

CONVENTION DE CATÉGORIE D
(pour les services thématiques à vocation nationale)

Titulaire : **SAS UrbanGlobal**

Service : **Urban Hit**

Convention : 5 février 2020

Modifications des engagements conventionnels :

Modifications des dispositions chansons françaises (articles 3-2, 4-1-1 et annexe III) :
avenant n° 1 du 21 décembre 2022

CONVENTION DE CATÉGORIE D

pour les services thématiques à vocation nationale

Entre, d'une part, le Conseil supérieur de l'audiovisuel, représenté par son président et, d'autre part, la société⁽¹⁾ ⁽²⁾ SAS URBAN GLOBAL, immatriculation au RCS de Versailles n° 878 317 247

.....
ci-après dénommée le titulaire, représentée par : Ben Abla Ahmed en qualité de président,

il a été convenu ce qui suit :

1^{ERE} PARTIE : OBJET DE LA CONVENTION, PRÉSENTATION DU TITULAIRE ET IDENTIFICATION DU SERVICE

Article 1-1 : objet de la convention

La présente convention composée des articles 1-1 à 5-2 et des annexes I à IV a pour objet, en application de l'article 28 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, de fixer les règles particulières applicables au service pour l'exploitation duquel l'autorisation est délivrée et les prérogatives dont dispose le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour assurer le respect de ses obligations par le titulaire de l'autorisation.

Le titulaire de l'autorisation est le seul responsable du programme diffusé sur son antenne, quelles que soient les modalités de sa fabrication.

Article 1-2 : titulaire de l'autorisation

L'annexe I décrit le titulaire.

Le titulaire indique en annexe I :

- l'adresse du siège social, le nom et le prénom du représentant légal (président ou gérant) ainsi que du directeur de la publication au sens de l'article 93-2 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 ;
- **pour une association**, le nom, le prénom, l'adresse et la fonction des membres du bureau ;
- **pour une société**, le montant et la composition du capital en précisant, le cas échéant :
 - o le pourcentage des droits de vote ;
 - o la composition du capital de la société qui contrôle la société titulaire, au sens du 2° de l'article 41-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, ainsi que la composition de ses organes dirigeants et de ses actifs.

Le titulaire de l'autorisation s'engage sur l'honneur à ne pas enfreindre les dispositions des articles 39, 41, 41-1, 41-2, 41-3 et 41-4 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée limitant les concentrations dans le secteur de la communication audiovisuelle.

(1) **Rayer la mention inutile.**

(2) **Pour les sociétés, indiquer la dénomination sociale et le numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés ; pour les associations, indiquer la dénomination, le numéro et la date de déclaration en préfecture.**

Le titulaire s'engage à fournir, par courrier recommandé et sur simple demande, tout document permettant au Conseil d'apprécier la situation du titulaire au regard des articles susmentionnés de la loi du 30 septembre 1986 modifiée.

Article 1-3 : identification du service

La station s'identifie à l'antenne par l'annonce de son nom au moins quatre fois par heure.

Le nom de la station est : **Urban Hit**

Tout changement du nom de la station doit recevoir l'agrément préalable du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

2^{EME} PARTIE : OBLIGATIONS DÉONTOLOGIQUES

Article 2-1 : principe général

Le titulaire est responsable du contenu des émissions qu'il programme.

Dans le respect des principes constitutionnels de liberté d'expression et de communication ainsi que de l'indépendance éditoriale du titulaire, celui-ci veille au respect des principes énoncés aux articles suivants.

Pour l'appréciation du respect de ces stipulations, le Conseil supérieur de l'audiovisuel tient compte du genre du programme concerné.

Article 2-2 : honnêteté et indépendance de l'information et des programmes

L'exigence d'honnêteté s'applique à l'ensemble des programmes.

Le titulaire s'engage à respecter la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel relative à l'honnêteté et à l'indépendance de l'information et des programmes qui y concourent.

Dans les émissions qui ne sont ni d'information ni qui concourent à celle-ci, et sous réserve de la caricature ou du pastiche clairement présentés comme tels au public, l'utilisation de procédés permettant de modifier le sens ou le contenu des propos ou des sons ne peut déformer le sens ou le contenu initial des propos ou des sons recueillis, ni abuser le public.

Article 2-3 : pluralisme de l'expression des courants de pensée et d'opinion

Le titulaire assure le pluralisme des courants de pensée et d'opinion, notamment dans le cadre des recommandations formulées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, en particulier de la délibération relative au principe de pluralisme politique dans les services de radio et de télévision.

Le titulaire transmet à la demande du Conseil supérieur de l'audiovisuel, pour la période qu'il lui indique, le relevé des temps d'intervention des personnalités politiques.

Article 2-4 : vie publique

Le titulaire veille dans son programme :

- à ne pas inciter à des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques ;
- à respecter les différentes sensibilités politiques, culturelles et religieuses du public ;

- à ne pas encourager des comportements discriminatoires à l'égard des personnes en raison de leur origine, de leur sexe, de leur situation de famille, de leur grossesse, de leur apparence physique, de leur patronyme, de leur lieu de résidence, de leur état de santé, de leur perte d'autonomie, de leur handicap, de leurs caractéristiques génétiques, de leurs mœurs, de leur orientation sexuelle, de leur identité de genre, de leur âge, de leurs opinions politiques, de leurs activités syndicales, de leur appartenance ou de leur non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée, de leur particulière vulnérabilité, apparente ou connue de l'auteur de ces comportements, résultant de leur situation économique ou de leur capacité à s'exprimer dans une langue autre que le français ;
- à promouvoir les valeurs d'intégration et de solidarité qui sont celles de la République.

Article 2-5 : droit d'opposition et charte déontologique

Le titulaire garantit le respect de l'article 2 bis de la loi du 29 juillet 1881 modifiée sur la liberté de la presse.

A cet effet, il s'assure que les journalistes qu'il emploie puissent exercer librement le droit d'opposition mentionné au premier alinéa de cet article.

Le titulaire transmet au Conseil supérieur de l'audiovisuel la charte déontologique mentionnée à l'article 2 bis de la loi du 29 juillet 1881 modifiée et ses éventuels avenants dès leur signature.

Article 2-6 : droits de la personne

La dignité de la personne humaine constitue l'une des composantes de l'ordre public. Il ne saurait y être dérogé par des conventions particulières même si le consentement est exprimé par la personne intéressée. Le titulaire s'engage à ce qu'aucune émission ne porte atteinte à la dignité de la personne humaine. Il respecte les droits de la personne relatifs à sa vie privée, son honneur et sa réputation tels qu'ils sont définis par la loi et la jurisprudence. Il veille en particulier :

- à ce qu'il soit fait preuve de retenue dans la diffusion de témoignages susceptibles d'humilier les personnes ;
- à éviter la complaisance dans l'évocation de la souffrance humaine, ainsi que tout traitement avilissant l'individu ou le rabaissant au rang d'objet ;
- à ce que le témoignage de personnes sur des faits relevant de leur vie privée ne soit recueilli qu'avec leur consentement éclairé ;
- à ne pas mettre en avant de manière excessive l'esprit d'exclusion, ni à encourager des propos diffamatoires ou injurieux à l'encontre des auditeurs ;
- à ce que la participation de non-professionnels à des débats, à des émissions interactives, à des émissions de jeu ou de divertissement ne s'accompagne d'aucune renonciation de leur part, à titre irrévocable ou pour une durée indéterminée, à leurs droits fondamentaux, notamment le droit à l'intimité de la vie privée et le droit d'exercer un recours en cas de préjudice.

Article 2-7 : droits des participants à des émissions

Dès lors qu'un auditeur n'a pas donné son accord exprès pour dévoiler son identité et s'exprimer sur sa vie personnelle, il est interdit à l'animateur de donner des indications susceptibles d'identifier cette personne, notamment le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, un signe caractéristique, ou de divulguer des éléments personnels dont il aurait pu avoir connaissance. Il veille également à ce que les propos ne soient pas de nature à rendre possible l'identification de tiers.

Les auditeurs, avant de passer à l'antenne, reçoivent les mêmes consignes. Dans le cas où ils les outrepasseraient, l'animateur doit immédiatement les interrompre.

Article 2-8 : droits des intervenants à l'antenne

Les personnes intervenant à l'antenne sont informées, dans la mesure du possible, du nom et du sujet de l'émission pour laquelle elles sont sollicitées.

Article 2-9 : témoignage de mineurs

Le titulaire s'assure que, lorsqu'un mineur intervient à l'antenne, l'animateur de l'émission veille à ne pas heurter, par ses propos, sa sensibilité.

Article 2-10 : maîtrise de l'antenne

Le titulaire met en œuvre les procédures nécessaires pour assurer, y compris dans le cadre des interventions des auditeurs, la maîtrise de l'antenne et le respect des principes définis aux articles 2-2 à 2-9.

Il s'engage à communiquer à la demande du Conseil supérieur de l'audiovisuel une description précise des procédures prévues à l'alinéa précédent.

Article 2-11 : information des producteurs

Le titulaire informe les producteurs et les fournisseurs de programmes, à l'occasion des accords qu'il négocie avec eux, des stipulations des articles 2-4 à 2-10 de la convention en vue d'en assurer le respect.

Article 2-12 : protection de l'enfance et de l'adolescence

Le titulaire veille à la protection de l'enfance et de l'adolescence dans la programmation de ses émissions, conformément à la délibération du Conseil supérieur de l'audiovisuel du 10 février 2004.

3^{ÈME} PARTIE : CARACTÉRISTIQUES DU PROGRAMME ET DES DONNÉES ASSOCIÉES

Article 3-1 : nature et durée du programme

Le titulaire s'engage à réaliser le programme décrit en annexe II.

La durée hebdomadaire des programmes diffusés est de 168 heures.

Le titulaire indique en annexe II, de la façon la plus précise possible, les caractéristiques de sa programmation. Il définit le format de la station : public visé (âge), type de musique diffusée, nature et durée des émissions non musicales ainsi que la part du temps d'antenne consacrée à l'information. A titre indicatif, il joint une grille des programmes où le contenu de chaque émission, y compris musicale, est détaillé.

Le titulaire informe préalablement le Conseil supérieur de l'audiovisuel de tout changement significatif quant aux caractéristiques et à la composition du programme.

Article 3-2 : programmation musicale et chanson d'expression française

Le titulaire s'engage à respecter les dispositions relatives à la diffusion des chansons d'expression française définies à l'annexe III. Pour les radios dont le programme est majoritairement musical, le titulaire précise le format de sa programmation musicale à l'annexe III bis.

*Alinéas deux et suivants de l'article 3-2 de la convention, supprimés et remplacés
(cf. avenant n° 1 ci-après)*

Article 3-3 : publicité

Le titulaire s'engage à respecter les modalités de diffusion des messages publicitaires définis à l'annexe IV.

Le titulaire s'engage à respecter le décret n° 87-239 du 6 avril 1987 fixant le régime applicable à la publicité et au parrainage.

Il veille à ce que les messages publicitaires soient clairement annoncés et identifiés comme tels. A cette fin, l'ensemble des séquences publicitaires sont précédées et closes par des indicatifs sonores aisément identifiables par les auditeurs ou par des annonces d'animation appropriées.

Les émissions ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location de produits ou services par l'intermédiaire de toute personne s'exprimant à l'antenne, et ne peuvent en particulier comporter des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services.

Lorsqu'elles sont parrainées par un tiers, les émissions ne doivent pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services émanant du tiers.

Toute référence sur l'antenne à des services téléphoniques ou SMS surtaxés, y compris ceux du titulaire, doit faire état du prix à payer pour leur utilisation. Toutefois, pour les services téléphoniques surtaxés, sous réserve du respect des dispositions de l'arrêté du 10 juin 2009 et à condition que le titulaire diffuse des messages pré-enregistrés précisant le prix à payer pour leur utilisation, les renvois effectués en direct et en dehors des écrans publicitaires peuvent ne pas mentionner le prix à payer pour leur utilisation. Ces messages pré-enregistrés doivent être diffusés dès la première incitation à appeler un service téléphonique surtaxé, puis à un rythme régulier au cours de l'émission.

Les modalités d'insertion des messages publicitaires dans les programmes sont décrites en annexe IV. Le temps maximal consacré à la publicité y est clairement mentionné.

Article 3-4 : caractéristiques des données associées

Les données associées destinées à enrichir ou à compléter les programmes du service de radio autorisé à être diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique sont, le cas échéant, décrites aux annexes II c) et IV c) de la présente convention.

4^{EME} PARTIE : CONTRÔLE ET PÉNALITÉS CONTRACTUELLES

I - CONTRÔLE

Article 4-1-1 : informations à transmettre

Article 4-1-1 de la convention, abrogé et remplacé

(cf. avenant n° 1 ci-après)

Article 4-1-2 : contrôle des programmes et de la publicité

Le titulaire est tenu de conserver pendant un mois un enregistrement de la totalité des programmes qu'il diffuse sur son antenne, ainsi que le conducteur correspondant.

Sur demande du Conseil supérieur de l'audiovisuel, il fournit dans les huit jours copie des éléments demandés.

L'enregistrement est réalisé sur support cédérom au format Real Audio ou sur fichier au format MP 3.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut à tout moment vérifier la conformité des émissions aux obligations résultant des textes législatifs et réglementaires, de la décision d'autorisation et de la présente convention.

Le titulaire est soumis en particulier au contrôle prévu à l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée.

Article 4-1-3 : évolution des données de l'autorisation

Pour autant qu'il soit à même d'en avoir connaissance, le titulaire est tenu d'informer préalablement le Conseil supérieur de l'audiovisuel, dans un délai permettant à celui-ci d'exercer ses responsabilités, de toute modification substantielle des données au vu desquelles l'autorisation a été délivrée, notamment en ce qui concerne la structure du capital, les mandataires sociaux, le format et les caractéristiques de sa programmation tels qu'elles sont définies à l'article 3-1 et à l'annexe II.

Article 4-1-4 : cessation de paiement, redressement et liquidation judiciaires

Le titulaire informe immédiatement le Conseil supérieur de l'audiovisuel de la déclaration de cessation de paiement qu'il peut avoir déposée au greffe du tribunal ainsi que de l'ouverture de toute procédure de redressement judiciaire ou liquidation judiciaire.

Article 4-1-5 : caractéristiques techniques d'émission

Le titulaire s'engage à ce que les caractéristiques techniques d'utilisation du matériel d'émission soient conformes à l'autorisation.

Il s'engage à n'utiliser que des liaisons autorisées.

Il se soumet à tout contrôle du Conseil supérieur de l'audiovisuel ou du comité territorial de l'audiovisuel sur les conditions techniques de diffusion du service.

Il s'engage à assurer l'accès aux installations de diffusion des agents du Conseil supérieur de l'audiovisuel ou d'un organisme mandaté par le Conseil.

En cas de gênes causées par les installations de diffusion du titulaire, à un moment quelconque de l'exploitation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel se réserve le droit d'imposer toute modification technique nécessaire pour les supprimer. Ces modifications peuvent notamment concerner la hauteur du pylône et des antennes, le diagramme de rayonnement dans un plan vertical et horizontal, la réduction de la puissance apparente rayonnée (PAR) ou le changement du site d'émission.

Toute modification des caractéristiques d'émission est soumise à l'agrément préalable du Conseil supérieur de l'audiovisuel, par l'intermédiaire du comité territorial de l'audiovisuel.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut s'opposer à ces modifications. Son accord doit être exprès.

Article 4-1-6 : éléments de mesure

Afin de permettre une mesure facile et rapide de la puissance incidente, chaque émetteur utilisé par le titulaire peut être équipé d'une sonde de mesures à la sortie du dispositif d'émission HF, au niveau de la transition entre l'étage final de puissance et le feeder d'alimentation des antennes d'émission.

Cette sonde est équipée, sur sa sortie dérivative, d'une prise de type N ou BNC et a un coefficient d'atténuation sur cette sortie de mesure de -40 à -50 dB.

Une première mesure d'étalonnage de cette sonde est effectuée en coopération entre les techniciens du Conseil supérieur de l'audiovisuel et ceux du titulaire en plaçant un wattmètre et une charge à la place du système d'antennes.

Les mesures suivantes sont effectuées en puissance sur la sonde à l'aide d'un wattmètre.

Si ses émetteurs ne sont pas équipés d'un tel dispositif, le titulaire s'engage à accepter toute coupure des émissions qui serait rendue nécessaire, dans le strict cadre des mesures de contrôle réalisées en coopération avec les techniciens du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Article 4-1-7 : règles d'usage de la ressource radioélectrique dans le cas d'une diffusion en mode numérique terrestre

L'éditeur ne peut, sauf autorisation spécifique, utiliser les ressources en fréquences qui lui sont attribuées pour un usage autre que celui qui est prévu dans la présente convention.

Les caractéristiques des signaux diffusés par l'éditeur sont conformes à la réglementation en vigueur (arrêté du 3 janvier 2008 modifié relatif à la radio diffusée en mode numérique par voie hertzienne terrestre ou par voie satellitaire en bande L ou en bande S fixant les caractéristiques des signaux émis, ainsi que ses modifications ultérieures) et au document établissant les services et le profil de signalisation pour la diffusion de la radio numérique. Ce document est publié sur le site internet du Conseil.

L'éditeur veille à ce que le ou les opérateurs de multiplex, chargés de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de ses programmes, communiquent régulièrement au Conseil les éléments permettant à ce dernier de constater le bon usage de la ressource attribuée, notamment les identifications et débits des différents flux diffusés.

Article 4-1-8 : conventions conclues avec l'opérateur de multiplex

L'éditeur communique au Conseil supérieur de l'audiovisuel, à titre confidentiel, les conventions conclues avec la ou les sociétés chargées de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion du service auprès du public.

II - PÉNALITÉS CONTRACTUELLES

Article 4-2-1 : mise en demeure

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut mettre en demeure le titulaire de respecter les obligations qui lui sont imposées par la décision d'autorisation ou les stipulations figurant dans la convention et dans les avenants qui pourraient lui être annexés. Il rend publique cette mise en demeure.

Article 4-2-2 : sanctions

Sans préjudice des sanctions prévues aux articles 42-1 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut, en cas de non-respect des obligations qui sont imposées par la décision d'autorisation ou de l'une des stipulations de la convention ou des avenants qui pourraient lui être annexés, prononcer contre le titulaire une des sanctions suivantes compte tenu de la gravité du manquement et après mise en demeure :

- 1°) la suspension de l'édition, de la diffusion, de la distribution du service, d'une catégorie de programme, d'une partie de programme ou d'une ou plusieurs séquences publicitaires pour un mois au plus ;
- 2°) la réduction de la durée de l'autorisation d'usage de fréquences dans la limite d'une année ;
- 3°) une sanction pécuniaire, dont le montant ne peut dépasser le plafond prévu à l'article 42-2 de la loi du 30 septembre 1986 précitée.

En cas de nouvelle violation d'une stipulation de la présente convention ayant donné lieu au prononcé d'une sanction, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut infliger une sanction pécuniaire dont le montant ne peut dépasser le plafond fixé en cas de récidive par l'article 42-2 de la loi du 30 septembre 1986 précitée.

Article 4-2-3 : insertion d'un communiqué

Dans les cas de manquements aux obligations qui lui sont imposées par la décision d'autorisation ou aux stipulations de la présente convention, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut ordonner l'insertion, dans les programmes du titulaire un communiqué dont il fixe les termes et les conditions de diffusion.

Article 4-2-4 : procédure

Les pénalités contractuelles mentionnées aux articles 4-2-2 et 4-2-3 de la présente convention sont prononcées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel dans le respect des garanties fixées par les articles 42 et suivants de la loi du 30 septembre 1986 précitée.

Article 5-1 : modification

Aucune stipulation de la présente convention ne peut faire obstacle à ce que les dispositions législatives et réglementaires en vigueur soient applicables au titulaire.

Toute modification législative ou réglementaire applicable au service donnera lieu à une révision de la convention en tant que de besoin.

Article 5-2 : communication

La convention est un document administratif dont toute personne peut demander copie au comité territorial de l'audiovisuel ou au Conseil supérieur de l'audiovisuel, en application de la loi n° 78-753 du 17 juillet 1978 modifiée.

Article 5-3 : entrée en vigueur

La présente convention entrera en vigueur : (champs complétés ou barrés par le CSA)

- dans le cadre d'un appel aux candidatures, à compter de la date d'entrée en vigueur de l'autorisation délivrée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel en application de la décision d'appel n° 2018-781 du 24 octobre 2018 :
 - o soit, en mode analogique, une entrée en vigueur le _____ ;
 - o soit, en mode numérique, une entrée en vigueur à compter de la date de début des émissions correspondantes qui sera fixée par décision du Conseil supérieur de l'audiovisuel ;
- ~~dans le cadre de la reconduction d'une autorisation, un mois franc à compter de sa date de signature, soit une entrée en vigueur le _____ ;~~
- ~~dans toute autre situation, à compter du _____ .~~

Elle annule et remplace toute convention conclue précédemment entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel, le cas échéant par l'intermédiaire d'un comité territorial de l'audiovisuel, et le titulaire pour l'exploitation du service qui fait l'objet de la présente convention, quelle que soit la ressource radioélectrique exploitée ou quel que soit le mode de diffusion du service (analogique ou numérique).

Elle est conclue pour une durée indéterminée et s'applique à toute ressource radioélectrique sur laquelle le titulaire serait postérieurement autorisé par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour l'exploitation du même service.

Fait à Paris, le⁽¹⁾ 05 FEV. 2020

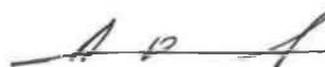
Pour le titulaire :
(qualité du représentant légal)

Le Président
Ahmed BEN ARBA

(prénom et nom)

Pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel :

Le président,



Roch-Olivier MAISTRE

⁽¹⁾ A compléter par le CSA.

ANNEXE I

DESCRIPTION DU TITULAIRE

(cf. article 1-2 de la convention)

Nom du titulaire : SAS Urban Global - 878 317 247 R.C.S. Versailles

Adresse du siège social : 92, Rue des chantiers 78000 Versailles

Fonction et nom du représentant légal, directeur de la publication : Ahmed Ben Abla, Président

Montant du capital : 10 000 €

Composition du capital :

Nom	Prénom ou forme sociale	Nombre d'actions	% détenu	Le cas échéant % des droits de vote
Euromedmultimédia	SARL	7000	70	70
Ben Abla	Ahmed	1000	10	10
Ben Abla	Amine	1000	10	10
Ben Abla	Sofiane	1000	10	10

La SARL Euromedmultimédia est détenue à 84 % par M. Ahmed BEN ABLA, à 8 % par M. Sayah M'SADEK et à 8 % par M. Béchir KHALFALLAH.

ANNEXE II

a) CARACTÉRISTIQUES DE LA PROGRAMMATION

(cf. article 3-1 de la convention)

Le titulaire indique les caractéristiques de sa programmation, le format de la station, le public visé (âge) ainsi que la nature et la durée de ses émissions.

Concept

Il s'agit d'une radio musicale, axée pleinement sur toutes les musiques urbaines. Elle se veut multi-ville, à vocation nationale, interactive, de divertissement et d'informations. Elle est conçue pour être proche de son public et en adéquation avec ses besoins et attentes. Son format unique et avant-gardiste est bien adapté aux nouvelles habitudes d'écoute des jeunes et jeunes adultes - les quinze trente-cinq ans.

Originalité

Urban Hit constitue une offre radiophonique alternative ouverte et accessible aux nouveaux talents, aux jeunes créateurs, à la nouvelle scène et aux labels indépendants dans ses différentes zones de diffusions. Urban Hit traite de manière décalée, impertinente et humoristique des thèmes d'actualités et des faits de société pour sensibiliser les jeunes tout en les divertissant.

Urban Hit, toutes les musiques urbaines

Les programmes d'Urban Hit sont principalement musicaux. Cependant, la station propose des contenus non musicaux, des éditos, des chroniques, de l'info-divertissement, des jeux et des rubriques à caractère social, citoyen et culturel. Les cultures et tendances urbaines constituent une matière privilégiée de nos contenus non musicaux.

Public visé

Urban Hit vise un large public jeune, les milléniales et les jeunes adultes, issus en partie de la diversité, des quartiers populaires et des zones urbaines

Format musical et ses spécificités

Urban Hit est une radio musicale jeune, au format inédit « Toutes les musiques urbaines ». Un format qui fédère par la richesse d'une programmation musicale, mélangeant plusieurs genres musicaux à la fois urbains et influencés par des cultures diverses: (Rnb, Pop urbaine, Rap Français, Reggaeton, Rap Uk, musique Afro, musique Latine, Rap Us, RaïNB, Groove, Funk, Baile Funk...)

Un format musical unique en France.

Urban Hit s'est toujours attachée à faire évoluer son format pour correspondre le mieux possible aux attentes du public visé par la radio. Un public qui se reconnaît naturellement dans l'offre musicale proposée. Cette offre tend de plus en plus vers un profil musical original, attractif, largement ouvert, pluraliste et fédérateur. Celui-ci constitue le reflet des désirs des jeunes et marque une réelle proximité avec ses attentes. Un format singulier et avant-gardiste basé principalement sur les nouvelles habitudes d'écoute des quinze trente-cinq ans.

Ce format, particulièrement large, regroupe toutes les influences et autres apports de la génération marquée par les valeurs et l'esprit 1998 - Black Blanc Beur. Un format musical métissé, pluraliste et divers qui fait émerger les valeurs d'égalité, d'ouverture et de tolérance. Il participe activement et pleinement à la cohésion sociale, à l'apaisement dans notre pays et à la lutte contre toutes les formes de discriminations (racisme, antisémitisme, homophobie, sexisme...)

Ainsi, Urban Hit se distingue par une offre musicale singulière, différente, inédite et novatrice. Répondant ainsi à une attente auprès des jeunes. Une attente, que notre radio a su prendre en charge tout au long de son développement et son évolution.

Urban Hit est en phase avec son public. Ce dernier participe activement à la vie de la radio à travers l'antenne et les réseaux sociaux, qui occupent une place prépondérante.

Format non musical et ses spécificités

Urban Hit est une radio musicale caractérisée par une dimension info-divertissement. Depuis toujours nous avons cherché à développer la proximité et l'interactivité avec notre public en ouvrant la radio à l'information pratique et celle à caractère culturel. Le divertissement, très prisé par les jeunes, fait partie intégrante de nos programmes.

La mutation de la radio est affinée de jour en jour pour répondre aux attentes des jeunes qui ont montré leur intérêt en matière d'informations. Nous avons eu l'occasion de constater leur engouement pour l'information en particulier, lors de grands événements qui touchent notre pays ou d'autres régions dans le monde, comme les dramatiques attentats terroristes qu'a connus notre pays ces derniers temps, les événements sportifs, les conflits régionaux et les catastrophes naturelles...

Urban Hit développe dans ses programmes des émissions qui allient interactivité, divertissement, services et autres informations pratiques (interviews, lives, débats, infos pratiques, jeux, bons plans, petites annonces, offres et demandes d'emplois...).

De fait, et en parallèle à ses différents accords avec des labels indépendants, des maisons de disques et de distribution, Urban Hit constitue un support idéal de promotion pour tout un réseau alternatif, qui ne cesse d'émerger, très dynamique, porteur de projets et d'initiatives en tout genre.

A travers de telles initiatives, Urban Hit fait, en particulier, de la chanson d'expression française, un atout de la station et un véritable tremplin pour des nouveaux talents ou des nouvelles productions.

Nos principaux programmes prennent en charge, à travers des modules, des chroniques et des tribunes d'expression, les sujets qui préoccupent, adolescents, jeunes et jeunes adultes d'aujourd'hui. De par son projet et sa philosophie, Urban Hit a toujours privilégié la promotion des événements à caractère citoyen, musical et culturel en y accordant de larges échos.

De même qu'elle a toujours été attentive aux phénomènes de société, elle y réserve le temps nécessaire pour la mobilisation et les campagnes de sensibilisation. De fait, Urban Hit constitue une alternative pour relayer et promouvoir tous types d'initiatives citoyennes.

Depuis la création de notre radio, notre démarche est guidée et animée par un esprit largement inspiré de notre expérience dans le secteur associatif. Cela donne du sens à notre entreprise radiophonique. Notre motivation principale, étant de mettre à disposition des jeunes un outil de divertissement, d'expression, de promotion et de communication, très écouté parce qu'il est performant et efficace. Un outil dont l'accès est facilité, au mieux.

Temps d'antenne consacrée d'une part, à l'information, et d'autre part, à la diffusion de titres musicaux, entre 6 h 30 et 22 h 30.

D'une part, le temps d'antenne consacré à l'information sur Urban Hit est de **vingt-deux minutes et trente secondes**. Il se compose comme suit :

Horaires	Programmes	Durée / mn
06h00	Flash d'information	2 min
06h30	Rappel des titres	30 secondes
07h00	Flash d'information	2 min
07h30	Rappel des titres	30 secondes
08h00	Flash d'information	2 min
08h30	Rappel des titres	30 secondes
09h00	Flash d'information	2 min
09h30	Rappel des titres	30 secondes
10h00	Flash d'information	2 min
12h00	Journal	30 secondes
14h00	Flash d'information	2 min
16h00	Flash d'information	2 min
17h00	Flash d'information	2 min
18h00	Flash d'information	2 min
20h00	Flash d'information	2 min
	Total	22 min 30

D'autre part, le temps d'antenne consacré à la diffusion de titres musicaux sur Urban Hit entre 06h30 et 23h30 est de **cinq cent cinquante trois minutes et trente seconde par jour**.

Programmes	Durée en minutes / jour
Publicité	204 min
Informations	22,30 min
Emission non musicales	240 min
Emission musicales	553,30 min
TOTAL	1020 min

b) GRILLE DES PROGRAMMES
(cf. article 3-1 de la convention)

A titre indicatif, le titulaire joint une grille des programmes où le contenu de chaque émission, y compris musicale, est détaillé.

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Diamanche					
01h00-01h59	TOUTES LES MUSIQUES URBAINES EN NON STOP											
02h00-02h59												
03h00-03h59												
04h00-04h59												
05h00-05h59												
06h00-06h59	LE MORNING					MORNING DU WEEK-END						
07h00-07h59	URBAN JOB					MORNING DU WEEK-END						
08h00-08h59												
09h00-09h59	LE 11-15					Avec Sofiane						
10h00-10h59												
11h00-11h59												
12h00-12h59	LE 15-18					Avec Sofiane						
13h00-13h59												
14h00-14h59	L'AFTER					Avec Sofiane						
15h00-15h59												
16h00-16h59												
17h00-17h59	URBAN FRESH					UH FOOT						
18h00-18h59						URBAN FRESH					URBAN FRESH	
19h00-19h59	AFRO & CARRAIBEAN										URBAN MIX	
20h00-20h59						AFRO & CARRAIBEAN					LATINO	
21h00-21h59	AFRO & CARRAIBEAN											
22h00-22h59						AFRO & CARRAIBEAN						
23h00-23h59	AFRO & CARRAIBEAN											
00h00-00h59						AFRO & CARRAIBEAN						

06H00 - 09H00 LE MORNING

Tous les matins à six heures, c'est Johann qui réveille les auditeurs d'Urban Hit, avec bonne humeur et des conseils pratique. Au programme : musiques, édits, informations et interactivités.

Flash d'informations : A chaque nouvelle heure un flash d'informations de deux minutes et trente secondes retraçant les dernières actualités ayant marquées l'actualité nationale et internationale. Les flashes d'informations sont présentés par Ralph BECHANI et Emilie BAYLET. Un rappel des titres de l'actualités et fait toutes les demies heures.

Horoscope : L'horoscope est très prisé par le grand public et ce depuis des années. Sur l'antenne d'Urban Hit, il se décompose en 3 catégories : amour, argent et santé. Il est quotidien et très bref.

Agenda : C'est la rubrique des rendez-vous à ne pas rater. Cette dernière assure le relais des événements : concerts, pièces de théâtre ou encore initiatives culturelles.

Ciné Mercredi : Une rubrique diffusée uniquement le mercredi qui a pour but d'informer les auditeurs de la radio des sorties cinéma et des séries (Netflix, Amazon...)

Friday, jour de sortie : Dans le paysage urbain français et depuis l'arrivée des plateformes de streaming, les sorties d'album se font majoritairement le vendredi. Cette rubrique a donc naturellement lieu le jeudi et le vendredi. Elle annonce les sorties d'album avec les critiques de la rédaction.

UrbanQuizz : Au quotidien et trois fois par émission, Johann pose une question liée à l'actualité sur l'antenne et sélectionne un auditeur qui a trouvé la bonne réponse. Chaque gagnant repart avec un cadeau. Certaines questions peuvent être sur le programme ou différentes opérations marketing de la marque Urban Hit. Ce qui permet aux équipes de tester en permanence l'affinité des auditeurs à la radio et mesurer l'impact de l'auto-promotion du programme.

LeZapping : Le principe de cette rubrique est de sélectionner et rediffuser les moments les plus drôles, navrants, émouvants ou les plus étranges repérés sur les comptes de réseaux sociaux des influenceurs et à la télé durant les dernières vingt quatre heures.

09H00 - 11H00 URBAN JOB

Neuf heures, c'est Séverine qui prend le relais avec pour objectif de trouver les meilleures offres d'emploi à pourvoir par les auditeurs d'Urban Hit. Dans cette émission, interviennent différents acteurs et intervenants dans la recherche d'emploi. Urban Hit incite également les auditeurs à venir partager leurs bons plans job à l'antenne.

11H00 - 15H00 LE 11/15

A onze heures, toutes les musiques urbaines avec Laurent. Il prend le contrôle de la radio avec les auditeurs qui interviennent tout au long de l'émission pour y passer leur message et jouer à l'Urban Quizz.

15H00 - 18H00 LE 15/18

Seize heures dix-huit heures, Mélissa prend l'antenne¹, avec au programme le top viral¹, l'agenda² et l'Urban Quizz.

18H00 – 20H00 L’AFTER

A dix-huit heures, c’est le duo Isma et Rémy qui prennent place pour accompagner les auditeurs de Urban Hit sur leur fin de journée.

Une émission d’info-divertissement où l’interactivité et la proximité sont les mots d’ordre. Dans cette émission, nous réunissons tous les éléments clés pour en faire un vrai « Talk Show » : invitation de personnalités influentes, traitement de l’actualité sous forme décalée, débats et jeux³.

20H00 – 23H00 URBAN FRESH

A vingt-heure c’est Dj Tik qui prend les commandes de la radio. Urban fresh c’est l’émission pour ne rien rater sur les nouveautés urbaines et les nouvelles tendances musicales urbaines.

C’est aussi le rendez-vous pour ne rien rater de l’actualité des différents acteurs qui composent la scène urbaine et la radio Urban Hit. Les artistes joués sur l’antenne viennent ainsi faire la promotion de leur album, à travers des interviews.

Les émissions sont filmées et mises en replay vidéo et en podcast sur le site de la radio et les plateformes de streaming.

- 1- Top Viral : C’est le classement des musiques urbaines les plus partagées et téléchargées du moment.
- 2- Agenda : C’est la rubrique des rendez-vous à ne pas rater. Cette dernière assure le relais des événements, concerts, pièces de théâtre ou encore initiatives culturelles.
- 3- Le jeu du « si, pas, bien » : ce jeu a pour règles de ne pas prononcer les syllabes « si, pas, bien », ne pas répéter deux fois le même mot et de ne pas faire plus deux secondes de blanc avant de répondre aux questions de l’animateur. Le but du jeu étant de tenir plus de trente seconde en respectant ses règles.

L’Urban Eat : hormis le jeu de mot ce sont des opérations promotionnelles de proximité mises en place entre la radio, différents fastfoods et restaurants. L’animateur annonce le nom d’un restaurant et ses spécialités à l’antenne et les premiers auditeurs arrivés sur place remportent un repas. Un concept qui plait aux partenaires et auditeurs de la radio.

Le Speed Dating : une femme ou un homme est présenté à l’antenne avant de faire face à plusieurs prétendants. Les animateurs et les différents intervenants de l’émission s’impliquent et interviennent de sorte à influencer les décisions. Si un des prétendants, ne répond pas aux attentes de la personne sélectionnée, celle-ci n’a qu’à dire « je zappe » et un autre auditeur tente sa chance.

A vingt-deux heures, un jeune talent est mis en avant sur l'antenne d'Urban Hit. Les auditeurs peuvent nous envoyer leur musique via l'application, avant d'être diffusé en direct sur Urban Hit. Les auditeurs sont invités à réagir et nous faire part de leurs critiques.

23H00 – 01H00 LA PLAYLIST AFRO CARIBEEN

Tous les soirs pendant deux heures, Urban Hit laisse place à une émission thématique et fait découvrir aux auditeurs de la radio sa playlist Afro Caribéen pour les adeptes.

D'une heure à six heures, toutes les musiques urbaines sans pub avec rediffusion des différentes chroniques de la journée sur l'antenne d'Urban Hit.

PROGRAMMES DU WEEK END DÉTAILLÉ

07H00 - 10H00 LE MORNING

Samedi et dimanche à sept heures, c'est Johann qui réveille les auditeurs d'Urban Hit avec au programme : informations, gossip et rediffusions des meilleurs moments du Morning de la semaine.

10H00 - 15H00 LE 10-15

Toutes les musiques Urbaines avec Sofiane. Les auditeurs interviennent tout au long de l'émission pour y passer leur message et jouer à l'Urban Quizz.

15H00 - 20H00 LE 15-20

Toutes les musiques Urbaines avec Isma. Les auditeurs interviennent tout au long de l'émission pour y passer leur message et jouer à l'Urban Quizz.

20H00 - 03H00 URBAN MIX

Uniquement le samedi soir et pendant sept heures, la plus grosse soirée urbaine de France. Dans cette émission peuvent être réalisés des duplex en direct avec des discothèques.

20H00 - 21H00 URBAN HIT FOOT

Uniquement le dimanche soir et pendant une heure, Isma et Rémy invitent des journalistes, d'anciens joueurs et des influenceurs pour revenir sur l'actualité footballistique

23H00 - 01H00: URBAN HIT LATINO

Le dimanche à vingt-trois heures, place à la musique latine et au reggaeton.

c) DESCRIPTION DES DONNÉES ASSOCIÉES HORS PUBLICITÉ (cf. article 3-4 de la convention)

Si le service de radio est autorisé par voie hertzienne terrestre en mode numérique, le titulaire décrit les données associées destinées à enrichir et à compléter le programme principal (contenu, durée, liens avec le programme de radio, etc.).

Urban Hit proposera des données associées hors publicité affichant les pochettes, les informations sur le titre en cours de diffusion, annoncera les programmes de la radio, les principaux titres de l'actualité, la météo, le trafic infos et un agenda culturel. Elle tiendra compte des évolutions de cette technologie pour optimiser l'expérience auditeurs.

ANNEXE III

STIPULATIONS RELATIVES À LA DIFFUSION DES CHANSONS D'EXPRESSION FRANÇAISE *(cf. article 3-2 de la convention)*

À REMPLIR SI LE TITULAIRE CHOISIT LE RÉGIME GÉNÉRAL

Annexe III remplacée

(cf. avenant n° 1 ci-après)

ANNEXE III BIS

INFORMATIONS RELATIVES A LA PROGRAMMATION MUSICALE

(cf. article 3-2 de la convention)

À REMPLIR SI LE TITULAIRE ENVISAGE DE DIFFUSER
UN PROGRAMME MAJORITAIREMENT MUSICAL

Public visé	Pourcentage de titres « gold »*
<ul style="list-style-type: none">▪ Jeune▪ Jeune-adulte▪ Adulte▪ Senior	<ul style="list-style-type: none">▪ Entre 10 et 20 %
Genres musicaux dominants	Pourcentage de nouveautés**
<p><i>(plusieurs choix peuvent être faits)</i></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Dance-Electro▪ Groove-Rap▪ Pop-Rock▪ Variété▪ Autre(s) genre (s) : Rnb, Pop urbaine, Rap Français, Reggaeton, Rap Uk, musique Afro, musique Latine, Rap Us, Rai'NB, Groove, Baile Funk..	<ul style="list-style-type: none">▪ Entre 50 et 60 %

* Gold = titre de plus de 3 ans

** Nouveauté = titre de moins de douze mois

ANNEXE IV

PUBLICITÉ

(cf. articles 3-3 et 3-4 de la convention)

a) MODALITÉS D'INSERTION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

Le temps maximal consacré à la publicité est de 12 minutes par heure en moyenne journalière, sans pouvoir dépasser 16 minutes pour une heure donnée.

b) MODALITÉS DE DIFFUSION DANS LA GRILLE DES PROGRAMMES

Les écrans publicitaires sont précédés par une auto-promotion de la radio et annoncés par un jingle d'identification. Ils sont généralement diffusés aux alentours de H+10 et H+40, ou exceptionnellement à des horaires demandés par les annonceurs.

Le tout dans la limite du temps maximal et les conditions fixées ci-dessus. Les messages publicitaires sont clairement annoncés et identifiés comme tels.

c) DONNÉES ASSOCIÉES : MODALITÉS D'INSERTION DES MESSAGES PUBLICITAIRES

S'il envisage de diffuser de la publicité au sein des données associées, le titulaire décrit les modalités d'insertion de ces messages publicitaires (durée, etc.).

Urban Hit propose des images synchrones associées aux messages publicitaires diffusés (logos, slogan, adresses...). Elle tiendra compte des évolutions de cette technologie pour optimiser son exploitation commerciale.

AVENANT N° 1

À LA CONVENTION CONCLUE LE 5 FEVRIER 2020 ENTRE LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL, ET LA SAS URBAN GLOBAL

Entre l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), d'une part, et la SAS Urban Global, d'autre part, il a été convenu ce qui suit :

Article 1 :

Les alinéas deux et suivants de l'article 3-2 de la convention susvisée sont supprimés et remplacés par les stipulations suivantes :

« Le titulaire s'engage à respecter les dispositions de la délibération n° 2021-103 adoptée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, le 8 décembre 2021 pour l'application des dispositions législatives relatives à la proportion d'œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France, et le cas échéant tout autre acte de l'Arcom qui la modifie ou s'y substitue. »

Article 2 :

L'article 4-1-1 de la convention susvisée est abrogé et remplacé par un article 4.1.1. « Informations à transmettre » rédigé comme suit :

« Le titulaire est tenu de communiquer à l'Arcom, à la demande de cette dernière, toutes les informations lui permettant d'exercer le contrôle du respect des obligations qui lui sont imposées.

En particulier, il lui communique à sa demande :

- l'étendue des zones dans lesquelles est diffusé le service ainsi que la population recensée dans ces zones,
- l'état des participations, même minoritaires, qu'il possède dans d'autres entreprises audiovisuelles ou de presse,
- l'état des contrats de fourniture de programme et/ou de franchise, en cours de validité, conclus avec d'autres titulaires d'autorisation, ainsi que la population recensée dans les zones de diffusion des services franchisés.

Le titulaire communique à l'Arcom, avant le 31 juillet de chaque année, un rapport sur les conditions d'exécution de ses obligations au cours de l'année précédente, accompagné des comptes de bilan et de résultat du dernier exercice clos, certifiés conformes par un expert-comptable, un comptable agréé ou un organisme de gestion agréé par l'administration fiscale.

À la demande de l'Arcom, le titulaire adresse une déclaration portant sur les diffusions aux heures d'écoute significative telles que définies par la délibération n° 2021-103 adoptée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, le 8 décembre 2021, pour l'application des dispositions législatives relatives à la proportion d'œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France, et le cas échéant par tout autre acte qui la modifie ou s'y substitue, pour chacun des mois demandés par l'Arcom, dans la limite des 12 derniers mois écoulés, en indiquant :

- **pour les radios ayant choisi le régime général**, le pourcentage et le nombre de diffusions de chansons d'expression française ainsi que le pourcentage et le nombre de diffusions de chansons d'expression française provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions ;
- **pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical**, le pourcentage et le nombre de diffusions de chansons d'expression française ainsi que le pourcentage et le nombre de diffusions de chansons d'expression française provenant de nouvelles productions ;
- **pour les radios spécialisées dans la promotion des jeunes talents**, le pourcentage et le nombre de diffusions de chansons d'expression française ainsi que le pourcentage et le nombre de diffusions de chansons d'expression française provenant de nouveaux talents ;
- **pour les radios spécialisées dans la découverte musicale :**
 - le nombre de titres différents diffusés,
 - le nombre de diffusions de nouvelles productions francophones,
 - le nombre de diffusions de nouvelles productions non francophones ou instrumentales,
 - le nombre maximum de diffusions d'un même titre,
 - le nombre de diffusions de chansons en langue française provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions ;
- **pour les radios relevant des premier et quatrième alinéas du 2° bis de l'article 28 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, bénéficiant de la diminution de la proportion minimale de titres francophones :**
 - le taux de nouvelles productions,
 - le nombre maximal de rediffusions d'un même titre,
 - le nombre de titres et d'artistes diffusés,
 - la proportion de diffusions de titres provenant de trois producteurs distincts, d'une part, et la proportion de diffusion de titres provenant d'un seul producteur de phonogrammes, d'autre part.
- quelles que soient les obligations de diffusions de chansons d'expression française, le cumul des diffusions des dix œuvres musicales d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France les plus diffusées au cours de chaque mois demandé et le nombre total de diffusions de chansons.

Le titulaire informe l'Arcom, par lettre recommandée avec avis de réception, de tout changement d'adresse de son siège social ou de ses installations.

Il s'engage à s'acquitter des obligations légales relatives au règlement des droits d'auteurs et des droits voisins. Il fournit à l'Arcom, à la demande de celle-ci, tout document y afférent. »

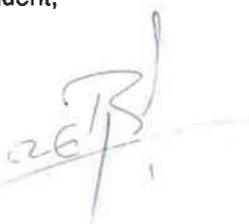
Article 3 :

L'annexe III de la convention susvisée est remplacée par l'annexe III ci-jointe.

Fait à Paris, le ⁽¹⁾ 21 DEC. 2022

Pour le titulaire :

Le président,



Ahmed BEN ABLA

Pour l'Arcom :

Le président,



Roch-Olivier MAISTRE

⁽¹⁾ A compléter par l'Arcom.

ANNEXE III

STIPULATIONS RELATIVES À LA DIFFUSION DES CHANSONS D'EXPRESSION FRANÇAISE *(cf. article 3-2)*

À NE REMPLIR QUE SI LE TITULAIRE CHOISIT LE RÉGIME GÉNÉRAL

Dans le respect de la délibération n° 2021-103 adoptée par le CSA le 8 décembre 2021 et le cas échéant de tout autre acte qui la modifie ou s'y substitue, le titulaire s'engage à ce qu'au moins 40 %(*) de la totalité des chansons diffusées soient des chansons d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France et à ce que les chansons d'expression française ou interprétées dans une langue régionale en usage en France provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions représentent au moins 20 %(**) du nombre total des chansons diffusées.

(*) - Le nombre ne peut pas être inférieur à 40.

(**) - Le nombre ne peut pas être inférieur à 20.