivement ou principalement l'information et la sécurité routière le long des autoroutes » avec respect d'un cahier des charges préparé par la Direction de la Sécurité et de la Circulation routière ;

Classification hors catégories du communiqué 34 ;

couverture limitée au « ruban » autoroutier ;

fréquence unique annoncée dès la consultation : 107.7 MHz ;

excursion de fréquence strictement limitée, afin de protéger la sécurité de la navigation aérienne civile qui utilise la bande au-dessus de 108 MHz ;

durée de l'autorisation expérimentale limitée à trois ans.

Les conditions techniques imposées par le CSA ne pouvaient absolument pas être remplies par les procédés alors utilisés pour la diffusion en modulation de fréquence, toujours « surfacique ». Elles nécessiteront des investissements beaucoup plus importants (qui seront explicités plus loin). Ceux-ci seront d'autant plus difficiles à rentabiliser que le cahier des charges limitait la diffusion à des couloirs à la fois très réduits, et en général loin des bassins de population.

¹³ Une possibilité offerte par la technique du RDS, qui permet au récepteur de suivre un programme FM qui change de fréquence. Nous reviendrons plus avant sur une autre application du RDS.

Pour ce qui est des contraintes et des objectifs liés au contenu des programmes, il est clairement apparu qu'ils sortaient totalement de la compétence des rédactions des grandes chaînes de radio privée, et ne pouvaient être remplis que par des gestionnaires de domaine autoroutier, ou en s'appuyant totalement sur eux.

Pour ces raisons à la fois techniques, économiques et de programme, aucune radio commerciale ne fit acte de candidature à cette consultation expérimentale, ni, du reste, aux appels de même nature qui suivirent à partir de 1994, sauf en de rares occasions et sans franchir l'étape de la qualification.

Mais, afin de permettre une concurrence ou une émulation, la consultation portait sur trois sections autoroutières, sur chacune desquelles R. Faure savait qu'il pouvait compter sur au moins un candidat motivé dans le secteur autoroutier, agissant par voie directe ou par le truchement d'une filiale *ad hoc*.

L'action militante des dirigeants de Cofiroute, soucieux de poursuivre la diffusion du programme *Autoroute FM* et de l'étendre progressivement à tout le réseau concédé à la société (et -- pourquoi pas ? -- de le proposer aux SCA consœurs), en s'appuyant sur la technique d'isofréquence que son ingénieur-conseil avait mise au point, faisait de cette société la première candidate incontournable à l'expérimentation.

Dès le 28 juin 1991, la diffusion d'*Autoroute FM* est étendue entre Orléans et Tours, et Chartres et Le Mans (soit environ 200 km), sur la fréquence 107.7 et selon les contraintes de la consultation c'est-à-dire de façon linéaire, en complément de la région qu'elle couvrait déjà, c'est-à-dire le triangle Ablis-Chartres-Orléans, qui reste provisoirement sur 89.2

Roland Faure s'était également assuré d'une candidature dans la région de Nice. La société Escota y exploitait l'autoroute A8 partiellement urbaine et montagneuse, qu'elle avait dotée d'un dispositif d'analyse des conditions de circulation exceptionnellement dense. Ses dirigeants étaient en contact avec Stéphane Banessy, un journaliste chevronné qui dirigeait alors l'antenne de RMC, la grande radio périphérique régionale. C'est à lui qu'ils confieront la conception et l'animation du programme *Trafic FM*, édité par une filiale qu'ils créent à cet effet. *Trafic FM*, émet à partir de janvier 1993 sur les 60 km de l'autoroute entre Cannes et Monaco.

Le troisième site concerne l'autoroute A 40 (une centaine de km entre Mâcon et Bellegarde), du réseau concédé à la Société des Autoroutes Paris Rhin Rhône, qui était déjà en avance dans la maîtrise du temps réel avec le PC de Beaune et un réseau de panneaux à messages variables unique en France, et visait une stratégie multimédia d'information de ses clients. La conception du programme *Autoroute Info* est confiée à Jérôme Bellay et le projet technique à TDF, qui met ainsi en œuvre son « réseau synchrone » en avant-première dès octobre 1991.

En juillet 1993, toujours dans le cadre de l'expérimentation, le CSA autorise *Autoroute Info* à étendre sa diffusion sur la totalité du réseau couvert par le PC régional de gestion de la circulation de Lyon, dont les autoroutes Mâcon-Lyon, Lyon-Pont d'Ain et le contournement est de Lyon, ce qui permet de tester en vraie grandeur la sectorisation de l'information par décrochage local¹⁴.

Le 7 juillet 1994, à l'issue d'une audition en plénière des représentants des trois expérimentations, le CSA estime que celles-ci, bien que différentes, ont toutes trois répondu de façon satisfaisante aux principaux critères de la consultation. Il décide donc de réserver la fréquence 107.7 pour l'extension de la radio autoroutière.

LE DEVELOPPEMENT DU RESEAU 107.7, PUBLIC OR NOT PUBLIC ?

Après une expérimentation montée sur un appel à candidatures totalement original, le CSA choisit de placer la généralisation dans un cadre procédural qui reste exorbitant des régimes existants, car ne correspondant ni à la réservation de fréquences pour le service public ni aux mécanismes d'attribution des fréquences au secteur privé.

La mission d'informer les usagers en temps réel des conditions de circulation, que remplit notamment la radio autoroutière, a certes été précisément inscrite à partir de 2003 dans les textes des contrats qui définissent les *délégations de service public* confié par l'État aux sociétés autoroutières¹⁵. Mais cette même radio autoroutière

¹⁴ Dont la technique sera décrite plus avant

¹⁵ cf. note 6 ci-dessus.

n'a pas reçu ce statut de service public au titre du domaine de la radio, où il est réservé aux chaînes appartenant à l'Etat, Radio France et Radio France Internationale (RFI). Dans le projet de loi « Sécurité et développement des transports » déposé à l'automne 2005, le Gouvernement avait cependant proposé de le lui donner : il avait inscrit une disposition qui alignait le régime des radios autoroutières sur celui des radios dites de « service public » tel que défini par les articles 26 et 44 de la loi du 30 septembre 1986 : « Dans les mêmes conditions [que pour les radios de service public], le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel accorde en priorité aux personnes morales chargées, dans le secteur radiophonique, d'une mission de service public d'information routière définie par décret, le droit d'usage de la ressource radioélectrique nécessaire à l'accomplissement de leur mission ». N'ayant pas été consulté préalablement, le CSA, se prononça publiquement en défaveur de cette disposition, qui lui paraissait empiéter sur ses responsabilités. Propre à conforter une niche dans le « paf » qui a toujours constitué un poil à gratter pour l'ensemble des majors du secteur de la radio, publique comme privée, la disposition fit également l'objet de leurs critiques. Le Parlement ne l'a pas retenue.

Le régime qui a été appliqué nous paraît cependant mériter le qualificatif d'hybride, pour une radio qui mérite certainement celui de radio d'intérêt public¹⁶. En effet, d'un côté la réservation d'une fréquence qui lui est dédiée par le CSA n'a pas d'autres précédents que les réservations auxquelles il procède pour les radios dites de service public. De l'autre côté, la procédure qui a été employée, une consultation publique avec mise en concurrence des projets, s'apparente à celle utilisée pour la répartition des fréquences entre les candidats privés.

Pour la poursuite du développement de la radio autoroutière au-delà des sections d'autoroute expérimentales, le CSA procédera par une série d'appels à candidatures, qui reprendront purement et simplement les termes de la consultation expérimentale. Leur rythme sera calé sur l'équipement progressif des autoroutes en relais hertziens par les SCA.

Les sociétés partenaires de l'expérimentation ont accéléré leur équipement. Toutes les autres SCA leur ont emboîté le pas, soit en créant de nouvelles filiales dédiées candidates à l'octroi de la fréquence, soit en confiant leur couverture à l'un des expérimentateurs.

LE DEVELOPPEMENT RAPIDE D'AUTOROUTE INFO

L'équipement du réseau des autoroutes Paris-Rhin-Rhône (APRR) s'est réalisé avec une particulière rapidité, simultanément sur le réseau que cette société exploitait déjà et, en première monte, sur ses projets de construction d'autoroutes nouvelles, dont le rythme était alors le plus rapide du secteur.

Dès la fin de l'année 1994, *Autoroute Info* se déploie sur la totalité de l'autoroute A6 Paris-Lyon avant de porter sa couverture à 1200 km en 1996, et 1900 deux ans plus tard.

Des studios régionaux sont créés, chacun se voyant progressivement confier plusieurs zones de décrochage, avant le regroupement, en 1999, du PC central d'exploitation APRR et du studio central de la radio à Dijon.

La diffusion de *Autoroute Info* sera étendue sur des réseaux concédés à plusieurs autres SCA de taille plus modeste: dès 1995, sur la suite de l'autoroute A40 à l'est de Bellegarde dans l'Ain, jusque et y compris le tunnel du Mont-Blanc gérés par la société ATMB ; en 2007, sur les réseaux alpins (Lyon-Grenoble-Chambéry-tunnel du Fréjus) concédés aux sociétés Area, filiale d'APRR, et SFTRF (société publique, comme ATMB), où elle remplace le programme qui avait été mis en place avec les locales de Radio France. Ainsi *Autoroute Info* est aujourd'hui écoutée sur les 2500 km d'un grand triangle Paris-Rhin-Alpes.

L'UNIFICATION PROGRESSIVE DES RADIOS DU GROUPE VINCI

Dès la décision de généralisation du 107.7 en 1994, coïncidant avec l'expiration de son autorisation d'émettre sur 89.2, Cofiroute passe sur 107.7 l'ensemble du réseau alors desservi par *Autoroute FM*, puis étend progressivement la diffusion à la totalité du réseau qui lui est concédé (l'ouest du pays), ainsi que sur une

¹⁶ Ce terme est proposé par Jean-Paul Raulin, directeur de l'antenne d'*Autoroute Info*, dans un article publié dans le quotidien *Libération* du 10 janvier 2003.

autoroute enclavée dans son réseau mais exploitée par sa consœur ASF, et, temporairement sur l'autoroute A 13 concédée à sa consœur Paris-Normandie (SAPN).

De son côté, *Trafic-FM* a bénéficié de la poursuite de l'équipement par Escota de l'autoroute A8 (la Côte d'Azur), principale artère du réseau, puis a été progressivement étendue sur le reste du réseau méditerranéen au début de la décennie suivante, avant d'être progressivement intégré à partir de 2004 avec *Radio Trafic* dans le programme *Radio Trafic FM (RTFM)*.

Celui-ci avait été lancé par ASF (Société des Autoroutes du Sud de la France) en 1995, pour une extension progressive sur la totalité de son réseau, le plus étendu de France.

A partir de 2006, on assiste sur les plus de 4000 km d'autoroutes maintenant concédées aux différentes sociétés du Groupe Vinci, à une collaboration croissante et un rapprochement des programmations de *Autoroute FM* et *RTFM*.

LE CAS PARTICULIER DE « 107.7 FM PROGRAMME RADIO FRANCE ».

Dans le réseau 107.7, une place à part est à faire à *107.7 FM*, non parce que son nom n'est rien d'autre que la fréquence commune, mais parce que ce programme est entièrement produit pour la Sanef (Société des Autoroutes du Nord et de l'Est de la France) par Radio France. A partir de sa création en 1994, la Sanef étend progressivement la diffusion de *107.7 FM Programme Radio France* sur la quasi-totalité du réseau du groupe (y.c. en le substituant à l'occasion à *Autoroute FM* sur le réseau de sa filiale normande SAPN), de sorte qu'il couvre aujourd'hui 1600 km.

Ainsi le développement de la radio autoroutière aura été très rapide dans les années qui ont immédiatement suivi la décision de généralisation du CSA : en dix ans, le linéaire autoroutier couvert par le service explose : de 700 km en 1993 (dont 190 en 89.2 MHz), il passera à plus de 4000 en 2000 et plus de 7000 en 2004.

Aujourd'hui, la quasi-totalité du réseau autoroutier français est couverte par la diffusion en 107.7, soit plus de 8000 km et l'Etat concédant impose systématiquement l'équipement en radio autoroutière dans ses appels d'offre autoroutiers.



III. LES DESSOUS DE L'INFORMATION DES STUDIOS : COLLECTE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION TRAFIC.

La crédibilité des radios autoroutières dépend d'abord de la qualité des informations dont disposent leurs équipes d'antenne c'est-à-dire en premier lieu celles qui sont collectées et traitées par les SCA.

La collecte de l'information sur l'état et les événements de la circulation se fait de diverses façons : via les usagers eux-mêmes, par les agents des Sociétés, et enfin de façon automatique. Premièrement, par les usagers eux-mêmes.

L'autoroute est en effet un milieu qui a ceci de particulier que ce sont les clients qui sont sur le terrain en permanence, tandis que les services de la société ne peuvent intervenir que ponctuellement. Nous reviendrons sur ce point crucial à propos des journalistes, mais, ici, il faut remarquer que la première source d'information sur ce qui se passe sur le réseau est constituée par les conducteurs, c'est-à-dire les clients eux-mêmes. Notamment les conducteurs en détresse.

Les autoroutes ont en effet été systématiquement équipées, pour les appels aux secours, de postes d'appel d'urgence (PAU), en général tous les deux km, qui communiquent directement avec le PC de gestion le plus proche. Chaque borne est dotée d'un numéro, qui est automatiquement reconnu par le PC. Les appels aux secours sont maintenant de plus en plus souvent reçus à partir de téléphones portables, et souvent aussi des témoignages.

Un cas particulièrement utile de recours aux témoignages d'usagers depuis leur portable, est rencontré quand l'événement sur autoroute a conduit à conseiller la sortie, et que les studios disposent de peu d'information sur les conditions de circulation sur le réseau secondaire.

Toujours accompagnés des recommandations de sécurité, le recours à ces appels à témoignages est bien perçu par les usagers, dont certains retrouvent la motivation de solidarité qui faisait les beaux jours de la CB ! Un dialogue s'instaure parfois entre l'usager et le studio. Des usagers réguliers, notamment des routiers, se muent volontiers en informateurs occasionnels et donnent leur numéro de portable aux studios afin que ceux-ci puissent chercher à les joindre lorsqu'ils ont un doute sur un événement du fait de la non présence sur place d'un agent de la société d'autoroute.

Deuxièmement, la collecte des informations est le fait des agents de terrain de la SCA. Il s'agit là du premier rôle des « patrouilleurs », qui sillonnent le réseau en permanence, 24h/24 et sont le lien naturel entre terrain et PC. Les informations peuvent aussi remonter d'autres catégories d'agents: les gendarmes d'autoroute, bien évidemment, mais aussi les péagers, notamment, qui visualisent la longueur des queues à la barrière de péage, sont à l'écoute des témoignages des usagers qui s'arrêtent pour acquitter le péage et peuvent faire des observations météorologiques locales¹⁷. Et bien sûr les journalistes lorsqu'ils sont en mission sur le terrain.

Enfin, les SCA installent de plus en plus de capteurs automatiques sur le tracé.

Les plus anciens sont les boucles de comptage de trafic. Disposées dans la chaussée au moins sur chaque section entre deux diffuseurs, et rafraîchissant régulièrement les mesures, elles mesurent non seulement le nombre de véhicules, mais aussi la vitesse harmonique du flux¹⁸, le débit (en véhicules/heure), le taux d'occupation (en %), et la proportion de camions (sur un critère de longueur).

Les points singuliers du tracé sont de plus en plus souvent équipés de caméras vidéo ou radars, qui, comme les compteurs, renvoient leurs données dans les PC, sur des moniteurs où ils se prêtent au zoom, arrêt sur image, analyse automatique avec possibilité d'alerte, etc. Des systèmes d'alerte automatique sont aussi installés sur certains équipements (entrée sur un refuge, décrochage d'un extincteur ou présence de fumée dans un tunnel, etc.)...

¹⁷ Le temps qu'il fait en ce moment à Auxerre, par exemple, sera probablement celui qu'y rencontrera dans un moment le conducteur qui descend l'Autoroute du Sud depuis Paris!

¹⁸ Qu'est-ce qu'un bouchon, sinon un grand nombre de véhicules roulant à vitesse anormalement faible ou nulle ?

Mentionnons encore les stations météorologiques, qui relèvent la pression atmosphérique, l'humidité de la chaussée, le niveau de protection par fondant (sel), qui s'ajoutent aux données reçues de Météo-France et aux observations des agents de terrain. Les SCA et les studios ont noué des contacts fructueux pour les deux parties avec des partenaires tels que Météo-France ou les chaînes de TV spécialisées.

Outre ceux mentionnés, les SCA échangent bien entendu des informations avec d'autres partenaires, et particulièrement les gestionnaires de réseaux adjacents.

Toutes les informations internes remontent aux PC par les « autoroutes de l'information » que sont les puissants réseaux de fibres optiques continus dont les SCA ont équipé leur tracé.

Selon l'importance des réseaux concédés, les PC de gestion de la circulation et d'information sont situés à un ou plusieurs niveaux : central, régional, local. Dotés d'organisations et de procédures rigoureuses, ces PC bénéficient d'une présence permanente d'opérateurs et du système de l'astreinte d'encadrement.

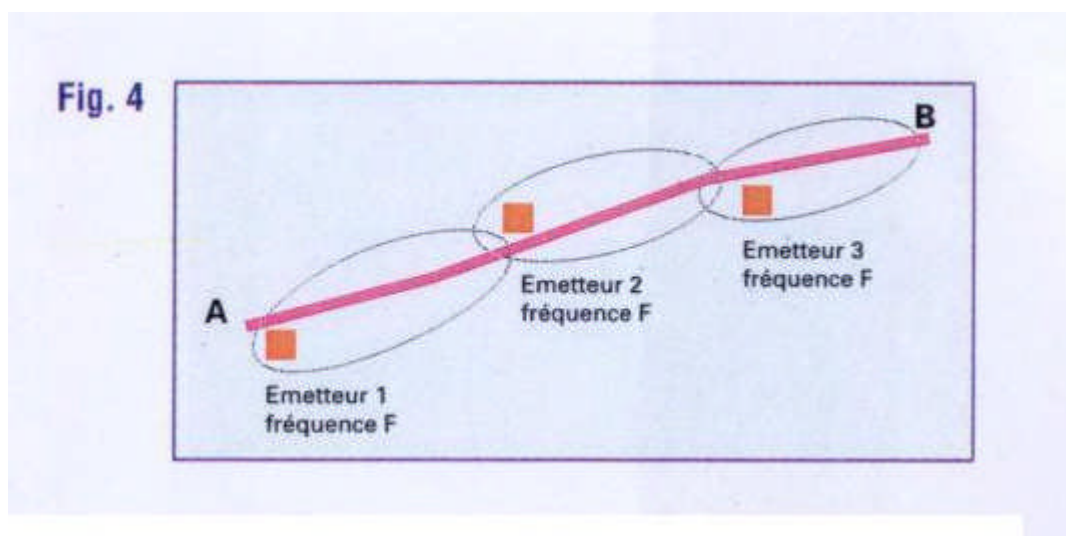
Du PC redescendent vers le terrain les différentes formes d'actions qui, soit sont déclenchées automatiquement sans la moindre intervention humaine (affichage simple préprogrammé, fermeture de voie...), soit donnent lieu à une intervention simple de l'opérateur, ou enfin à un traitement plus ou moins sophistiqué. Celui-ci signifie, avant prise de décision par le cadre de permanence, l'approfondissement, la réflexion, la concertation, la mise en œuvre de systèmes experts (permettant notamment le calcul des temps ou de retard de parcours liés à des difficultés)..., toutes opérations qui sont facilitées par la mise à disposition ergonomique des données par voie de pictogramme sur de grands synoptiques muraux et sur les moniteurs individuels où peuvent être sélectionnées et traitées les images vidéos par exemple.

SECTION II

I. UNE SEULE FREQUENCE, UN MEME SERVICE

S'appuyant sur le socle commun d'information qu'on vient de décrire, l'ensemble des radios autoroutières mettent à profit une même série d'innovations technologiques qui permettent l'unicité du service apporté aux conducteurs sur tout le réseau autoroutier.

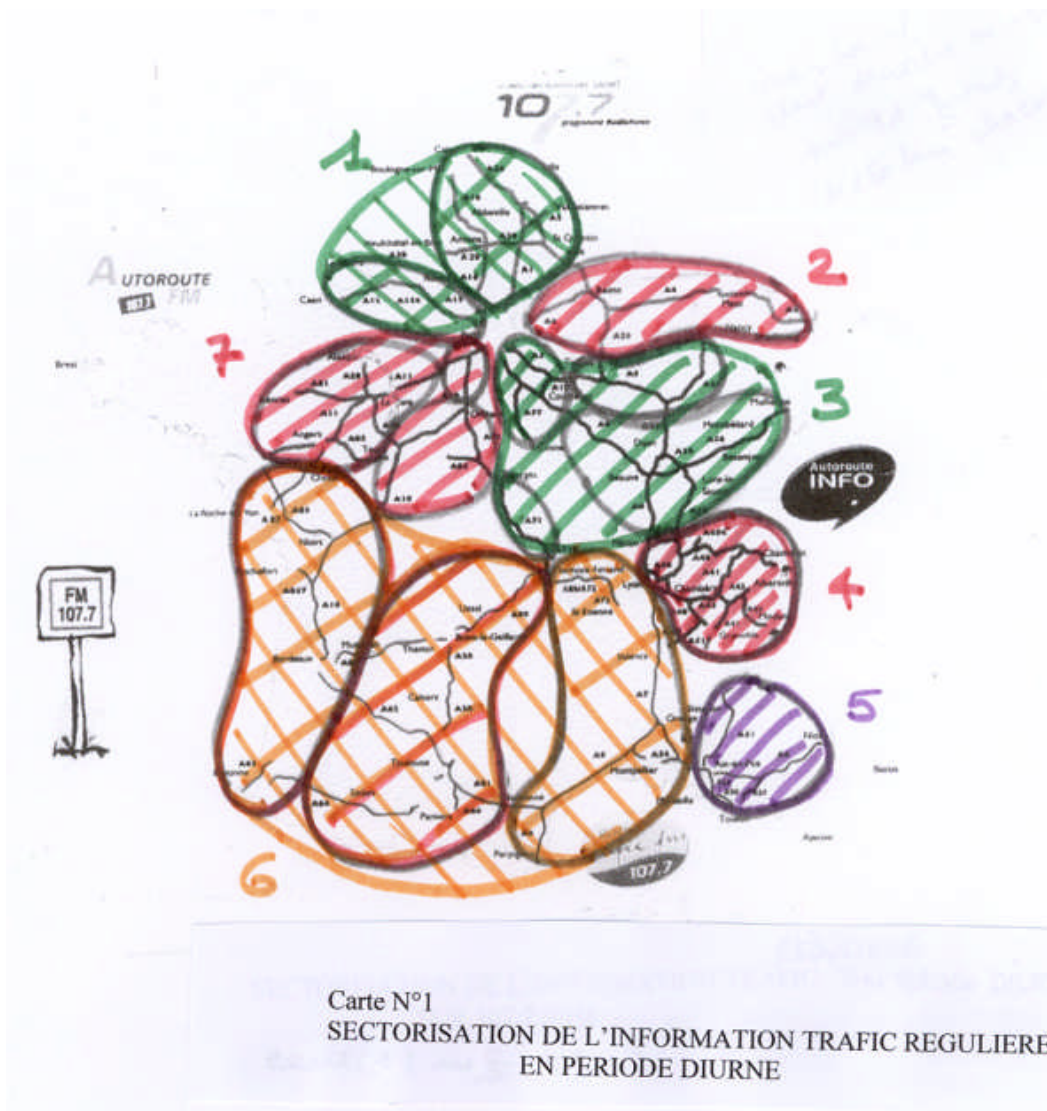
L'innovation principale, c'est bien sûr l'isofréquence, qui permet de relayer un programme sur une même fréquence, sans zones d'ombre ni interruption, sur un linéaire sans limitation de longueur. Sa mise en œuvre a nécessité des prouesses techniques, totalement masquées par la simplicité du résultat. Elle consiste d'abord dans l'ajustement des zones de service deux à deux d'une série d'émetteurs successifs implantés directement sur l'itinéraire à couvrir, en l'occurrence sur le bord de l'autoroute: les émetteurs sont peu éloignés les uns des autres (7 à 8 km), de très faible puissance (200 watts de PAR, contre plusieurs kilos habituellement), tous orientés dans le même sens et très directifs. Ils ont des zones de recouvrement réduites à quelques centaines de mètres et, deuxième élément, ils font l'objet d'une synchronisation au point où le brouillage aurait été intolérable (figure 4).



L'isofréquence permet donc à chaque itinéraire autoroutier de bénéficier de la diffusion du programme dédié, sur une seule et même fréquence. Et le CSA a voulu que cette fréquence fût commune à toutes les autoroutes et toutes les concessions. De sorte que, tellement consubstantielle aux radios autoroutières, cette fréquence-même, 107.7 MHz, leur sert de label : annoncée régulièrement par des panneaux et facile à trouver puisque localisée à l'extrémité de la bande FM, elle est beaucoup mieux connue par les auditeurs que les noms des différents programmes qu'elle véhicule. (Toutes les autres radios, publiques comme commerciales, qui émettent en FM sur de larges territoires sont contraintes d'avoir recours à des fréquences qui varient selon les régions).

L'INFORMATION ROUTIERE « OU JE VEUX ».

Ainsi pourrait être résumée la deuxième innovation qui complète la première et est essentielle à la pertinence du concept. La sectorisation de l'information trafic a été obtenue dès 1993 par la voie du décrochage local¹⁹, ce qui, en isofréquence, a constitué une première mondiale. Lorsqu'*Autoroute Info* a commencé de distinguer les informations trafic qu'elle diffusait dans la région lyonnaise et dans la direction de la Savoie : il a fallu toute la précision de l'électronique pour permettre la diffusion de deux sons différents sur la même fréquence, sans brouillage, de part et d'autre d'une ligne de partage conventionnelle ! Avec le développement des zones de diffusion des différentes radios autoroutières, la technique du décrochage local des bulletins d'info-traffic n'est plus aujourd'hui conservée que pour la diffusion des informations urgentes. Les bulletins trafic réguliers sont insérés dans des programmes entiers qui sont distincts sur les différentes zones (même s'ils sont largement composés d'éléments identiques). La carte N°1 montre la sectorisation de l'information trafic régulière en période diurne. La nuit, la sectorisation est moins détaillée. Quant aux décrochages d'urgence ils sont au contraire plus localisés.



¹⁹ La technique du décrochage local était utilisée depuis plusieurs années par les réseaux pour ouvrir des fenêtres locales dans des régions distinctes recevant le programme national.

Avant même la création des radios autoroutières, les SCA savaient se coordonner et échanger ses informations relatives aux conditions de circulation aux abords de leurs réseaux mutuels, lorsqu'ils sont en continuité. Des mesures et des procédures particulières ont été ajoutées afin que les auditeurs de 107.7 ne pâtissent pas des changements de réseau : mesures techniques propres au mode de diffusion, avec l'emploi de câbles rayonnants aux points de jonction ou de rencontre ; mesures d'information mutuelle des studios pour prévenir les conducteurs des conditions de circulation sur le réseau suivant.

L'INFORMATION ROUTIERE « QUAND JE VEUX »

C'est une autre caractéristique commune des programmes de radio autoroutière. Pour ce faire, en premier lieu, toutes les stations autoroutières diffusent en permanente 24 heures sur 24,7 jours sur 7, toute l'année.

Deuxièmement, si les bulletins réguliers sont nécessairement espacés (tous les quart d'heure), les programmes sont construits de sorte que les présentateurs peuvent intervenir à tout moment pour des flashes d'urgence, insérés sans délai dans des conditions de « propreté d'antenne » acceptables : découpage des programmes en modules courts, préférence pour la musique instrumentale, insertion de tampons musicaux, etc.

Enfin, les radios autoroutières font usage du RDS (*radio data system*) dans sa fonction d'information routière automatique. Sans entrer ici dans le détail de la technique du RDS, qui est la première forme de diffusion numérique, rappelons qu'il consiste dans la diffusion de codes, en sous-porteuse de la fréquence, qui donnent des instructions au récepteur. Le code TP (*traffic program*) identifie les stations émettrices d'info routière et son complément le code TA (*traffic announcement*) accompagne le début et la fin des messages d'information routière. Ce service a pour effet de faire commuter le récepteur sur la fréquence 107.7, à partir d'une position de veille, ou de l'écoute d'une cassette ou d'un CD, ou même de l'écoute d'une station du Groupe Radio France sur certaines autoroutes²⁰, ou encore d'augmenter le volume. Ainsi, sans aucune manipulation de son autoradio, autre que le préréglage de départ pour autoriser cette fonction, le conducteur peut être alerté alors qu'il n'était pas à l'écoute de 107.7. C'est pourquoi, nous avons baptisée cette fonction « information routière automatique »²¹.

²⁰ On parle alors de RDS-TA-EON, pour *enhanced other network*.

²¹ Plusieurs constructeurs d'autoradios avaient développé et mis sur le marché une intéressante fonction complémentaire permettant la mémorisation des derniers messages diffusés en RDS-TA, afin de les rappeler sur demande, par exemple après un arrêt, une période où le récepteur était éteint, voire un moment d'inattention. Cette fonction n'a pas été conservée, pour cause de complexité, celle-là même qui explique que, alors que la quasi-totalité des autoradios mis sur le marché depuis 20 ans disposent du RDS, nombre de conducteurs attendent encore le bouton « grand'mère » pour être capables d'utiliser la fonction d'information routière automatique !

II. DANS LES SUDIOS (FORMATS, JOURNALISTE ET PROGRAMMES)

DES FORMATS DIFFERENTS MAIS CONVERGENTS

Derrière le socle de service minimal commun que forment la fréquence unique et l'information routière *hic et nunc*, les radios autoroutières se sont distinguées les unes des autres à leur création pour des raisons qui tiennent à l'histoire, à la particularité des réseaux autoroutiers, aux moyens financiers investis, à la stratégie du groupe, à la position et la fonction dans la maison-mère du gérant de la filiale, à sa personnalité, comme à celle du directeur de la radio, et à l'idée que l'un et l'autre se font de la mission de celle-ci: un accompagnement de l'utilisateur, un service d'information temps réel, un outil d'exploitation...

La première-née, *Autoroute FM*, qui avait commencé d'émettre sur une zone surfacique qui ne se limitait pas à l'autoroute, avait assez naturellement l'ambition d'une radio généraliste d'accompagnement, désireuse de capter et fidéliser l'auditeur. Le format « *music and news* » adopté par *107.7 FM Programme Radio France* quelques années plus tard relevait aussi de l'accompagnement, avec un important tapis musical la rendant plus proche des programmes *easy listening* des espaces publics.

Du fait de l'absence de radio locale dans la région niçoise, Escota avait à l'origine imaginé *Traffic FM* comme une radio locale, avec une animation « jeune », une programmation très musicale et des informations pratiques et culturelles locales.

A l'inverse, APRR avait demandé à Jérôme Bellay de décliner le concept de radio d'information service qu'il avait inventé avec France-Info, et dont il pensait qu'il allait se développer dans des domaines spécialisés : un format fonctionnel mais rigide, qui intégrait plus naturellement le RDS TA.

On a assisté par la suite à un lissage progressif des différences entre les formats d'origine. Cela tient aux échanges permanents entre les responsables, à la prise en compte des résultats des sondages d'opinion des auditeurs, et aussi aux deux vagues de concentration dont a été le siège le secteur autoroutier : en 1994 avec la filialisation de trois petites sociétés publiques par les trois plus grosses ; en 2005, à l'occasion de la privatisation des sociétés publiques, avec l'intégration par le groupe Vinci des sociétés ASF et sa filiale Escota, anciennement publiques, avec la société Cofiroute qui lui appartenait déjà.

De toutes façons, du fait que – cas assez unique – les auditeurs sont communs aux différentes radios et ne peuvent choisir entre elles comme ils le feraient sur un marché concurrentiel, c'est très largement l'appropriation par les utilisateurs qui a influencé l'évolution des formats, en application du principe énoncé par Patrice Flichy dans une étude sur les techniques et les médias publiée en 1990²². Ainsi, les radios par trop « sérieuses » se sont efforcées d'apporter plus de chaleur et de confort à l'antenne, tandis que les plus « cool » gagnaient en rigueur dans leur présentation de l'information.

Aujourd'hui, à l'exception de *107.7 FM Programme Radio-France*, toutes les radios d'autoroutes sont animées par des équipes composées en totalité ou en grande partie de journalistes. Leur grille horaire peut être synthétisée sous la forme d'une « horloge » dont le squelette se présente comme une succession de modules courts (2 minutes environ) : informations générales (une ou deux fois par heure), information trafic, météo, magazines ou reportages (deux ou trois par heure), entrecoupés de plages musicales courtes (rarement plus de quatre minutes) et de spots publicitaires ou autopromotionnels. Ce squelette horaire se répète en général à l'identique en temps normal, mais peut varier la nuit (où il y a moins de voix et plus de musique), aux heures ou les jours de très fort trafic (où il y a à l'inverse plus d'information trafic : ainsi, *Autoroute Info* distingue formellement la soixantaine de jours dans l'année pour lesquels les exploitants prévoient des trafics importants et leur applique un mode dit « rouge »), le week-end, ou encore à n'importe quel moment lorsque des circonstances particulières l'exigent.

²²« La conception [d'un objet technique] est liée à une certaine représentation des usages [...]. A l'inverse, l'appropriation par les utilisateurs n'est pas sans influence sur l'évolution du système technique ». Patrice Flichy, « La question de la technique dans les recherches sur la communication », in *Réseaux* N° 50, Cnet, 1990.

UN NOUVEAU METIER : JOURNALISTE D'INFORMATION ROUTIERE

Les radios d'autoroutes ont évolué vers une professionnalisation croissante. Si, à l'origine, plusieurs rédactions ont été constituées en tout ou en majorité d'animateurs, aujourd'hui, les journalistes y constituent la majorité. Car le journalisme d'information routière est devenu une véritable spécialité, qui nécessite des compétences, des connaissances et des pratiques de haut niveau, du fait qu'il s'accompagne de responsabilités particulièrement élevées. Il y a deux raisons principales à cela, qui vont être maintenant développées.

La première raison est que, si la fluidité du trafic est l'objectif des exploitants autoroutiers, la sécurité des usagers est l'essence même de leur mission. Les journalistes des radios 107.7 trouvent leur place dans la chaîne de la sécurité routière. Leur rôle est lourd d'une responsabilité qui n'est pas si fréquente, même chez les grands reporters ou les présentateurs des informations générales des grandes chaînes, dont les informations ne prêtent que rarement à l'action, encore moins à une action mettant en jeu la sécurité des auditeurs. Dans les enquêtes menées par *Autoroute Info*, par exemple, 60 % des auditeurs indiquent que la radio leur a déjà fait éviter un accident²³. De l'information à l'action – une action qui va jusqu'au sauvetage de vies humaines – la mission du reporter d'information routière ne s'inscrit-elle pas, à son niveau certes, dans la grande tradition du journalisme d'action, symbolisée par la mémoire d'Albert Londres ?

La seconde raison est que, de par sa place originale dans le triangle événement-journaliste-auditeur, le journaliste d'information routière est confronté à une gageure unique dans la profession. En effet, lorsqu'un reporter rend compte d'un événement ou apporte son témoignage, sur ou depuis un endroit ou un pays plus ou moins lointain, à un auditeur qui l'écoute dans son salon, l'auditeur reçoit l'information sans souvent le moindre élément lui permettant de l'évaluer. Il fait confiance.

Tandis que dans notre domaine, les positions sont inversées: c'est depuis son studio que le journaliste décrit un événement dont il n'a qu'une connaissance indirecte, à un auditeur qui, lui, se trouve « *where the action is* » !

C'est pour répondre à ce haut niveau de responsabilité et à cette gageure, que les journalistes d'info routière cultivent un certain nombre de principes, qu'on peut ainsi résumer :

1) *Intégrité de l'information.*

Cela passe d'abord par la transparence de l'information entre les PC et les studios. Pour ce faire, certaines sociétés incluent dans leurs procédures la rédaction de messages de synthèse par les systèmes d'exploitation, et leur affichage sur les consoles des studios, permettant ainsi au présentateur, alerté par une sonnerie ou un flash lumineux, d'en donner une lecture directe à l'antenne. La mission journalistique est ici des plus réduites. Dans d'autres sociétés, au contraire, le studio ne reçoit pas de synthèse systématique, mais est lui-même équipé des mêmes interfaces que la salle d'exploitation: synoptiques animés figurant les événements et les données quantitatives, les retours de caméras vidéos, ainsi que les décisions de l'exploitant. Alerté, le journaliste entre immédiatement en relation téléphonique interne avec son collègue du PC, pour interpréter ces données brutes.

Cette responsabilité donnée aux journalistes implique d'abord qu'ils connaissent concrètement « le terrain » et deuxièmement qu'ils comprennent parfaitement l'information, avec les concepts, les codes, et autres sigles qui constituent le langage, aussi rigoureux qu'il est abscons pour le profane, de l'exploitant autoroutier; également, le cas échéant qu'ils la complètent ou se la fassent expliciter, afin de la restituer intelligemment.

2) *Rapidité de la mise à l'antenne*

Les radios autoroutières affichent des engagements de trois à quatre minutes en moyenne pour le délai qui court entre le moment où les services d'exploitation prennent connaissance d'un événement digne d'être signalé, et celui où le conducteur l'apprend sur 107.7.

²³ Voici un témoignage, parmi tant d'autres, reçu à ce studio un jour de mai 2010 : « J'empruntais l'A 48 avec ma famille (épouse et deux enfants 3 ans et 20 mois). [...] J'ai pu être prévenu de la présence d'une voiture au kilomètre 62 sur la voie de gauche. Votre alerte m'a permis de ralentir [...] et m'a évidemment incité à rester sur la voie de droite. Donc tout simplement ceci : vous nous avez peut-être sauvé la vie, car la voiture en question n'avait pas de warnings ».

On vient de voir les organisations qui permettent une transmission rapide de l'info entre PC et studios. On a aussi indiqué que la structure des programmes a été conçue pour permettre l'insertion à tout moment d'un flash urgent. De façon générale, pour le présentateur, l'urgence de l'information est un facteur constant de déstabilisation. Ainsi, lorsqu'un événement d'une certaine importance survient alors qu'il est précisément à l'antenne en train de lire le bulletin qu'il vient de préparer, c'est comme lorsque le présentateur du JT de 20 heures reçoit des indications dans son oreillette ou une dépêche sur son bureau qui démentent ce qu'il est en train d'exposer posément. Mais, compte tenu des rythmes d'évolution des actualités respectivement traitées, c'est beaucoup plus fréquent sur 107.7 que sur TF 1 !

La rapidité d'alerte a son complément dans l'actualisation, y compris l'information sur la fin de l'événement, qui, si elle paraît moins stratégique pour la sécurité routière, constitue certainement un gage de crédibilité, aux yeux (aux oreilles) de conducteurs qui sont sur place et n'accepteraient pas qu'on parle de bouchon s'ils constatent *de visu* que la voie est libre !

3) Rigueur du contenu

Chargé de communiquer une information qui ne sera pas seulement un élément de confort, mais aura un caractère opérationnel et peut jouer un rôle significatif dans la sécurité, le journaliste d'information routière est tenu à la plus grande rigueur. Celle-ci prévaut sur la précipitation, dont la rapidité n'est pas synonyme, et même sur les bonnes intentions.

En deuxième lieu, l'information doit correspondre aux besoins des usagers. Après l'information brute, le conseil viendra à l'issue de la nécessaire réflexion, étayée en tant que de besoin sur des données complémentaires qui peuvent provenir d'autres sources, quitte à les présenter au conditionnel, jusqu'à leur vérification. La référence de la source va de soi lorsqu'elle est constituée par le PC de la SCA ; dans les autres cas, le présentateur la cite toujours.

4) Clarté et intelligibilité

S'il comprend le langage technique de l'exploitant, le journaliste parle celui du conducteur : « clair, concret, concis ». Ainsi, il joue un rôle de traducteur et de médiateur. Par exemple en matière de localisation. Pédagogue, lorsqu'il apprend à l'auditeur à reconnaître les repères kilométriques (qui figurent sur de petites bornes à l'aspect traditionnel rouges et blanches). Vulgarisateur, lorsqu'il localise par référence à un élément de paysage facilement reconnaissable.

Les conducteurs non francophones posent un redoutable problème, qui n'aura une solution convenable qu'à l'aide d'une technologie que nous évoquerons plus loin.

5) Faire sens, rendre service et rassurer

Parce que l'info qu'il délivre est destinée à rendre service, le journaliste s'efforce en permanence de prendre en compte la grande diversité de ses auditeurs, dont certains sont des habitués de l'autoroute qu'ils empruntent tous les jours, tandis que d'autres la découvrent ²⁴!

Lors d'événements graves, le journaliste évite les excès et donne les raisons des difficultés sans dramatisation, mais avec le souci de rassurer, de sécuriser et de donner les bons conseils, à des conducteurs dont certains perçoivent l'autoroute comme un milieu hostile source de stress.

LES PROGRAMMES D'ACCOMPAGNEMENT

Centrées sur l'information routière, qui en constitue la principale raison d'être, les radios autoroutières proposent cependant un programme d'ensemble comprenant des éléments qui en sont des compléments fonctionnels directs, touchant à la sécurité, à la route, au voyage et au tourisme, et d'autres éléments d'accompagnement, qui sont de nature à intéresser les conducteurs et leurs passagers ou tout simplement à leur plaire : les informations générales et le programme musical.

²⁴ cf. ci-dessous le profil des auditeurs.

Des magazines réguliers sont consacrés à la sécurité : ils sont préparés par les journalistes d'antenne eux-mêmes, ou par des spécialistes. Ainsi Bernard Darniche pilote émérite, enseignant et militant de la conduite sécuritaire est beaucoup intervenu sur *Autoroute FM*, par exemple. D'autres magazines donnent la parole aux exploitants pour expliquer l'autoroute, aux constructeurs pour présenter les innovations des véhicules, aux ministres et aux aménageurs pour parler des infrastructures. Des émissions interactives permettent aux auditeurs de poser des questions et d'obtenir les réponses.

Certaines émissions visent des publics spécifiques. Notamment les routiers, particulièrement la nuit et lors d'actions de sensibilisation à la sécurité organisées par la profession, et les familles, principalement lors des grandes migrations vacancières.

Les programmes font une large place aux magazines touristiques et, plus généralement à la promotion des régions traversées, avec leurs richesses culturelles, patrimoniales, industrielles ou gastronomiques.

Les informations générales sont aussi une constante obligée sur toutes les antennes diffusant sur 107.7, mais elles y font en général l'objet d'un traitement séparé par rapport au reste de l'antenne. Sur *Autoroute Info* et *107.7 FM*, elle consiste simplement dans la rediffusion de deux flashes par heure de *France Info Express*, ce qui évite de détourner les journalistes de leur mission essentielle, l'info trafic, qu'ils pourraient estimer plus intéressante ou plus valorisante. Cette intervention de Radio France sur l'antenne de 107.7 est le pendant de l'inverse qui se produit avec le RDS EON-TA, ce qui assure dans les deux cas la meilleure qualité de l'information donnée à l'auditeur.

Chacune des quatre radios autoroutières dispose d'un spécialiste de programmation musicale qui produit son cocktail propre, assez proche de certaines grandes chaînes musicales, à partir des mêmes ingrédients principaux que sont : les « standards », les « *golds* » et les « nouveautés », dont il fait varier les proportions relatives en fonction du moment de la journée (plus dynamique et rythmé la nuit) ou de l'année (plus « jeune » l'été) autour d'une recette de base adaptée à la clientèle-cible majoritaire, les actifs plutôt jeunes de CSP +.

Du fait de la nécessaire diversité des goûts, la musique reste cependant l'élément du programme le moins plébiscité par les auditeurs. C'est là l'un des arguments en faveur de la technique du RDS TA, qui laisse au conducteur le libre choix de son fond musical, au prix toutefois de l'abandon de tous les éléments de programme autres que les bulletins d'information trafic.

III. UN MODELE ECONOMIQUE ORIGINAL ET EFFICACE

Le secteur des radios autoroutières présente un modèle économique original qui s'écarte de ceux qui régissent les autres secteurs du paysage radiophonique national. Il y a deux raisons à cela: d'une part, des coûts bien supérieurs; d'autre part, des recettes ciblées provenant essentiellement des auditeurs eux-mêmes.

DES COUTS TRES ELEVES

Comme pour toutes les entreprises de leur secteur, les coûts des radios autoroutières distinguent d'un côté les coûts de production des programmes et de l'autre les coûts de diffusion du signal radio.

Du fait de l'éloignement des studios de la zone de diffusion, il faut d'abord transporter le signal jusqu'à l'autoroute: ce transport s'effectue par voie hertzienne, satellitaire ou, de plus en plus, par fibre optique. Les SCA ont en effet enterré le long de leurs tracés un réseau complet de fibres, qui sert au transport de différents types de données internes (voix, transactions péage, remontée des compteurs de trafic et des images vidéo...) et dont des capacités sont également louées à des opérateurs extérieurs (notamment de téléphonie mobile).

Du fait de la particularité de la technique de diffusion, l'isofréquence, il faut multiplier ensuite le nombre de sites de réémission : un milliers de mâts sont nécessaires pour couvrir les 8000 km du réseau, ce qui signifie à chaque fois fabrication industrielle d'un mât de 10 à 60 m de haut, montage, fondation, alimentation en énergie,

installation des équipements de réception et de réémission (antennes), maintenance, surveillance. Aussi les frais de diffusion d'une seule des radios autoroutières sont-ils du même ordre que ceux d'une grande station commerciale qui diffuse France entière !

Quant aux moyens de production, ils reposent d'abord sur les effectifs importants qui sont nécessités par la tenue de l'antenne 24h/24 tous les jours de l'année : une bonne centaine de personnes, dont trois quarts de personnels d'antenne, en majorité journalistes²⁵.

Si l'essentiel des personnels sont à l'antenne, cela se doit en particulier à la très grande automatisation des studios, qui comptent parmi les plus sophistiqués, permettant aux présentateurs de s'auto-réaliser sans la présence permanente de techniciens, et assurant le maximum de rapidité et de sécurité dans toutes les manipulations, toutes choses qui bien évidemment grèvent lourdement les budgets d'investissement.

DES RECETTES PROVENANT PRINCIPALEMENT DES AUDITEURS

Les sources de financement des radios autoroutières les distinguent aussi des deux modèles qui se partagent la totalité du paf : celui du secteur public et associatif, qui s'alimente aux fonds publics, et celui du secteur commercial qui repose sur les recettes publicitaires.

Les SCA, interviennent à deux titres. En premier lieu, ce sont elles qui supportent la charge de la diffusion du signal, en mettant à disposition leurs infrastructures de télécom (hauts mâts et fibres optiques).

En second lieu, les SCA, qu'elles soient ou non maisons-mères de la société de radio, achètent à cette dernière sa prestation de production du programme d'information (rédaction et mise à l'antenne) : l'information routière (par voie de radio comme par PMV par exemple) est en effet un élément du service que les SCA rendent à leurs propres clients, à qui elles le facturent sous la forme du péage. Ainsi plus de la moitié des ressources des sociétés de production de radio autoroutière, plus la prise en charge des coûts de diffusion, proviennent du péage, c'est-à-dire bien qu'indirectement, de leurs auditeurs.

Les recettes publicitaires (ainsi que quelques « recettes de poche »), ne viennent qu'en complément. Elles souffrent de plusieurs contraintes, dont surtout le cantonnement de leur diffusion au fuseau autoroutier, qui les prive des bassins de population denses que sont les agglomérations. Ajoutons que les critères généralement utilisés dans la profession pour caler la facturation de la publicité à l'antenne – les enquêtes de Médiamétrie – ne sont pas adaptés.

DES TAUX D'AUDIENCE ET DE SATISFACTION ELEVES

Pour les mêmes raisons, ces enquêtes professionnelles ne rendent pas facilement compte de l'audience de ces radios, dont l'écoute est par trop particulière par rapport à celle des *majors* du secteur. Leur conception même et les synthèses qui en sont publiées ne permettent pas une évaluation précise de l'audience des radios autoroutières ni de leur part de marché dans l'écoute radio en général²⁶. L'analyse détaillée des enquêtes « 126 000 » conduirait cependant à évaluer aux environs de 0,7% l'audience jour cumulée de l'ensemble des 107,7, chez les plus de 13 ans, part qui dépasse 1% l'été.

²⁵ Combien de radios privées disposent-elles de pareils effectifs de journalistes ?

²⁶ En effet, les enquêtes quantitatives de Médiamétrie distinguent les cinq vagues de la « 126 000 », qui recouvrent les dix mois « normaux » de l'année, de l'enquête dite « Grille d'Eté », qui couvre juillet et août – la période de pic du trafic autoroutier –, en s'en interdisant la consolidation. Toutes ces enquêtes prennent en compte la population à partir de 13 ans, alors que, sur autoroute, la population jeune, au-dessous de l'âge d'obtention du permis de conduire ne constitue pas la cible et est très sous-représentée, sauf, en tant que passagers précisément l'été et aux autres périodes de congés scolaires. Les études excluent la nuit (minuit-cinq heures) et sortent de leurs résultats les jours dits « de moindre activité », qui ne sont pas nécessairement des jours de moindre trafic sur autoroute. Les radios autoroutières n'y sont pas prises en compte globalement, mais séparément. Aucune n'atteint le seuil de 1% d'audience cumulée du lundi au vendredi, entre cinq heures et minuit, de sorte que le secteur ne ressort pas dans les résultats communiqués publiquement, qui s'y limitent

La meilleure approche de l'audience des radios autoroutières s'obtient à partir des statistiques de fréquentation autoroutière, complétées par les enquêtes menées par les radios elles-mêmes et/ou leurs régies publicitaires.

En partant des statistiques et enquêtes autoroutières, on peut estimer aux environs de 3,5 millions le nombre de personnes différentes qui utilisent l'autoroute chaque jour. Quant aux enquêtes sur l'écoute de 107.7 elles chiffrent aux environs de un sur trois en moyenne la proportion des véhicules (conduits par un francophone et équipés d'un autoradio), qui se branchent sur cette fréquence. En tenant compte des particularités de l'audience qui seront évoquées plus avant, on en déduit un chiffre d'audience d'environ 8 à 900 000 auditeurs jours. La fourchette entre ce chiffre, diminué des jeunes de moins de 13 ans, et celui issu des enquêtes de Médiamétrie évoqué plus haut, rapproche l'audience globale des stations autoroutières de radios telles que *Radio Classique*, *France Culture* ou *MFM*, par exemple.

On peut avoir une idée de la proportion des Français qui ont écouté une radio d'autoroute, que ce soit de façon habituelle ou occasionnelle, à partir d'enquêtes partielles. Ainsi, une enquête menée par le cabinet BVA pour l'Asfa, l'association professionnelle des concessionnaires autoroutiers, en avril 2006, indiquait que trois Français sur quatre de 18 ans et plus avaient circulé au moins une fois sur une autoroute à péage au cours des 12 derniers mois, en tant que conducteur ou passager. L'enquête menée sur l'audience de *Autoroute Info* indiquait, elle, que 81 % des conducteurs avaient déjà écouté cette station. On peut donc raisonnablement estimer que quelque 60 % des Français connaissent les radios 107.7 pour les avoir écouté, que ce soit habituellement ou occasionnellement.

Bien entendu, tous les voyageurs sur autoroute n'ont pas le même profil, tous les conducteurs n'ont pas la même approche de leur radio, et tous les auditeurs ne l'écoutent pas de la même façon.

Ainsi, en termes globaux, les conducteurs sur autoroute sont des hommes à près de 80 %. La structure de leurs CSP montre un décalage net en faveur des professions libérales, cadres supérieurs et professions intermédiaires, et aux dépens des ouvriers, agriculteurs et inactifs. Leur pyramide des âges est tassée, avec une très forte prépondérance des classes d'âge entre 18 et 55 ans...mais les conducteurs âgés sont de plus fidèles auditeurs de 107.7. Les passagers, qui sont en moyenne un peu moins nombreux que les conducteurs, présentent une légère prépondérance de femmes et un âge moyen de dix ans inférieur.

Mais il s'agit là de moyennes et, comme on l'a indiqué plus haut, les hommes de programme des radios autoroutières prennent en considération la segmentation particulière de leur cible. Celle-ci invite à distinguer les poids-lourds, qui représentent 13 % des transactions mais 16 % du kilométrage parcouru sur autoroute car leurs trajets sont plus longs et dont les conducteurs sont en général seuls, des véhicules de tourisme et, parmi ces derniers, usages professionnels, trajets domicile-travail, loisir, migrations vacancières. Autant de catégories qui se distinguent par les caractéristiques du conducteur (sexe, âge, CSP), le nombre de personnes transportées et leurs caractéristiques, les jours de pic dans l'année et les heures de pic dans la journée, la longueur des trajets, leur fréquence...

Cette dernière, la fréquence d'utilisation de l'autoroute, est un bon critère de segmentation. Sur le réseau de la société des Autoroutes Paris Rhin-Rhône, par exemple, parmi la clientèle des véhicules de tourisme, les clients réguliers (qui effectuent plus d'un aller-retour par semaine) ne représentent guère plus de 1 % du total, mais réalisent plus de 15 % du kilométrage, majoritairement par la multiplication de courts trajets domicile-travail. Ce sont les moins adeptes de 107.7. A l'inverse, les clients très occasionnels, qui n'utilisent l'autoroute qu'en une occasion dans l'année pour une longue migration estivale, constituent près des trois quarts de la clientèle, et sont souvent accompagnés de leurs familles avec enfants. Ce type de voyageurs, qui se sent moins en sécurité sur autoroute que les habitués, est particulièrement à l'écoute de la radio autoroutière (avec des taux dépassant alors 60 %) ²⁷.

²⁷ Cette différence qualitative dans l'usage de l'autoroute les mois d'été va du reste de pair avec une forte saisonnalité dans les chiffres mêmes du trafic : le trafic autoroutier moyen en juillet et août est supérieur de moitié à ce qu'il est les autres mois de l'année, de sorte que ces deux mois voient passer 22,5 % du trafic annuel. La plupart des chiffres relatifs à la fréquentation autoroutière sont de source professionnelle (Asfa, Association professionnelle Autoroutes et Ouvrages Routiers), et les chiffres relatifs à l'audience des radios autoroutières proviennent des enquêtes *ad hoc* faites en général annuellement par les radios et/ou leurs régies publicitaires.

Les enquêtes évaluent non seulement le nombre, mais aussi la satisfaction des auditeurs. Elles montrent que les radios autoroutières répondent extrêmement bien à leur quête principale, l'info circulation: ce ne sont pas moins de 99 % des interviewés qui se déclarent « satisfaits » ou « très satisfaits » de l'information trafic qu'ils reçoivent sur 107.7 ! Les autres éléments de programme sont tous également très bien notés, en particulier les magazines relatifs à la sécurité et à la connaissance de l'autoroute et les magazines touristiques. Même les programmes musicaux obtiennent plus de 75% d'appréciations favorables.

Globalement, les radios autoroutières sont plébiscitées par leurs auditeurs, qui reconnaissent sans conteste leur caractère utile à la sécurité physique et psychologique de leurs déplacements sur autoroute, un univers souvent vécu comme plutôt impersonnel voire *unsecure*.

Ainsi vient se boucler ce modèle économique totalement original dans le « paf »: si leurs auditeurs (les usagers de l'autoroute) supportent eux-mêmes la dépense des radios autoroutières, ils apparaissent clairement comme les cibles et les bénéficiaires de leurs programmes.

PROPOS D'ETAPE : QUELS DEVELOPPEMENTS POUR DEMAIN ?

Les perspectives de la radio autoroutière se présentent suivant deux problématiques : l'extension spatiale et la mutation technologique

UNE EXTENSION TERRITORIALE ET INTERMODALE, D'ABORD.

Le réseau autoroutier étant aujourd'hui couvert en totalité, par un service plébiscité, comment celui-ci peut-il être étendu aux territoires non desservis? La desserte des réseaux routiers régionaux pose de réels problèmes: d'une part, il est nécessaire d'améliorer encore la qualité du recueil des informations sur les réseaux non concédés; d'autre part, il apparaît hors de question de doter tous ces réseaux d'équipements aussi onéreux que le système d'isofréquence, qui, du reste, rencontrerait de terribles obstacles techniques compte tenu des trop nombreux croisements d'itinéraires. Il paraîtrait donc sage, une fois la première condition remplie, d'y diffuser en FM traditionnelle ou « surfacique », parfois sur des fréquences différentes de 107.7.

Concrètement, les premières expériences d'extension de la radio routière hors autoroutes concédées ont commencé d'être étudiées, en collaboration entre les groupes concessionnaires et les services de l'Etat ou les collectivités locales, dans des cas qui paraissent à la fois plus urgents et plus facilement réalisables. On s'est intéressé aux réseaux secondaires proches des autoroutes avec lesquels elles jouent mutuellement un rôle d'alternative, voire de délestage en cas de fort trafic ou de perturbation: un léger desserrement de la contrainte de limitation de la diffusion au « ruban » a alors été nécessaire. On a également étudié la question au niveau de l'aboutissement des autoroutes de liaison dans les zones urbaines (car les autoroutes concédées s'arrêtent en général largement en amont des grandes conurbations), c'est-à-dire finalement la traversée (transit) des grandes conurbations.

Au-delà — plus précisément en aval — de l'accès aux grandes métropoles et de leur traversée, l'information sur les conditions de circulation routière dans leur sein-même, qui concerne chaque jour une très grande proportion des trajets domicile-travail, mérite certainement que lui soit consacrée une fréquence radio. *RTFM* diffuse depuis quinze ans sur 107.7 à Nice un programme qui a vocation à jouer ce rôle, par exemple²⁸, ou qui le pourrait sur l'agglomération toulousaine, autre exemple, puisque ces deux agglomérations sont traversées par des autoroutes du réseau ASF-Escota. Mais tout reste à faire dans beaucoup de métropoles régionales.

Malgré la domination de « la bagnole », l'information trafic ne devrait pas alors se cantonner au seul mode routier mais devrait être comprise comme largement intermodale.

La question de la région parisienne mérite un traitement à part, qui, du reste, n'a cessé de susciter des initiatives, depuis *Fip*, jusqu'à la « city radio » qu'est aujourd'hui la station locale du réseau France Bleu, en passant par *CVS* et *Paris FM 95.2* dans les années 80 et 90.

Force est cependant de reconnaître que, si le média radio se prête bien à la présentation des événements et difficultés de parcours lorsque ceux-ci sont peu nombreux et que le réseau n'est pas complexe, en revanche, pour la région parisienne, où il se passe à tous moments un nombre extrêmement élevé d'événements notables, ce support ne peut que permettre une information de tonalité générale, illustrée de la seule indication des très gros événements : de sorte qu'il est impossible au conducteur d'en attendre des indications de guidage pertinentes pour lui. Le média atteint là une limite, dont le franchissement nécessite un nouveau saut technologique.

²⁸ Sur la région niçoise, *RTFM* recueille un taux d'audience cumulée de l'ordre de 2%, c'est-à-dire à eu près trois fois plus élevé en moyenne que le réseau 107.7 sur la France entière (source Médiamétrie).

UNE MUTATION TECHNOLOGIQUE

Après le RDS-TA qu'on a présenté plus haut, la deuxième génération du RDS va précisément répondre à cette gageure, ainsi qu'à un autre obstacle que nous avons évoqué, celui de l'information des conducteurs non francophones.

Le RDS-TA véhicule de simples codes donnant des instructions au récepteur. Le RDS-TMC (*traffic message channel*) diffuse, lui, le contenu de véritables messages d'information routière. Ces messages sont numérisés à l'émission et décodés à la réception. Cette dernière est dotée de deux fonctions particulièrement utiles : le filtrage, qui permet de trier un flot d'information qui serait excessif en zone dense, et la présentation dans la forme choisie : par exemple graphique ou textuelle, sur écran ; ou vocale, sur haut-parleur, indispensable pour les conducteurs étrangers qui peuvent choisir leur langue, et particulièrement recommandable pour tous à grande vitesse.

Développée progressivement en Europe à partir des années 80, et très largement soutenue par les instances européennes, cette nouvelle technique a nécessité la mise en place d'une chaîne comprenant les éléments suivants: élaboration d'un vocabulaire pour décrire les conditions de circulation, plates-formes de création de données avec leurs protocoles d'échanges, banques de données cartographiques, ainsi que la disponibilité de canaux de diffusion hertzienne permettant l'utilisation de la sous-porteuse de la fréquence et enfin, *last but not least*, la fabrication de récepteurs totalement nouveaux.

Un certain nombre d'expérimentations ont été lancées ; ainsi en France à partir de 1986 sous le nom de *Carminat* autour du constructeur Renault et du groupe alors public CNET-France Télécom-TDF, qui a donné naissance à un opérateur spécialisé, Médiamobile, lequel se trouve aujourd'hui dans un marché très concurrentiel.

Tandis que les SCA voyaient dans le RDS TMC une extension du service (d'intérêt public) de la radio autoroutière et des télépanneaux aux conducteurs non francophones, les autres opérateurs s'efforçaient en vain de démontrer l'existence d'un marché autonome solvable de l'information routière dynamique (constitué directement des utilisateurs finaux, les conducteurs, il aurait fonctionné selon un mécanisme de cryptage et d'abonnement). Ce n'est qu'avec le déploiement du GPS pour l'aide à la navigation au début de la décennie 2000, que le RDS TMC décolle réellement pour atteindre un niveau commercial, sous le nom de « guidage dynamique », comme complément optionnel du premier, auquel il reste aujourd'hui totalement lié. Comme il en est allé pour les autoradios, les constructeurs automobiles, qui incluent l'équipement dans leurs modèles de haut et, maintenant, moyenne gamme, jouent un rôle important d'intermédiaire sur ce marché. Une enquête indiquait qu'en 2007, environ 10 % des véhicules circulant sur les autoroutes Paris-Rhin-Rhône possédaient un récepteur GPS doté de la fonction de guidage dynamique par RDS-TMC.

La norme TMC, mise au point pour correspondre aux capacités de la diffusion en RDS, limitées à quelques centaines de bits par seconde, ne permet de construire que des messages assez limités, qui sont plus proches du « télépanneau embarqué » que du bulletin produit par les studios d'une radio autoroutière. La capacité croissante des nouveaux canaux de communication électroniques : internet et internet mobile, a ouvert des horizons beaucoup plus larges à l'information routière automatique et a suscité la mise à l'étude d'une nouvelle norme de message d'information routière qui serait beaucoup plus riche, et indépendante du support de diffusion : la nouvelle norme, appelée TPEG (*Transport Protocol Expert Group*), permet d'élaborer les messages beaucoup plus complexes tels que ceux que peut accepter par exemple le media internet²⁹, y compris dans les applications mobiles à haut débit (troisième et quatrième génération). Le récepteur peut être un *smartphone*, utilisé en récepteur de diffusion (*broadcasting*) ou en outil de communication bidirectionnelle (point à point).

²⁹ Les SCA et leurs studios ont créé des sites internet d'information temps réel déjà utiles avant le départ, et qui complètent le serveur téléphonique qui, depuis les années '90, permettait d'accéder aux bulletins radios de l'itinéraire choisi. Les SCA commercialisent les données trafic via leur filiale commune *Autoroute Trafic*.

La diffusion de données quantitatives et graphiques n'épuise cependant pas les possibilités du numérique. En effet, le média radio, dans toutes ses richesses de programme, est en passe, après la télévision, de se transférer sur un mode de diffusion numérique: la radio numérique terrestre (RNT). Celle-ci permettra de jumeler la diffusion des programmes audio et d'informations complémentaires multimédia. Les stations autoroutières ont expérimenté ses possibilités dès la fin des années 90. Le CSA, qui en a lancé les procédures, espère un développement rapide de la diffusion en RNT dans les années qui viennent, malgré les réticences exprimées par plusieurs majors du secteur, face à la nécessité d'investissements nouveaux, à la raréfaction des ressources publicitaires et dans l'attente de la mise sur le marché des récepteurs *ad hoc*.

On peut penser que, tandis que la diffusion analogique se poursuivra encore pendant un certain nombre d'années, la diffusion et la réception numérique pourraient au moins commencer par emprunter les équipements portables qui connaissent actuellement le plus fort développement, du type des baladeurs et smartphones. En voiture, de tels équipements pourraient prendre place au sein du tableau de bord, en association avec la fonction GPS. Songeons que, selon le Bureau de la Radio, qui s'appuie sur des études de Médiamétrie, 8 millions d'internautes écoutent déjà la radio sur internet, et 5,4 millions sur leur téléphone mobile³⁰. La généralisation de l'écoute de la radio par cette voie, c'est-à-dire la substitution totale de la communication point à point au *broadcasting* suppose cependant la résolution de problèmes de capacité et de coût (et donc de prise en charge) non encore imaginée.

On ne peut pas affirmer que la généralisation de la diffusion de données quantitatives et graphiques constituera une alternative aux programmes de radio autoroutière. L'enquête de 2007 précédemment citée révèle que les conducteurs équipés d'un GPS sont plus nombreux que la moyenne à écouter *Autoroute Info*³¹. Sans entrer dans les dialectiques déterminisme technique/déterminisme social et technophobie/technophilie, on peut penser que, avant que de céder la place aux banques de données automatiques, les studios des radios autoroutières ont encore une longue mission à assurer. Une mission de sécurité routière, mais aussi au titre du « supplément d'âme » que Bergson appelait de ses vœux pour éviter que le progrès technique ne se fasse au détriment de l'humain.



Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine
10, Esplanade des Antilles
33607 Pessac Cedex – France
Mail : grer.mail@club-internet.fr
Site Internet : <http://www.grer.fr>

³⁰ Bureau de la Radio, communiqué de presse du 5 novembre 2009.

³¹ La réception conjuguée de 107.7 et des infos par RDS-TMC a constitué une sorte de test des fonctions de la RNT !