



■ Ensemble, on est plus fort ! ■



Charte de bonne entente entre Radio France et les radios associatives

La Loi du n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la Liberté de Communication consacre plusieurs grands principes fondamentaux devant régir le paysage audiovisuel français, le Conseil supérieur de l'audiovisuel ayant pour mission de veiller à leur respect. Au nombre de ces grands principes, la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels, la diversification des opérateurs et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence apparaissent comme essentielles.

Ce cadre général étant rappelé, les signataires de la présente charte, Radio France, le Syndicat National des Radios Libres (SNRL) et la Confédération Nationale des Radios Associatives (CNRA), se sont rapprochés afin de réaffirmer leur souhait commun de renforcer la qualité de leurs relations dans leur travail quotidien au plus près du tissu local.

Ainsi, la présente charte a pour objectif de consacrer la volonté d'harmonie et de bonne entente entre le service public radiophonique, et principalement les stations locales de Radio France, et les radios associatives, sur le territoire français en métropole, dans le respect des missions et de la spécificité de chacun.

~

Les missions de Radio France

Une mission générale et plurielle

Conformément à l'article 48 de la Loi de 1986 et à son Cahier des missions et des charges, Radio France allie exigence culturelle et respect du grand public, obéissant en cela à sa mission éducative, culturelle et sociale. Radio France doit ainsi contribuer à la lutte contre les discriminations par le biais de programmes reflétant la diversité de la société française.

Radio France possède un savoir-faire qui, conformément à ses missions, lui permet d'aborder tous les sujets, des sports à la culture en passant par l'international, la société, l'économie, la politique, les nouvelles technologies ou le développement durable. Ce travail est réalisé sur toutes les chaînes de Radio France en fonction de leur spécificité.

En matière d'information, Radio France doit réserver une place particulière aux informations culturelles en France et à l'étranger, et diffuser des émissions abordant divers aspects du monde contemporain.

En matière de création, Radio France promeut la création musicale et les nouveaux talents à l'occasion de manifestations, de concerts et de programmes diffusés sur toutes ses antennes.

Parmi les obligations générales figurent notamment l'illustration de la langue française et des langues régionales.

La mission spécifique des radios locales de Radio France

Outre l'illustration des langues régionales et la participation à la mission générale de promotion de la création - grâce au travail réalisé par les ateliers de création radiophonique qui produisent des séries musicales, des fictions et documentaires -, les radios locales du réseau France Bleu de Radio France répondent à une mission de proximité spécifique, tant dans leur offre d'information, de services et de divertissements. A ce titre, elles sont par conséquent au plus près de l'ensemble de la vie locale et des manifestations qui l'animent et en font son actualité.

Les missions des radios associatives

Les articles 29 et 80 de la loi précitée consacrent l'existence d'opérateurs de radiodiffusion à statut associatif et leurs missions spécifiques sur les territoires, encadrées par un cahier des charges relatif à « la communication sociale de proximité. »

Ce rôle s'illustre dans les obligations relatives aux cahiers des charges spécifiques à chaque éditeur associatif : informations locales et régionales, services au public en matière d'emploi, de promotion des talents locaux, des langues de France, promotion d'événements artistiques, du patrimoine local, participation des auditeurs aux émissions locales d'éducation populaire, synergie avec les collectivités territoriales, les établissements publics, les institutions déconcentrées, le tissu économique, social, sportif, culturel et les associations.

Le décret régissant le Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique, sur le budget de l'Etat, précise les critères d'aides publiques sélectives sur l'ensemble de ces fonctions, considérées en conséquence comme essentielles.

Le Syndicat National des Radios Libres (SNRL) est une organisation professionnelle constituée selon la Loi du 21 mars 1884, représentative des opérateurs de catégorie A (radios associatives), selon le Code du Travail, dans la branche de la radiodiffusion.

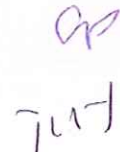
La Confédération Nationale des Radios Associatives (CNRA) est l'organisation représentative des radios associatives rassemblant des fédérations régionales et des fédérations thématiques nationales.

Le constat : des missions spécifiques et croisées

Dès lors, au travers de ce travail de terrain et de proximité, les radios locales du réseau France Bleu et les radios associatives disposent de missions spécifiques, proches et croisées, notamment en termes de traitement de l'information, de promotion locale, de découverte des talents, de relations avec les collectivités, les acteurs culturels, les acteurs du développement territorial, économique et social.

Une complémentarité en bonne intelligence

Les signataires de la présente charte conviennent qu'il est souhaitable que les parties remplissent leurs missions dans un esprit de loyauté, de complémentarité ou de partenariat dans le cadre du paysage radiophonique.



Orientations de travail

Les signataires ont identifié d'un commun accord des orientations visant à favoriser prioritairement un équilibre et une harmonie dans les relations professionnelles entre les différentes parties dans le cadre du paysage radiophonique local.

1- A propos de l'information

Les signataires engagent leur personnel et collaborateurs, notamment les journalistes professionnels, à agir en toute loyauté, confraternité et complémentarité dans l'esprit déontologique de la Charte des Journalistes.

2- A propos de la politique de partenariats événementiels

Les signataires s'engagent, l'un vis-à-vis de l'autre, à valoriser auprès des collectivités territoriales et des établissements publics la complémentarité de leurs couvertures rédactionnelles événementielles respectives. Ils conviennent de s'informer de toute demande d'exclusivité image sur les partenariats relatifs à des manifestations locales de nature publique.

3- A propos de la couverture des manifestations faisant l'objet d'un partenariat événementiel

La couverture rédactionnelle d'un événement faisant l'objet d'un partenariat image est par essence libre, au titre du droit à l'information du public.

En cas de partenariat comportant une exclusivité image, la présence d'une autre radio dans l'espace de la manifestation ne sera possible qu'au regard du choix de la structure organisatrice.

Les structures organisatrices seront sensibilisées à la complémentarité des éditeurs de service.

Dans le cas particulier des manifestations sportives gérées par l'Union des journalistes de sport en France (UJSF), les signataires concernées s'engagent à privilégier l'entraide et les synergies professionnelles dans le respect des règles en vigueur.

4- A propos de l'identité visuelle de marque

Le principe de l'exclusivité visuelle de marque est un des principes de l'activité du partenariat média. Dans les manifestations locales de nature publique le principe d'exclusivité visuelle de marque peut être appliqué sur les supports de visibilité et de communication.

Pour autant, la présence du logo et d'une identité visuelle de marque d'une radio associative aux côtés d'une radio de Radio France, et réciproquement, est possible. Elle est ainsi envisageable sur les lieux des manifestations et certains supports de communication produits par les organisateurs. Dans cette hypothèse, les modalités de mise en œuvre des présences visuelles pourront faire l'objet d'une discussion amiable et préalable entre les acteurs en présence au niveau local.

5- Mutualisation de moyens

Les moyens techniques (ligne Numéris, ADSL, cabines d'exploitation, mobilier...) disponibles sur sites de manifestations temporaires et mis à disposition par des collectivités territoriales ou des établissements publics peuvent être utilisés par tous les opérateurs.

Dans la mesure du possible, et sans que cela n'entrave les missions des deux parties et n'engage un quelconque coût financier ni investissement logistique, la coopération technique est encouragée.

cf
M
J.H

6- Comité de suivi

Les parties signataires à la présente charte de bonne entente constituent un comité de suivi composé de deux représentants des radios associatives et deux représentants de Radio France. Il se réunira au minimum une fois par an.

Il pourra être saisi par tout éditeur intéressé, par l'intermédiaire de l'un de ses membres.

Il a pour mission de traiter les interprétations divergentes qui pourraient advenir sur le terrain. Ses préconisations dans la résolution d'un différend s'imposeront aux responsables des éditeurs.

Le comité de suivi procède à une évaluation du dispositif et proposera, le cas échéant, des ajustements à la présente charte.

Le comité de suivi fixe les règles indispensables à son fonctionnement ainsi que son calendrier. Les frais inhérents au comité de suivi relèvent des parties prenantes.

Fait en trois exemplaires, à Paris, le 15 juin 2012

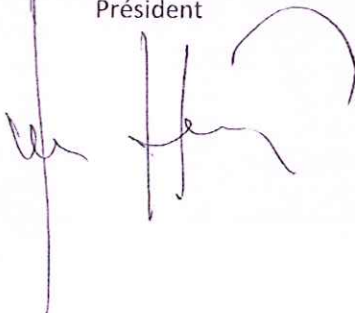
Pour Radio France

Jean-Luc HEES
Président-directeur général

Handwritten signature of Jean-Luc Hees in black ink.

Pour le SNRL

Emmanuel BOUTTERIN
Président

Handwritten signature of Emmanuel Boutterin in black ink.

Pour la CNRA

Claude PALMER
Président d'honneur

Handwritten signature of Claude Palmer in purple ink.