

Société

QUAND L'ÉTAT CONTRAINT FRANCE MUSIQUE À JOUER UNE FAUSSE NOTE

Fabrice Février

13/10/2026

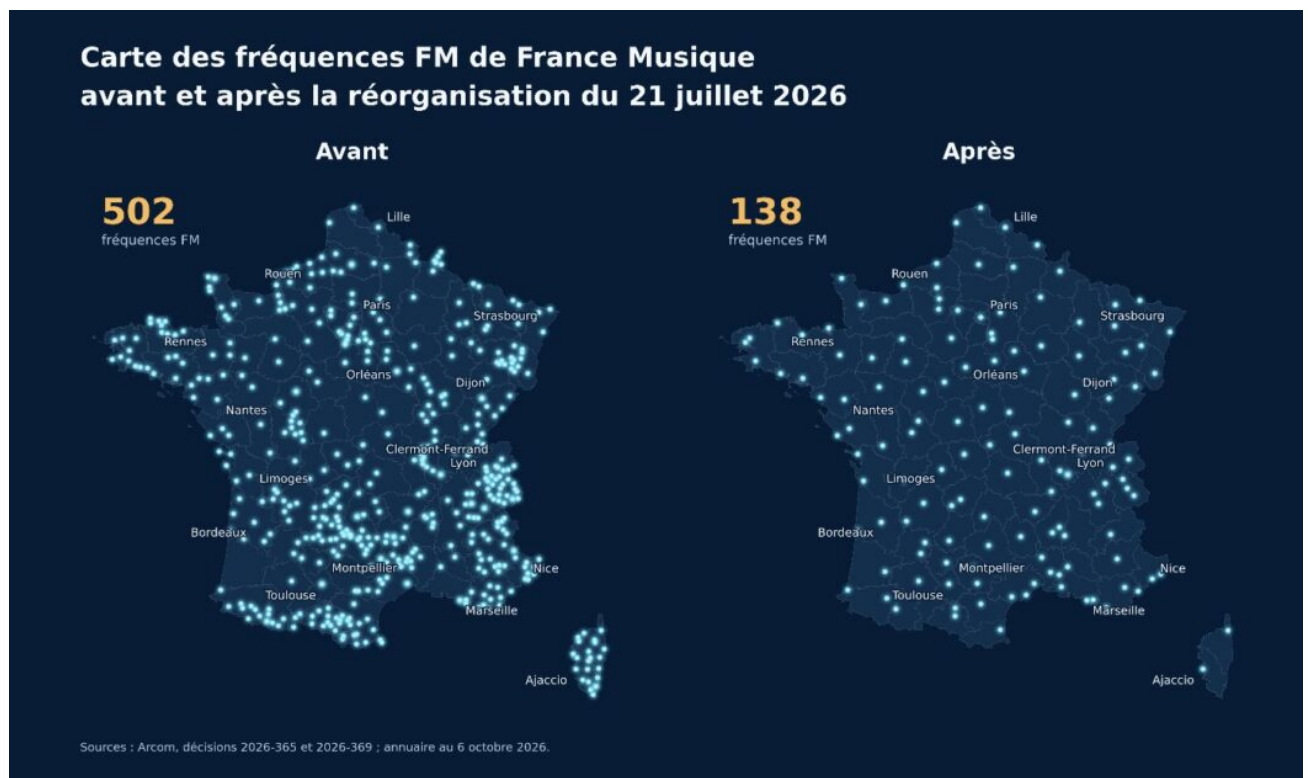
Sous la contrainte de l'État, Radio France a réduit le réseau FM de France Musique de 503 à 138 fréquences : près d'un habitant sur quatre ne peut plus la recevoir, surtout dans les zones rurales et les petites communes. Dans cette note, Fabrice Février, codirecteur de l'Observatoire des médias de la Fondation, décrypte les arbitrages budgétaires qui ont conduit à ce choix et montre ce que les auditeurs perdent avec la disparition de cette fréquence : une présence, un accès à la culture et un lien avec le territoire. Cette analyse dépasse le cas de France Musique et interroge l'éloignement des services publics dans la France des campagnes.

Ce mercredi 22 juillet 2026, comme chaque matin, des auditeurs de France Musique ont allumé leur radio. Sur la fréquence habituelle, ils ont trouvé une autre station ou des grésillements. Leur poste fonctionnait toujours et les programmes continuaient. Mais la fréquence qui, depuis des années, faisait entrer la grande musique chez eux avait disparu.

Dans le sud de l'Isère, un auditeur décrit la rupture : « j'habite sur un plateau montagneux à 1000 mètres d'altitude, et, depuis le 22 juillet, plus aucun de mes postes de radio ne capte France Musique ». À Chameçon, en Côte-d'Or, un autre explique pourquoi l'écoute en ligne ne suffit pas : « nous n'avons pas de réseau mobile. Je ne peux me connecter qu'en WiFi dont le fonctionnement est aléatoire ». Recueillis par la médiatrice de Radio France, ces **messages** donnent une réalité concrète à la réorganisation du réseau.

La fausse note s'est jouée à partir d'une partition budgétaire dictée par la tutelle. Sous la contrainte des économies demandées par l'État, Radio France s'est résolu à réduire le réseau FM de sa chaîne de musique classique, passé de 503 à 138 fréquences FM. La couverture est passée de 93% à 70% de la population métropolitaine. Près d'un habitant sur quatre a ainsi perdu la possibilité de recevoir France Musique par ce mode de diffusion.

Cela recouvre onze mille communes¹. La liste des anciennes fréquences retirées regroupe très majoritairement des petites et villes moyennes : trois sur quatre comptent moins de 10 000 habitants, et près de neuf sur dix moins de 20 000 habitants. Certaines fréquences ont été remplacées : leur retrait ne signifie donc pas toujours la fin de la réception en FM. Et chaque fréquence peut desservir plusieurs communes, voire toute une vallée. Néanmoins, la place des zones rurales et des petites communes dans cette réorganisation souligne l'enjeu de l'accès à la radio publique au-delà des grandes métropoles urbaines.



Dans son équation financière, la direction de Radio France semble avoir cherché à diminuer ses dépenses de diffusion pour préserver les programmes. Dans les courriers reçus depuis l'été dernier, certains auditeurs racontent pourtant une autre histoire : celle d'un service public qui s'éloigne à son tour de leur territoire.

Bien sûr que France Musique reste largement accessible. Sa diffusion FM atteint encore environ 70% de la population², et 87% en y ajoutant le DAB+ (la radio numérique terrestre)³. Ses émissions sont également disponibles sur Internet, notamment sur la nouvelle application Radio France, lancée en 2024, qui réunit les stations du groupe, leurs directs et leurs podcasts. Cette offre commune permet à France Musique de toucher des auditeurs venus écouter une autre antenne et de leur faire découvrir ses émissions.

Mais ces possibilités ne se valent pas pour tous. Là où la connexion est instable, où le DAB+ n'est pas encore arrivé, où le poste de radio ne reçoit que la FM, continuer à écouter suppose de trouver une solution qui n'existe pas toujours immédiatement.

De fait, la carte des fréquences rencontre ici la carte de France. Ce qui apparaît, à l'échelle nationale, comme une réorganisation technique prend, dans une vallée ou un bourg, la forme d'une disparition. Pour comprendre l'émotion qu'elle provoque, il faut tenir ensemble la contrainte qui s'impose à Radio France et la place qu'occupe cette radio dans la vie de ceux qui ne la reçoivent plus.

Pourquoi le choix de France Musique ?

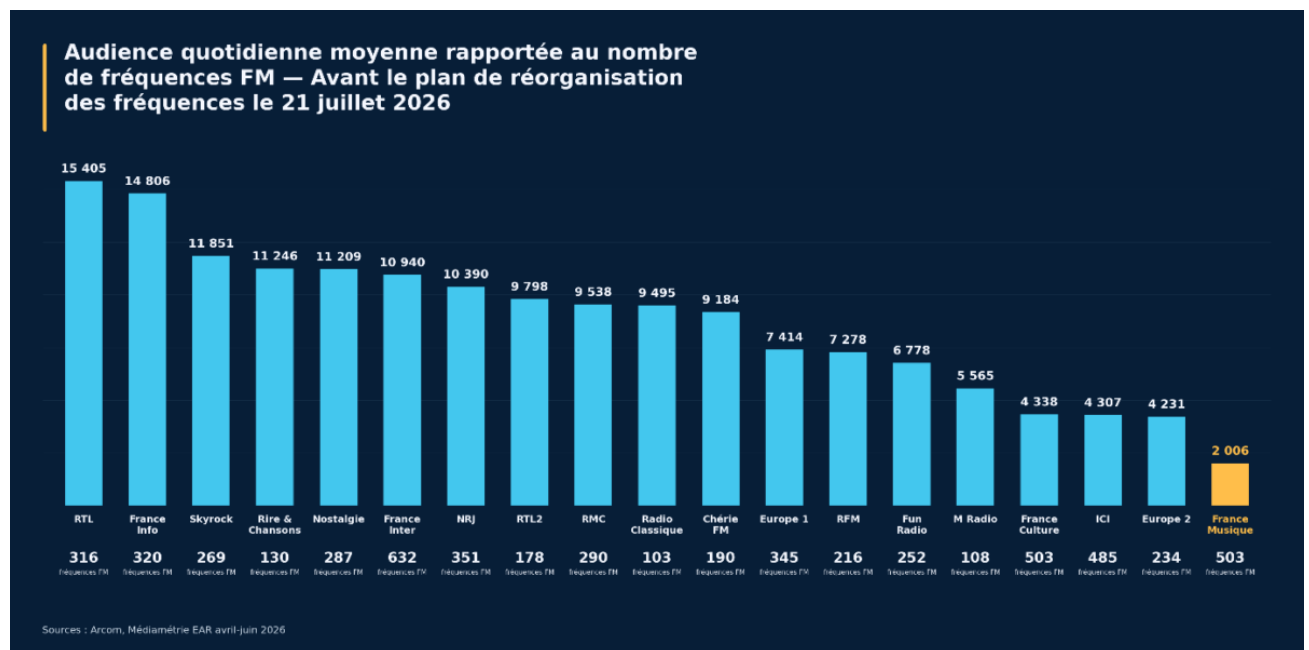
Sur les dix dernières années, les économies que Radio France a dû consentir approchent 130 millions d'euros⁴. En 2025, les crédits accordés au groupe public ont été réduits de 14,1 millions d'euros par rapport au financement initialement prévu, en incluant la suppression des crédits de transformation⁵. Cette année, le projet de budget prévoyait encore une diminution de 4,1 millions. Ces chiffres traduisent la pression exercée sur la gestion de Radio France : poursuivre ses missions tout en réduisant ses dépenses.

La diffusion offre l'un des leviers permettant d'économiser sans toucher aux contenus. Selon la **Cour des comptes**, ces coûts représentaient quelque 57 millions d'euros en 2023, soit de l'ordre de 7,5% des charges d'exploitation de Radio France cette année-là. Nous sommes en plus à un moment où le développement du DAB+ alourdit provisoirement cette dépense. Tant que la FM demeure en service, le groupe doit financer deux réseaux en parallèle.

Sous contrainte budgétaire, Radio France a commencé à réduire son réseau historique sur la FM. La réorganisation doit dégager 3,9 millions d'euros d'économies annuelles. Elle associe la réduction du parc de France Musique à la sortie de Mouv' de la FM. Une partie des fréquences est restituée ; une autre est réaffectée à France Info et à ICI. Le projet poursuit ainsi deux objectifs : diminuer le coût de diffusion et renforcer l'accès à l'information nationale et locale. Restait à déterminer quelle antenne supporterait l'essentiel de la réduction. France Musique a toujours présenté un décalage marqué entre l'étendue de son réseau et la taille de son public. Avant cet été 2026, elle disposait de 503 fréquences FM pour un million d'auditeurs quotidiens. Avec un réseau comparable, France Culture réunissait environ deux fois plus d'auditeurs.

Pour comprendre le dilemme de Radio France, nous avons rapproché les données de l'Arcom et de Médiamétrie afin de calculer un indicateur qui éclaire sa décision. Rapportée au nombre de

fréquences FM, l'audience quotidienne de France Musique représentait une moyenne de 2000 auditeurs par fréquence, contre 4300 pour France Culture et près de 10 900 pour France Inter. Parmi les grandes stations privées, ce rapport atteint 15 400 pour RTL, 10 400 pour NRJ et 9 500 pour Radio Classique – la concurrente privée de France Musique.



Cette simulation ne mesure pas l'écoute réelle de chaque fréquence. L'audience comprend tous les modes de réception, et les émetteurs desservent des populations très différentes. Il permet néanmoins de comparer la taille des réseaux à celle des publics. France Musique disposait d'un parc particulièrement étendu pour une audience qui, par la nature de ses programmes, est limitée quand on la ramène à une journée moyenne (autour du million d'auditeurs). Mais, selon les dernières données Médiamétrie disponibles, elle pouvait monter à près de trois millions par semaine, et culminer à près de cinq millions sur une période de vingt-et-un jours. En quelque sorte, France Musique formait la plus grande salle de concerts de musique classique, d'opéra et de jazz en France.

C'est dans cet esprit que le réseau avait été construit depuis les années 1950. France Musique devait porter une offre musicale dans tout le pays, transmettre un patrimoine, soutenir la création et faire entendre la « grande musique ». Le cahier des missions et des charges de Radio France inscrit l'enrichissement culturel parmi ses obligations, au bénéfice de toutes les composantes du public. La diffusion d'une radio culturelle ne peut donc être appréciée à la seule mesure de son audience.

Aujourd'hui, pour un groupe sommé d'économiser toujours plus, ce vaste réseau constituait un

levier évident. À audience constante, les 138 fréquences FM conservées portent désormais le rapport à environ 7300 auditeurs par fréquence, un niveau proche de celui d'Europe 1 ou de RFM. La taille du parc a été divisée par 3,6 et le nombre d'auditeurs par fréquence a été multiplié par 3,6. Mais cette équation financière résolue grâce aux tableurs Excel modifie les conditions réelles dans lesquelles sa mission culturelle atteint le public.

Sur le plan éditorial, la redistribution des fréquences traduit une hiérarchie dans les besoins de diffusion. Radio France entend préserver une réception FM aussi large que possible pour France Info. Le groupe invoque notamment son rôle dans la période de crises que traverse notre pays. Pour France Info, l'élargissement de sa couverture permet aussi de desservir davantage d'auditeurs potentiels dans la concurrence qui l'oppose à RTL pour remporter la bataille de la deuxième place derrière l'inamovible leader France Inter.

Concernant ICI, le renforcement de la diffusion accompagne le rapprochement entre les anciennes antennes de France Bleu et les éditions régionales de France 3. Intervenu en janvier 2025, le changement de nom portait l'ambition d'installer une marque commune de l'information de proximité. Du côté de la radio, les audiences restent cependant en retrait : 2,1 millions d'auditeurs quotidiens au printemps 2026 contre 2,6 millions deux ans plus tôt pour ce qui était encore France Bleu.

Les radios commerciales privées ont bien identifié ce qui était en jeu. Le renforcement de France Info affecte la concurrence avec les stations généralistes (RTL, Europe 1, RMC) ; celui d'ICI pourrait impacter les stations locales, qui touchent quotidiennement dix millions de Français. Ces mouvements de fréquences interviennent à un moment tendu sur le plan des recettes : la publicité du média radio a baissé de -4% au premier semestre 2026, qui fait suite à un repli de -3% en 2025⁶. Voilà pourquoi l'**Alliance de la radio** a annoncé en septembre 2026 avoir saisi le Conseil d'État contre cette opération de Radio France.

A contrario, parmi les acteurs privés, Radio Classique se trouve dans une situation différente. Jusqu'à l'été 2026, la station – propriété du groupe LVMH – atteignait une audience proche de celle de France Musique avec un réseau et un budget de fonctionnement presque cinq fois inférieurs. Ses 103 fréquences font désormais face aux 138 de la station publique. L'écart qui avait longtemps nourri ses critiques se resserre fortement. Cela ne préjuge pas de l'évolution des audiences, car la programmation, la fidélité des publics et la puissance des offres numériques compteront plus que jamais. Mais les conditions de concurrence en FM ont changé.

L'arbitrage de Radio France se comprend donc à l'échelle des arbitrages du groupe public :

chercher les économies sur le réseau le plus étendu au regard de son audience et réorienter certaines fréquences vers l'information et le local, deux enjeux majeurs. Ses conséquences se découvrent à une autre échelle, celle d'une maison, d'un trajet en voiture ou d'une vallée. C'est là que les auditeurs racontent ce qu'ils ont perdu.

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

[Abonnez-vous](#)

Ce que les auditeurs perdent avec leur fréquence FM

Dans une petite commune de l'Hérault, un auditeur a acheté un tuner DAB+ pour retrouver France Musique. Sans succès : « pas de couverture ici », écrit-il sous un article du *Monde*, et « pas trop d'Internet non plus ». Dans le Lot, un autre raconte une écoute en voiture réduite à « des bribes de musique entrecoupées de silence ». En Ariège, une auditrice a tenté de passer par une enceinte connectée. Même le vendeur n'a pas réussi à la faire fonctionner. Ces récits disent ce qui se perd lorsque la fréquence disparaît : la simplicité d'allumer un poste et de retrouver une présence familière, sans connexion à établir ni équipement à remplacer. « Depuis longtemps France Musique m'accompagne tout au long des jours », écrit l'auditrice ariégeoise. Elle décrit désormais « un grand vide ». Derrière les difficultés de réception, c'est une place dans la vie quotidienne qui reste vacante.

Le DAB+ apporte une réponse là où il est reçu. Comme la FM, il permet une écoute hertzienne sans abonnement à Internet. Il exige toutefois un appareil compatible et ne couvre pas encore tous les lieux où France Musique a quitté la FM. L'écoute en ligne suppose, quant à elle, une connexion suffisante et d'autres gestes. Une chaîne hi-fi ou un autoradio parfaitement fonctionnels peuvent ainsi ne plus donner accès à la station.

Si France Musique reste accessible à **87% de la population** en combinant FM et DAB+, ce taux décrit une couverture, pas la capacité effective des auditeurs à recevoir la station. De fait, l'équipement des Français reste encore restreint. En 2024, seuls **28% des Français** de 13 ans et plus disposaient d'au moins un récepteur compatible pour la radio numérique terrestre. En 2025, le taux d'équipement en autoradio compatible atteignait **24,5%**. Être couvert ne signifie donc pas pouvoir

continuer à écouter France Musique avec son matériel habituel. Sans parler d'une vive crainte pour le média de la mobilité par excellence : plusieurs constructeurs automobiles, tels que Stellantis, Dacia ou Tesla, livrent des voitures neuves sans récepteurs radio hertziens (FM et DAB+) pour **réduire les coûts** au profit d'applications connectées.

D'ici là, la transition de l'hertzien vers le numérique impose un effort à l'auditeur. Il faut vérifier la couverture de son domicile, choisir un récepteur, adapter son installation ou apprendre à utiliser une application. Ces démarches sont familières à certains, beaucoup moins à d'autres. Leur coût et leur difficulté varient selon l'âge, les ressources, l'équipement et le lieu de vie. L'annonce d'un nouveau mode de réception ne suffit donc pas à garantir la continuité de l'écoute.

Pour les fidèles de France Musique, cette présence quotidienne est une fenêtre sur la vie culturelle. La station permet d'entendre un concert sans parcourir des dizaines de kilomètres, de découvrir une œuvre sans acheter une place, de suivre un interprète sans habiter près d'une grande salle. Une partie de la mission de l'audiovisuel public se réalise dans cette possibilité de faire venir la culture chez ceux qui en sont éloignés. Une auditrice du Centre Bretagne rappelle qu'elle doit déjà rouler une heure jusqu'à Rennes pour rejoindre un musée, un théâtre ou un opéra : « La disparition de votre fréquence dans notre secteur renforce encore ce sentiment d'éloignement ». Sa réaction porte sur une distance qui s'accroît. France Musique lui permettait de participer, depuis chez elle, à la vie musicale. Elle lui demandait peu de moyens et aucun déplacement.

La diffusion compte donc dans l'accomplissement de la mission. Produire un concert, le retransmettre et le proposer en ligne ne garantit pas qu'un auditeur pourra continuer à le recevoir aussi facilement qu'auparavant. La qualité de l'offre et les conditions de son accès doivent être considérées ensemble. Pour celui dont la fréquence a disparu, c'est la seconde qui a changé. À cette fonction culturelle s'ajoute la place du poste de radio dans le quotidien. Il est dans la cuisine, près du fauteuil dans le séjour ou sur l'établi au fond du jardin. La station y est mémorisée. On n'a pas besoin de la chercher chaque matin : elle est là. Le geste est ritualisé, presque invisible. C'est lorsqu'il ne produit plus le résultat attendu que l'on mesure ce qu'il apportait.

La fréquence relie un programme national à un lieu précis. Les applications et les podcasts peuvent créer d'autres habitudes, tout aussi fortes, et enrichir la relation aux programmes. Mais, pour les auditeurs concernés, la FM assurait déjà cette continuité. Son remplacement leur demande de reconstruire un accès qu'ils pensaient acquis.

Une question de territoire

La distinction entre une offre qui demeure et un accès qui se complique dépasse le cas de France Musique. Elle se retrouve lorsqu'un point de vente de presse ferme et sera au cœur des décisions sur l'avenir de la TNT – la télévision numérique terrestre.

Dans un bourg, le commerce qui vend les journaux fait circuler l'information tout en maintenant un lieu de passage. La presse quotidienne régionale donne une visibilité à des territoires dont les habitants peuvent avoir le sentiment qu'on ne parle d'eux qu'en cas de crise. Elle n'est pas un service public au sens juridique, mais elle est vécue comme un service essentiel à la vie locale. Le journal permet de savoir ce qui se passe autour de soi, de reconnaître des lieux et des personnes, de suivre une histoire collective dont on fait partie. À l'instar du poste de radio, la maison de la presse, le bar-tabac ou la supérette sont des accès familiers à l'information de proximité. Des points de rencontre qui nourrissent aussi le lien social. Or, selon les derniers chiffres disponibles, entre 2014 et 2024, le réseau des points de vente de presse a diminué de 27%, soit **6893 points de moins** – hors réseau complémentaire propre à la presse quotidienne régionale. Lorsqu'un commerce dépositaire disparaît, l'abonnement, le portage ou le site peuvent évidemment apporter une solution. Mais le lieu où l'on prenait son journal, lui, n'est pas remplacé.

Pour la télévision, la question se pose avec la TNT. Une antenne et un téléviseur suffisent à recevoir ses chaînes gratuites, sans abonnement à Internet. Un tiers des foyers équipés d'un téléviseur utilise encore ce mode de réception et près d'un sur sept en dépend exclusivement. Près d'un foyer sur deux (47%) recevant **exclusivement la télévision par la TNT** réside en milieu rural, contre 38% de ceux qui la reçoivent exclusivement par Internet. L'accès de la TNT à ses fréquences actuelles est garanti jusqu'à la fin de 2030. Son avenir au-delà reste en discussion : cette échéance ne constitue pas une date d'arrêt décidée.

Le parallèle avec France Musique s'impose naturellement. Un mode de réception peut devenir minoritaire à l'échelle nationale tout en restant indispensable à une partie du public. Pour ces foyers, la transition ne sera accomplie que lorsqu'ils pourront recevoir autrement les programmes auxquels ils accèdent aujourd'hui.

Dans la vie des habitants, ces changements loin d'être anodins peuvent s'additionner, puis rejoindre d'autres éloignements : un guichet fermé, une permanence d'un service à la personne déplacée, une démarche administrative devenue exclusivement numérique. Si chaque changement peut avoir ses raisons, leur succession nourrit une expérience commune, celle d'un territoire où l'accès aux services publics demande davantage de déplacements, de démarches ou

d'équipements.

Déjà en mai 2023, une [étude du Crédoc](#), menée avec le soutien de l'Agence nationale de cohésion des territoires, soulignait à quel point l'éloignement des équipements et des services amplifiait le sentiment d'abandon dans les zones rurales. Elle en identifiait également d'autres ressources, telles qu'un marché de l'emploi moins diversifié, le vieillissement ou le déclin démographique. La perte d'un service est alors interprétée à travers celles qui l'ont précédée. Une fréquence de radio ne remplit évidemment pas la même fonction qu'une école, un bureau de poste ou un service de santé. Sa disparition peut néanmoins entrer dans le même récit. Elle devient un signe supplémentaire de l'éloignement, précisément parce qu'elle faisait partie de ces services publics qui arrivaient jusqu'à la maison sans demander de se déplacer.

Les taux de couverture nationaux rendent mal compte de cette expérience. Ils mesurent l'étendue d'un réseau, mais disent peu des difficultés rencontrées à ses marges. Pour un auditeur qui ne reçoit plus sa station, savoir qu'une grande majorité de la population conserve cet accès n'apporte pas de solution. Cela peut même accentuer le sentiment de faire partie de ceux auxquels on demande, une nouvelle fois, un effort supplémentaire.

La carte des fréquences d'une radio peut évoluer. Mais ceux qui en disparaissent doivent pouvoir retrouver leur radio sans avoir le sentiment que leur lieu de vie les pénalise.

La fausse note serait de leur répondre qu'ils ne représentent qu'une petite part du public, quand ils demandent encore à faire partie de la carte de France.

1. Michaël Moreau, « Le désarroi des auditeurs de France Musique devant la baisse de sa couverture FM », [Le Monde](#), 29 septembre 2026.
2. « L'Arcom autorise les évolutions du réseau de diffusion FM de Radio France », [Arcom](#), 8 juillet 2026.
3. Jehanne Duplaa, « L'Arcom autorise les évolutions du réseau de diffusion FM de Radio France », [Économie Matin](#), 25 septembre 2026.
4. « Changements de fréquences de France Musique : la direction répond aux auditeurs », [Radio France](#), 2 octobre 2026.
5. Jean-Raymond Hugonet, « Projet de loi de finances pour 2026 : médias, livre et industries culturelles », [Sénat](#), rapport général n°139 (2025-2026), 24 novembre 2025.
6. [Baromètre unifié du marché publicitaire](#), *Le marché de la publicité et de la communication. Bilan 1^{er} semestre 2026 et prévisions année 2026*.