

La Lettre.Pro RADIO & médias

23/09/2011 - n°2

Frédéric BRULHATOUR
1001 idées
pour réussir à la radio



En ce moment
Les Radiophonies - Un festival unique au monde - Institut National d'Histoire de l'Art



Paris en dehors des lois ?

Excursions d'automne

A l'heure où Radio Bonheur défie l'Etat, suite à une sanction de 10 000 euros pour avoir baissé puis augmenté de 14dB la puissance rayonnée suite à un contrôle, les radios parisiennes font-elles ce qu'elles veulent en termes d'excursions ? Il semble que certaines stations soient bien au-delà des normes depuis quelques mois et bien qu'elles aient tenté de se contacter pour réguler ces excès, aucun accord n'a pu aboutir de manière amiable. Selon nos sources, certaines pourraient atteindre 85 kHz au lieu de 75 kHz autorisé. Une différence en termes de niveau sonore très importante et une nuisance en termes de pollution hertzienne, brouillant les stations qui ne pratiquent pas ce dépassement. ▶

Yacast, c'est fini avec LLP ::

Le partenariat non-exclusif avec La Lettre Pro de la Radio n'aura duré qu'un numéro ! YACAST par le biais d'Ali Mouhoub a fortement réagi suite à la publication en page 11 de LLP n°1 des nouveautés détectées par DJ BUZZ sur les entrées en playlist d'une sélection de radios européennes.

«*Nous sommes furieux. Nous ne souhaitons pas être associés à un support qui laisse une large place à un concurrent aussi petit et ridicule soit-il.*» nous a indiqué par mail **Ali Mouhoub**, Directeur Général Adjoint de YACAST.

La rédaction, soucieuse de proposer une vision indépendante et globale du marché, a pris acte de cette décision qu'elle ne peut que regretter pour son lectorat. D'autres partenariats sont en cours de réalisation pour une publication dans La Lettre Pro n°3. ▶

Assises du Journalisme ::

Au Théâtre Auditorium de Poitiers (TAP) aura lieu les **8, 9 et 10 novembre** la 5e édition des Assises Internationales du Journalisme et de l'Information créées à l'initiative de **Jérôme Bouvier**, médiateur de Radio France. ▶

Radio 3.0 by Lagardère ::

METTA : Création de radios clés en main

Metta, la nouvelle marque de Lagardère Active se revendique comme la radio 3.0 avec comme principal objectif, la création de radios clés en main. Metta souhaite répondre aux besoins des entreprises afin d'humaniser leur communication. La marque propose déjà plusieurs solutions aux décideurs, qu'ils soient publics ou privés, autour de contenus éditoriaux ciblés : la radio corporate, la radio de marques, la radio in store, événementielle ou de territoire.

Lancée par le pôle des radios musicales de Lagardère Active, Metta promet de s'illustrer sur le créneau de la radio sur mesure. Pour y parvenir, Metta compte également s'appuyer sur son agence de presse A2PRL, une agence proposant déjà un contenu à plusieurs dizaines de radios françaises. ▶

Quotas : conscience d'industrie p.5

De sources sûres

▶ **Pas de nuit bleue à La Réunion**
L'opposition au réaménagement de fréquence à La Réunion continue. La nuit bleue qui devait se tenir en Juin puis en Septembre n'a toujours pas eu lieu. En cause, l'arrivée d'Antenne Réunion TV sur les fréquences radio et la crainte de concurrence. Un spot militant contre la nuit bleue serait en diffusion sur certaines stations.

De sources douteuses

▶ **Pub à rallonge**
Dans la nouvelle convention du GIE Les Indés Radios, TF1 Publicité aurait allongé tous les écrans publicitaires de 30 secondes supplémentaires par heure et rajouté 1 écran écran (ces petites publicités en plein programme) à celui déjà existant. Quoiqu'il advienne, Nova et TSF ne seront pas concernées en 2013.

De sources totalement douteuses

▶ **A2i versus NextRadioTV**
Selon nos sources, un accord transactionnel d'un montant non communiqué serait intervenu dans le dossier de la société A2i pour des licences installées et non payées par le groupe NextRadioTV.

Bruits de couloir

▶ **Contact (59) serait en procédure de sauvegarde.**
▶ **Buzz Media (59) régie de Mona FM, Galaxie et Canal FM serait en redressement judiciaire.**
▶ **L'observatoire de la RNT s'installerait début octobre 2011 avec Rachid Arhab comme président.**
▶ **Consultation publique en Belgique pour la RNT.**

Media Forest : outils airplay p.6

Votre radio doit être vue p.8

BFM Business au Joystick p.12

4 questions à Yann Oger p.17

Wheatstone
AUDIOARTS
SAV
Importateur pour la France

AudioArts : de la console analogique à 1930 € HT (nous consulter) à la console numérique IP... une gamme de consoles radio à prix doux sans compromis sur la qualité bénéficiant de la technologie WHEATSTONE.

www.sav.tv/fr/audioarts.htm

La radio a son zapping



Télécommandé

Drôle et souvent cocasse, étonnant et parfois ahurissant, triste et quelquefois affligeant... Le contenu du Zapping Radio ne laisse jamais l'auditeur indifférent. Normal puisqu'il compile, chaque semaine, le meilleur, comme le pire, des ondes françaises.

Erreurs techniques, jingles surréalistes, fous rires incontrôlés, plantages en direct... De France Inter à la plus petite radio locale, personne n'est épargné. Aucun contenu n'échappe à la jeune équipe du Zapping Radio qui écoute et sélectionne les moments cultes des stations françaises. "Le seul travail, c'est d'écouter la radio. Et ça demande du temps" précise avec humour Benoît Lebreau, responsable de Zapping Radio, qui peut également compter sur son équipe et sur la réactivité des auditeurs, pour signaler des séquences d'anthologie ou, mieux, envoyer des enregistrements.

Benoît, à qui revient la difficile étape du montage audio, se souvient de ce jour de novembre 2008 où en écoutant Europe 1, un fou rire entre Morandini et Julie a déclenché indirectement la naissance du Zapping Radio. "Je me rappelais que Canal+ le faisait dans l'émission +Clair le samedi, donc s'ils y arrivaient, moi aussi ! On a monté le site en un mois, et chaque semaine on réunit en 5 mn le meilleur de la FM !".

Les locales dans... l'oreille des zappeurs

Les zappeurs se concentrent chaque semaine sur plusieurs types de contenus : un ou deux sujets d'actu (sport, météo, politique...), et puis "À côté de ça, on insère des fous rires et des problèmes techniques parce que c'est ce qui est toujours le plus marquant". Faute de temps suffisant, l'équipe du Zapping Radio n'a pas la possibilité d'écouter la totalité des radios locales. "On reçoit de temps en temps, des sons de radios locales (Hit West à Nantes, Gold FM à Bordeaux, France Bleu, ...). On incite les radios locales à nous en envoyer, parce que pour nous, la radio locale est un élément incontournable de l'univers radiophonique. Il s'y passe vraiment quelque chose".

La date et le numéro du prochain Zapping Radio ? "Chaque semaine, ça avance d'un cran : le numéro 63 sera en ligne le lundi 26 septembre".
benoit@zappingradio.com • www.zappingradio.com

France Bleu



Nouveaux ingrédients mais recette identique

Dévoilés lors de la conférence de presse, plusieurs nouveaux rendez-vous marqueront la rentrée du réseau France Bleu.

Durant cette saison 2011/2012, France Bleu va notamment "développer et enrichir son action en faveur de l'emploi". Désormais, sur les 43 stations, le premier mardi de chaque trimestre sera entièrement consacré à l'emploi. Les 43 locales promettent "d'échanger des expériences, d'informer sur les bonnes pratiques de recherche d'emploi et d'interroger les acteurs du marché professionnel local". Objectif pour le réseau

qui affiche 7,2% d'audience cumulée : faciliter la vie des auditeurs dans leurs préoccupations quotidiennes.

Autre nouveauté : un drive de 16h30 à 19h autour de la proximité, de l'échange et de la solidarité. France Bleu encouragera en effet ses auditeurs à "s'exprimer sur l'actualité, à échanger des bons plans culturels, à commenter ensemble les résultats de leur équipe sportive préférée ou le programme TV du soir".

Enfin, chaque samedi et dimanche à 12h30, Corentine Feltz présentera "Week-end au féminin", un nouveau rendez-vous qui offrira "en priorité la parole aux femmes d'ici et d'ailleurs".

Le réseau France Bleu, dirigé par Anne Brucy, emploie 1 550 collaborateurs partout en France. ▶

Politique «Paris-Match»



Le Lab d'Europe 1 en bêta

Le Lab d'Europe 1 annoncé chez plusieurs de nos confrères dont CB News et LesBlogsMedias.fr est ouvert. A quelques mois de l'échéance majeure de la vie politique française, la radio Europe 1 crée lelab.europe1.fr, un pure-player faisant office de site de synthèse participative avec une équipe dédiée. Ce **portail politique, placé sous la responsabilité de Lagardère News**, filiale du Groupe, confrontera les avis des journalistes, des éditorialistes et des internautes. Europe 1 lancera « Le Lab » à la mi-octobre. La **version bêta** est disponible en accès privé sur inscription et de nombreux spécialistes et blogueurs seront épaulés par des contenus alimentés directement par des autres sites du Groupe tel que le jdd.fr ou encore ParisMatch.com. ▶

Radiostars



Un bon coup de pub pour Radio Star

Les acteurs Clovis Cornillac et Manu Payet tournent actuellement une comédie intitulée "Radiostars". Ils y incarnent deux animateurs radio tentant de relancer leur émission vedette.

Clovis Cornillac et Manu Payet animateurs radio ! A peine plus d'un an après la sortie de L'Amour c'est mieux à deux, les deux comédiens se retrouvent sur le tournage d'une autre comédie, intitulée Radiostars qui se déroule dans le milieu de la radio. Le pitch du long métrage, première réalisation de Romain Levy : l'équipe de l'émission Breakfast-club, dont l'audience est en chute libre, se lance dans un road-trip sur les routes de France pour reconquérir son public. Dans Radiostars, actuellement en tournage, Manu Payet incarne le présentateur vedette du show alors que Clovis Cornillac joue le leader charismatique, spécialiste de la vanne. Ils sont entourés au casting par Douglas Attal, premier rôle du film - celui d'un jeune comédien un peu loser qui intègre la troupe-, mais également par Pascal Demolon, Sam Karmann et Ana Girardot. ▶



ÇA VA COGNER

OMNIA 11



Plus de 3000 traitements de son OMNIA
mis en service depuis 2003 en France.
Découvrez à présent le dernier né OMNIA.
Faites confiance à votre expert !



save
DIFFUSION

23, rue de la Talaudière
42 000 Saint-Etienne - FRANCE
tel. 00 33 (0)4 77 79 46 78
www.savediffusion.fr

Quotas français au Québec ::

11 stations ne les respecteraient pas

Le Mouvement Montréal français (MMF) tiendra, mercredi 21 septembre, la première d'une série de manifestations afin d'attirer l'attention sur le non-respect des quotas de diffusion de musique francophone par certaines stations de radio québécoises.

Dans la foulée de nombreux rapports sur l'état de la langue française au Québec, les membres du groupe de défense du fait français tiennent à se faire entendre du Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes (CRTC).

Symboliquement, le rassemblement se tiendra devant l'édifice abritant les locaux de la station de radio CKOI. L'événement se veut un appui à l'ADISQ l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo qui, l'année dernière, a porté plainte auprès du CRTC contre 11 stations qui ne respecteraient pas les quotas en vigueur.

Tout au long de l'automne, les rassemblements du MMF se dérouleront à divers endroits représentatifs de la condition du français dans la province. Source : Metro Montréal ▶

Radio Satellite en Europe ::

EUR RADIO

Solaris Mobile Ltd., opérateur basé à Dublin de réseaux hybrides sans fil par satellites et émetteurs terrestres, dont nous avons déjà parlé dans LLP n°1, a annoncé lors de l'IBC à Amsterdam le lancement d'EUR RADIO - une nouvelle plateforme paneuropéenne libre de démonstration de radio numérique par satellite qui desservira l'Union européenne.

La nouvelle plateforme de service de distribution à diffusion libre, EUR RADIO, sera utilisée initialement à des fins marketing et de démonstration mais pourrait devenir le catalyseur d'un service commercial, offrant aux auditeurs de toute l'UE un bouquet de stations de radio, publiques et privées, couvrant la majorité des langues européennes. Ce bouquet englobera des genres tels que le divertissement grand public, des actualités et de la musique ainsi que des médias riches et des divertissements interactifs, qui devraient s'avérer attractifs pour une large variété d'auditeurs. La plateforme de démonstration possède également la capacité de fournir des «info divertissements» enrichis de nouveaux services de données embarqués et jouera un rôle complémentaire vis-à-vis des services + nationaux classiques FM, DAB ou bande S.

La première phase inclura les stations de radio HIT RADIO FFH (Hessen/Allemagne) et planet radio (Hessen/Allemagne). La plateforme inclura étrangement la chaîne de télévision France 24 (France). ▶

RNT - 7,6% d'audience ::

Australie, doucement mais sûrement

Avec une couverture de 900 000 habitants, la durée d'écoute de la RNT en Australie est de 11 heures et 28 minutes et la part d'audience de 7,6%. L'audience de la radio par internet est, quant à elle de 5 heures et 40 minutes. Démarrées depuis 2 ans, les stations régionales à faible puissance diffusent depuis août 2010 (voir LLP n°0). La promotion de la RNT sur l'antenne des stations FM a permis une prise de conscience des auditeurs mais le faible nombre de nouveaux programmes et le blocage des nouveaux entrants freinent considérablement le succès et l'adoption massive de la RNT en Australie. 500 000 récepteurs ont été vendus selon le CRA. ▶

Amazonie - Photos ::

Une radio communautaire - Adiketsuya

Après plusieurs mois de préparation, deux membres de l'équipe RFI Planète Radio se sont de nouveau rendus dernièrement au Venezuela, dans le cadre d'un projet financé par l'UE, pour assurer la réception des équipements et démarrer la construction effective de la radio et du studio d'enregistrement dans les locaux de l'école technique Comunidad y Trabajo à La Reforma. Situé dans l'état de l'Amazonas, à proximité de Puerto Ayacucho et de la frontière colombienne, cet établissement scolaire rural regroupe actuellement plus de 500 élèves et étudiants issus de 21 communautés locales. Le complexe radio/studio a été développé à partir d'équipements issus du Fonds de Coopération Radio France / RFI Planète Radio, et devrait rapidement devenir un outil de référence pour favoriser la communication et l'information dans ces zones reculées.

La radio portera le joli nom de Radio ADIKETSUYA, une contraction de ADIWA KETSULI YAADA qui signifie « Le bon son pour tous » en langues Wothüja, Jivi et Curripaco.

La Lettre vous propose une sélection de photos. Vous pourrez également retrouver cette exposition lors des conférences organisées pour les 30 ans de la FM, le 20 octobre à Issy-les-Moulineaux au restaurant l'Ile. www.rfiplaneteradio.org ▶





Conscience d'industrie

Vous avez dit quotas ?

Imaginez-vous un instant les laboratoires pharmaceutiques en guerre contre les hôpitaux ? Croyez-vous que les fabricants de pneus peuvent se permettre la guérilla contre les grandes marques automobiles ?

Ces hypothèses paraissent farfelues, et pourtant, les déclarations récurrentes des majors, des éditeurs, des sociétés de droits, comme des radios (surtout pas unies), témoignent d'une absence de conscience d'appartenir à la même industrie.

La panique qui s'est emparée des majors à l'arrivée de Napster (c'est-à-dire il y a quand même 12 ans !) a profondément marqué l'industrie musicale, qui se sait désormais cernée par des pratiques qu'elle ne pourra jamais arrêter et qui modifient profondément ses affaires. Il est des pays où l'on donne désormais un Disque d'Or pour 2.000 exemplaires vendus !

Dans cette lutte pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation de la musique, la radio est un partenaire privilégié et historique des éditeurs musicaux. Il est donc de l'intérêt de toute l'industrie de se présenter en force, tous acteurs réunis, face au législateur. Or, force est de constater qu'il n'en est rien. La lutte permanente des majors pour "plus de quotas" ou en tous cas pour la conservation ad minima des quotas existants, met en péril l'équilibre d'une industrie. Si les labels ont du affronter le téléchargement illégal depuis 10, 15 ans, c'est au tour des radios d'être confrontées aux flux customisés (Pandora, Deezer, Spotify & consorts). Dans ces flux fabriqués sur mesure par de savants algorithmes pour coller le plus prêt possible aux goûts de l'utilisateur, pas de place pour la chanson française et ses textes qui s'extasient devant des constatations hautement philosophiques comme "l'eau, ça mouille". Dans ces feeds, plus de place pour les albums complaisamment signés "Parce qu'avec les quotas, tu sais, ça sera forcément un succès".

On voit déjà arriver dans les études comportementales un début d'écoute systématique des radios US sur le net. Lorsqu'on en demande la motivation, la réponse est toujours la même : "Pour ne pas avoir à entendre les m*rdes françaises !" C'est la SEULE et unique motivation de ces explorateurs radiophoniques.

Si ce comportement prend une certaine ampleur, il est certain que des opérateurs puissants finiront par proposer des offres "hors du territoire français", par conséquent non soumises aux quotas.

Il serait bon d'y penser avant... d'anticiper un petit peu, non ?

Or, comme on le sait depuis 15 ans, l'anticipation n'est pas le point fort de l'industrie musicale. Pourtant, nous sommes tous dans ce bateau. Evitons qu'il se transforme en radeau. ▶ D.F.

NOUVEAU : réagissez !

Qu'en pensez-vous ? Donnez votre avis !

Témoignez sur les quotas... Envoyez votre mail à debat@lettre.pro
Inscrivez-vous sur le site www.lalettre.pro gratuitement pour accéder au forum et donner votre avis : www.lalettre.pro/forum/

Kantar Media sinon rien

Entretien avec Denis Gaucher, Directeur du Pôle Publicité de Kantar Media

La Lettre publie ci-dessous le communiqué du 19 septembre 2011 de Kantar Media qui rappelle aux labels et aux stations de radio, qu'elle est la seule à pouvoir certifier les quotas francophones.

La législation française impose aux stations de radio de respecter un quota de diffusion de chansons d'expression française de 40% minimum, dont la moitié au moins provenant de nouveaux talents ou de nouvelles productions. Depuis février 2009, le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) a confié à Kantar Media la mesure exclusive des pourcentages de diffusion de chansons, de nouveaux talents et de nouvelles productions d'expression française sur les ondes.

Kantar Media est ainsi le seul Institut habilité à délivrer un certificat officiel de quotas francophones. Les labels et les stations de radio peuvent donc soumettre leurs titres à Kantar Media afin de savoir s'il sera comptabilisé ou non dans la catégorie « quotas francophones ». Labels et stations de radio sont ainsi assurés de contrôler et de respecter les quotas de diffusion de chansons d'expression française prévus par leur convention.

Denis Gaucher, Directeur du Pôle Publicité et de l'activité de veille musicale, a accepté de répondre aux questions de LLP.

Question 1 LLP : On voit que dans de nombreux pays les quotas ne sont pas respectés (voir page ci-contre) lorsqu'il y en a. En France, certains tentent de contourner le procédé de pige. Quels sont les enjeux derrière tout cela ?

La mesure des quotas de chansons francophones a pour principal but de défendre la production musicale française, elle est faite pour protéger la diversité culturelle. Elle est aujourd'hui efficace même si elle fait l'objet de discussions entre le CSA, les labels et les stations de radio. La difficulté pour les stations est de trouver le bon équilibre entre l'amélioration de leurs points d'audience et le respect de leurs quotas.

Question 2 LLP : Depuis 2009, il a été annoncé par le CSA que Kantar Media était le seul à pouvoir mesurer les quotas francophones. Pourquoi faire une piqûre de rappel ?

Kantar Media est un acteur majeur sur le marché de la musique qui propose aujourd'hui une offre complète de veille musicale et qui a été retenu par le CSA. La mesure des quotas est essentielle pour les diffusions radiophoniques, et les règles doivent être connues de tous, labels et stations de radio. Kantar Media est au cœur de cette mesure et notre rôle est d'en informer le marché.

Question 3 LLP : Les stations de radio peuvent donc vous soumettre des titres pour validation dans la catégorie "quotas francophones" ?

Kantar Media est le seul institut en mesure de certifier des titres « quota francophone » sous couvert des règles édictées par le CSA. Ainsi Kantar Media se tient à la disposition de tous les éditeurs (labels, producteurs, majors ...) pour leurs certifier leurs titres et s'engage à en informer les stations de radio. De même les stations de radio consultent Kantar Media pour toute confirmation de la langue d'une chanson. ▶

Antenne régionale/locale

Musclez votre antenne : offrez une formation sur-mesure à vos animateurs ou à vos journalistes. Modules de deux jours, homologués AFDAS, et organisés dans votre radio. www.myconseils.fr

Media Forest s'impose dans le Airplay Monitoring ::



De Ado FM à Wit...

Les différents outils disponibles permettent également aux radios de suivre et de comparer à la seconde près, les programmations musicales de leurs concurrents. Dorénavant, les programmations musicales n'ont plus aucun secret : nombre de rotations, horaires de passage, durée en secondes, rythmicité des passages, nombre de diffusions sur 24h... **A partir de 30 € par mois**, les programmateurs et les cadres de radio ont donc accès à une énorme banque de données réactualisée en permanence.

Si Media Forest offre la perspective (très intéressante) d'épier ses concurrents, ce tracking center permet aussi de constater comment réagissent les programmateurs : quels titres entrent ou sortent. Au risque d'uniformiser la programmation musicale sur les stations françaises, les programmateurs doivent donc utiliser cet outil comme un indicateur afin, cela va sans dire, de ne pas calquer leur programmation sur les autres.

Media Forest : le miroir des bonnes et des mauvaises stratégies

Enfin, Media Forest réserve quelques surprises supplémentaires. Devinez qui, depuis le début du mois de septembre, a diffusé le plus de nouveautés ? NRJ, Fun Radio, Virgin Radio ... ? Faux ! Ce sont d'abord, les radios régionales qui prennent le risque de programmer des nouveaux titres ou mieux des nouveaux talents. Louise Attaque, Yodelice, The Wanted, Da Silva, Camille... En tête des diffuseurs durant la première quinzaine de septembre : Champagne FM, Contact, Radio Star, Scoop et Top Music. On voit là toute la problématique des stratégies de programmations : les réseaux nationaux sont plus frileux pour promouvoir de nouveaux titres ou artistes que les réseaux régionaux obligés de prendre des risques pour se différencier de leurs puissants concurrents. ▶

Big Brother

Un accès à la programmation d'une quarantaine de radios françaises : c'est ce que propose la jeune société Média Forest. Cerise sur le gâteau, cet accès s'effectue, bien sûr, en temps réel et pour un coût très abordable. Explications...

Impossible d'échapper à l'oreille de Média Forest. "Une technologie qui repose sur un système d'écoute développé au cœur de la Silicon Valley et déjà utilisé par l'armée israélienne" explique Eric Jaoui, le dynamique porte-drapeau de cette jeune société qui révolutionne la pige musicale. Désormais, n'importe quel abonné à ce système peut suivre, en temps réel, la diffusion de l'ensemble des titres diffusés sur 40 radios et 17 télévisions. "Un nombre qui va bien sûr évoluer" annonce fièrement Eric Jaoui, même si ces 40 radios et ces 17 télévisions représentent à elles seules 90 % de l'audience française. "Petit à petit, nous nous développons avec, à terme, une pige continue de toutes les chaînes de télévision et nous l'espérons de toutes les radios locales privées".

Des catégories B qui sont déjà nombreuses à être scrutées en continu par Média Forest : **Contact, Champagne FM, Radio Star, Scoop, Hit West ou encore Vibration...** Rien n'échappe à ce "Big Brother" de la radio qui "démocratise la pige musicale" selon Eric Jaoui.

Comment ça marche ?

Media Forest se base sur la reconnaissance d'empreintes numériques insérées dans les spectres acoustiques des fichiers musicaux.

A chaque chanson traquée correspond un fichier (incluant une signature électronique) hébergé sur les serveurs du tracking center. Ainsi, dès les premières secondes de diffusion, le logiciel détecte et reconnaît la chanson.

Media Forest ne s'éloigne pas de son objectif premier : "Nous apportons une plus-value aux auteurs, interprètes, éditeurs ou aux producteurs : ils savent en temps réel qui diffuse leur titre, combien de fois et peuvent comparer les rotations entre différentes stations. Il permet simultanément d'obtenir un calcul des droits SACEM".

En démocratisant la pige musicale, **Eric Jaoui et son équipe** encouragent d'abord les labels indépendants à investir dans cet Airplay Monitoring. Des labels indépendants suivis par des artistes à la jeune notoriété comme **Mickaël Miro ou Boulevard des Airs, à des artistes confirmés comme Jean-Louis Aubert, Sinclair, Patricia Kass...** qui utilisent les nombreux outils accessibles via le site de MédiaForest.



Contact : Eric Jaoui
01-42-78-57-44

www.mediaforest-france.com

Découvrez la
4MinX:



Une équipe de choc pour la prise de son studio et extérieur: C'est possible avec notre mélangeur-enregistreur audio multipistes portable. Vidéo disponible sur aeta-audio.com

AETA
AUDIO SYSTEMS®
superior sound since 1978

J'ai testé Media Forest...

par Frédéric Brulhatour

Quelle est la radio qui diffuse le plus mon titre préféré ?



Après m'être inscrit (très rapidement) sur le site, j'ai décidé de suivre un titre au hasard. Première réaction : la simplicité du procédé.

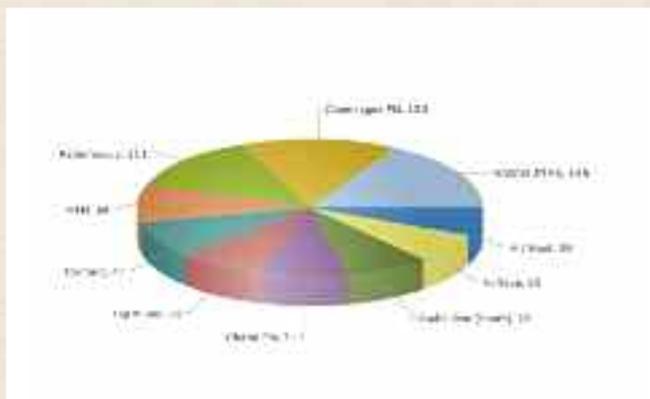
Grâce à l'outil **Week Charts**, j'ai pu ainsi connaître immédiatement la position de ce hit dans le Top 100 hebdomadaire (qui mériterait l'insertion de pictogrammes pour faciliter sa lecture), son nombre d'entrées ou de sorties en playlist. Instantanément, j'ai su, qui de Radio 6 ou de Top Music, l'avait le plus diffusé !

Avec l'outil **MediaScan**, j'ai pu moi-même réaliser un classement unique en mélangeant les programmations de Radio Espace, Kiss FM et Alouette ! Le Live Charts m'a indiqué que mon titre préféré avait été diffusé à 64 reprises depuis ce matin sur toutes radios confondues...

Enfin, j'ai eu le coup de grâce avec la durée de diffusion du titre. J'ai constaté que certaines radios démarraient la lecture de mon titre à + 2s, à + 3s, à + 10s... et que certaines ne jouaient que 8s du titre.

Bon sang ! 8s cela signifiait que l'animateur avait teasé mon hit préféré avant l'écran pub ! Et s'il le tease, c'est qu'il s'agit bien d'un hit !

Un clic pour exporter mes données sous Excel et le tour est joué.▶



La question du jour



à Denis Florent

Est-ce dangereux de changer un nom de station ?

▶ En France, comme dans tous les pays dans lesquels l'audience est mesurée sur la foi de déclarations d'auditeurs, la réponse est simple : OUI.

L'incroyable chute de Virgin Radio, ex-Europe 2, est une leçon pour toute une industrie. Car au delà des errements de format, de programmation, c'est bien à une soudaine perte vertigineuse de notoriété qu'a été confrontée la rue François Ier.

Ces dix dernières années, une seule autre radio a subtilement adapté son nom : l'historique Radio Monte Carlo devenue il y a 10 ans "RMC-INFO", avec le succès que l'on sait. C'était un glissement intelligent, qui permettait de faire oublier la signification des initiales, pour faire place à un nouveau format.

D'ailleurs, dans le PAF, on aime bien faire oublier le sens des initiales. Qui écoute "France Inter Paris" au lieu de FIP ? Qui reste collé sur "Radio Télévision Luxembourg" à la place d'RTL ?

Oui, changer de nom est un véritable problème pour une radio, tant que l'industrie sera tributaire des déclarations des auditeurs... **Une raison de plus d'espérer l'arrivée des PPM** (Personal People Meter) sous nos cieux !

15 – 15 Prod

Studio le plus rapide ?

Dans sa dernière newsletter, le studio "15 – 15 Prod", **spécialisé dans la création de spots publicitaires**, affirme être "toujours le plus rapide" entre la commande et la livraison d'un message publicitaire. Le studio assure livrer un spot (une voix / une musique) dans l'heure qui suit la prise en compte de la commande à condition que le texte soit fourni par le client. La Lettre à voulu tenter ce service en leur demandant de nous concevoir un spot avec deux textes assez courts que nous leur avons envoyés dans l'objectif de vous rendre compte du résultat final.

Dans l'heure qui suit nous avons en effet eu une réponse non signée : **"la direction n'est pas intéressée par votre proposition. Merci quand même"**. Nous sommes donc dans l'incapacité de vérifier la qualité des spots réalisés par 15-15 Prod dont les commandes ne s'effectuent que par mail. Pas de site, pas de téléphone, mais qui donc se cache derrière 15-15 prod ?

Contact : 15-15-prod@orange.fr

Journaliste



Votre radio doit (aussi) être vue ::

Rassasiez votre appétit

Votre station doit être écoutée. Nous nous permettons de rappeler cette évidence en préambule de ce nouveau billet au risque d'en surprendre quelques-uns. Si votre station doit être écoutée, elle doit également être vue. Nous la maintenons au risque d'en surprendre davantage. La mémoire visuelle de vos auditeurs est autant à considérer que leur mémoire auditive.

La radio est-elle un commerce ? Posez cette question à un dirigeant de catégorie B ou à un franchisé d'un réseau national... Oui. La radio est un commerce. Une entreprise à but lucratif avec ses charges et ses impératifs financiers. Un commerce comme il y a en a dans votre ville. Avez-vous d'ailleurs remarqué que les commerces qui attirent les plus grand nombre de clients sont généralement dotés d'un pas-de-porte surmonté d'une grande et belle enseigne clignotante ? Tout cela afin d'attirer l'attention des passants, clients potentiels en puissance. Imaginez une boulangerie au quatrième étage d'un immeuble... Elle ne pourrait compter que sur ses voisins de palier pour lui acheter du pain !

Qui a vu... écoutera !

Même si cela n'est pas un enjeu majeur, parce que souvent très coûteux, et donc renvoyé aux calendes grecques, la vitrine de votre station demeure un aspect à ne pas négliger. L'impact est différent que vous soyez installé dans une rue piétonne d'une capitale régionale ou dans la profonde campagne cantalienne. Imaginez le nombre d'auditeurs potentiels que vous pouvez convaincre dans le premier cas, et cela grâce à la seule vue de votre enseigne, grâce à la seule force de votre présence. La présence est d'ailleurs à la ville ce que la proximité est à la campagne. Allez comprendre ! Le choix de l'implantation des studios dépend toujours de votre capacité à vouloir prendre un risque financier. On appelle cela un investissement. Les radios relayées dans une impasse, une zone industrielle, dans un territoire rural perdent en visibilité mais gagnent en économies. Les autres gagnent en visibilité et amortissent leur investissement. CQFD.

3 idées essentielles pour être vu

Alors que vous reste-t-il pour être vu ? 1001 possibilités ! Et ce sont souvent les moins coûteuses qui sont souvent les plus porteuses. Propagez votre image doit être un leitmotiv quotidien. Autrement dit, un réflexe. Il est nécessaire d'éveiller l'attention et la curiosité de ces auditeurs potentiels qui ne vous voient pas et qui, peut-être, ne vous écoutent pas.

01 - Rien ne remplace une présence humaine lorsqu'il s'agit de couvrir une actualité. Dépêchez un journaliste sur place et, si vous n'avez qu'une équipe de rédaction digne de ce nom, faites au moins le choix d'être présent sur les événements qui concernent votre cible.

02 - Pas forcément onéreuse, la traditionnelle banderole a fait ses preuves sur les lignes d'arrivées, sur les barrières de sécurité des concerts ou entre les peupliers des places de villages. Elle ne demande que peu d'entretien et il est souvent impossible de ne pas la voir.

03 - Votre logo. Voyez-le comme une petite graine qu'il faut semer sur tous les terrains propices et en particulier sur les affiches et autres flyers. En province, les commerçants ne rechignent pas à les apposer sur leur vitrine. Faites le forcing et imposez-vous comme partenaire des manifestations près de chez vous. ▶

RTS mise sur l'interactivité ::

Diffusant son programme d'Avignon à Perpignan, RTS "La radio du Sud", lance l'opération «Deviens l'ambassadeur RTS de ta ville».

Une fois sélectionné, après avoir répondu à une série de questions et prouvé sa réelle motivation, l'auditeur devient officiellement le porte-voix des bons plans festifs ou culturels organisés par sa ville mais également le correspondant officiel de RTS. L'auditeur, retenu pour endosser le rôle d'ambassadeur, a la possibilité d'intervenir dans " Le 16/19 du Sud" de Romain Nicolas-Bello. Objectif : décliner, en direct, sa sélection de concerts, de soirées en boîte, d'événements...

La station du Languedoc-Roussillon et du Vaucluse prévoit un ambassadeur pour les principales villes couvertes (Montpellier, Nîmes, Béziers, Perpignan...) Une opération qui devrait permettre d'accroître l'interactivité et de resserrer davantage le lien entre le réseau régional et ses auditeurs. ▶

Contact : 04 99 57 22 22 et www.rtsfm.com

NAGRA



Plus de souplesse,
plus de performance !

La nouvelle génération d'enregistreur de poche

Tél. +33 (0) 1 70 71 61 00

audio.france@nagra.fr

www.nagraaudio.com

NAGRA SD

Petit, léger, robuste
Simple d'emploi
PCM linéaire, MPEG Layer II & III
Carte flash SD amovible
Mémoire tampon 3 s
Port USB 2
Capsules micro stéréo ou mono
Câbles XLR
Haut-parleur intégré



Voice track en duo



Deux voix valent mieux qu'une !

Cela pourrait être la devise de la société Maxi l'Air (on appréciera le jeu de mots) implantée à Douai près de la frontière belge. Dirigée par Carine De Greef avec le bouillonnant Michael Pachén à la production, Maxi l'Air s'est taillée une solide réputation grâce à une nouvelle forme de voicetrack...

Ce n'est pas sans une certaine fierté que Maxi l'Air revendique sa place de première société de production à parier sur un show voicetrack en duo. Depuis septembre 2008, et sans s'affranchir du traditionnel voicetrack et de la production publicitaire, Maxi l'Air propose des Mornings ou des Drives entièrement réalisés en duo. Un vrai plus pour les stations qui voient dans ce produit une façon d'améliorer le contenu et la vivacité de l'antenne.

Plusieurs stations françaises (principalement des radios de catégorie B) ont décidé de poursuivre leur collaboration avec Carine et Michael : "les résultats de la dernière saison semblent nous donner raison. Mais les radios font aussi un formidable travail de promotion et, surtout, d'information locale. Couplé à nos speaks locaux, l'ensemble a l'air très efficace".

Et Michael Pachén (qui officie également sur Bel RTL en Belgique) d'ajouter que les radios veulent du contenu : "nous sommes abonnés à une agence de presse avec qui on collabore, on écrit beaucoup, deux personnes travaillent dans l'ombre (en plus des animateurs) pour faire du montage, de la prod, isoler des éléments sonores, et on a la chance de travailler avec des gens formidables et hyper compétents, animateurs et monteuses. Pour l'enregistrement final, nous travaillons dans les conditions réelles du direct, dans un vrai studio broadcast équipé et confortable".

Une nouveauté depuis cette rentrée, la présence d'un troisième personnage qui intervient sous forme de sniper depuis le standard. L'équipe a également opté pour davantage de proximité, d'inserts ainsi que sur une présence accrue de l'auditeur. "On veut surtout s'amuser et passer un bon moment en produisant, car nous sommes convaincus que l'enthousiasme s'entend à l'antenne". CQFD.

Contact : 09 74 77 10 60 et démos en ligne sur www.maxilair.com F.B.

Il "envoi" grave



3 conseils pour Voix-Off

"J'ai toujours eu une voix comme celle-là" précise Jean-François Moran. Un timbre très grave reconnaissable quotidiennement sur plusieurs radios françaises et francophones et dans les écrans publicitaires des télévisions. "Les professionnels m'appellent parce qu'ils connaissent mon grain de voix et qu'ils savent ce qu'ils veulent".

Et Jean-François Moran de donner trois conseils à celles et ceux qui voudraient l'imiter. Primo : la réactivité car selon lui "tous les studios travaillent désormais dans l'urgence, ils veulent un contenu très rapidement". Secundo : avoir une voix certes mais pour le comédien peu importe son timbre, "l'essentiel étant de savoir s'en servir et retranscrire des émotions". Tertio : le matériel. "Il ne faut pas se lancer dans cette aventure sans un minimum de qualité technique : une bonne carte son et un micro à partir de 300 € (comme un T-bone) suffisent pour débiter une carrière".

Dans son Home-Studio, Jean-François Moran travaille avec un micro Neumann U 87. Un investissement de plus de 2 000 €...

Ce qui énerve Jean-François : les prix pratiqués par les nouveaux comédiens, de plus en plus nombreux, sur le marché français. "Il faut être respectueux des confrères. N'oublions pas que nous sommes des dirigeants d'entreprise et que les charges pèsent. Des voix facturées à moins de 10 € ce n'est pas sérieux".

Après les spots de la trilogie du "Seigneur des Anneaux" en Blu-ray, diffusés sur RTL et sur les chaînes de la TNT cet été, la voix grave de Jean-François Moran s'entendra à nouveau, dès ce mois de septembre, dans le spot promotionnel du DVD "Etat de Guerre" programmé dans les écrans publicitaires sur TF1 et LCI.

Contact : 0663 432 532 et démos en ligne sur www.jeanvoix-grave.com .



Formation INA - Devenir Animateur(trice) radio



CQP !

Effectif : 12 participants
Durée : 60 jours / 420 heures
Dates : Du 17 octobre 2011 au 22 juin 2012

Cette formation vous permet d'obtenir un certificat de qualification professionnelle inscrit au Répertoire National des Certifications.

Public : Collaborateur (trice) des radios embauchés en contrat de professionnalisation. Salariés en CIF (Congé Individuel de formation) VAE

Contacts : Bruno Masi • 01 49 83 22 85 • bmasi@ina.fr .

Technicien



Yellowtec Mika

Pied de micro chez Audiopole - <http://www.audiopole.fr/>

DES PERFORMANCES EXCEPTIONNELLES

La ligne épurée du bras de microphone MIKA (Microphone Arm) est un parfait exemple du design innovant de YELLOWTEC. Le système sophistiqué de liaisons internes et de ressorts, invisible de l'extérieur, peut supporter des microphones pesant jusqu'à 2 kg.



Le système de réglage à vis facilement accessible aux articulations permet un ajustement idéal pour chaque poids de micro (1m. 3). Les articulations ne nécessitent aucun entretien et restent silencieuses pendant les mouvements d'ajustement.

L'usage quotidien d'un studio nécessite un retour clair et rapide des informations. Quel meilleur endroit pour indiquer "MIC ON" que le micro lui-même ? Accédez à un nouvel univers de transparence pour vous et vos invités : le rouge micro affiché sur le micro correspondant ! Les connexions pour le microphone et le rouge sont réalisées sur un câble combiné avec connecteur XLR 5 broches en option.

Des écrans ou d'autres éléments dans le champ de vision ? Besoin d'un rayon d'opération plus grand pour le micro ? Pas de problème, il suffit de positionner le bras au bout du support MSS Pole et faites d'une pierre deux coups, en utilisant le support MSS Pole comme une extension pour le bras micro et pour y monter un support d'écran MIKA. ▶

Prix conseillé : 300,00 €

Neva Alsace Lorraine

Quelques problèmes techniques

A l'occasion de la NEVA (Nuit d'entrée en vigueur des autorisations) Alsace Lorraine qui concernait près de 300 fréquences dans les CTA de Nancy et Dijon, CTIC et CreaCast ont «aéré les locaux» en invitant une trentaine de professionnels concernés par cette nuit bleue. Une NEVA particulière compte tenu des fréquences des pays limitrophes et des puissances élevées de certaines de ces stations. Concernant les problèmes techniques liés à la compatibilité de fréquences en contrainte de programmes, Gilles Misslin de CréaCast conseille aux radios qui rencontrent des difficultés d'effectuer quelques ajustements eux-même (hauteur d'antenne, puissance, synchronisation audio), en informant le CSA, mais sans attendre du CSA un SAV "planification". Quoiqu'il en soit, rue du Canal à Eck-

bolsheim le four à tartes flambées était maintenu chaud, des prises d'antennes dans toutes les directions, un fer à souder, des analyseurs RDS, un accès à FMNET et l'image du spectre Strاسبourgeois en direct. Le service de traduction en alsacien était aussi proposé.

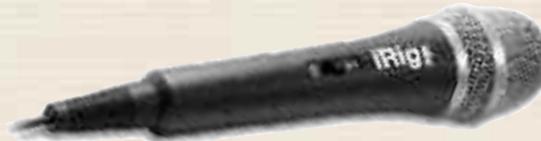
- Radio Dreyeckland Strasbourg et Saverne (103.6) est perturbée par une station allemande recevable dans le nord de Strasbourg avant la Neva.

- Radio Iris censée émettre sur Obernai (91.3) est bien mieux recevable à Strasbourg que Radio Liberté (91.5) nouvellement implantée à Strasbourg.

- l'interruption momentanée d'Accent4 (96.6) a confirmé le fait que l'émetteur de France Musicale Sainte Marie aux Mines (96.8), captable à Strasbourg était responsable des interférences observées depuis de longues années ▶

iRig Mic

Micro pour iPhone chez IK Multimedia - www.ikmultimedia.com



L'iRig Mic est le premier micro à main disponible pour différentes applications mobiles. C'est un microphone unidirectionnel pour iPhone, iPod Touch ou iPad qui permet d'enregistrer de l'audio de qualité à un prix raisonnable.

L'iRig Mic ressemble à un micro professionnel à tête métallique. Sur le micro se trouve un interrupteur permettant de choisir trois modes de gain de niveaux.

Après l'avoir testé, il aurait été agréable qu'un système anti-vent soit intégré de manière plus fiable ou tout simplement fournir une petite mousse nécessaire sur ce micro pour ne pas avoir de surprises. Suite à notre remarque, IK Multimedia nous conseille de nous diriger vers le fabricant Rycote <http://www.rycote.com/> qui fabrique ce genre de mousse spécifiquement pour l'iRig Mic.

De nombreuses applications sont compatibles avec l'iRig Mic dont GarageBand. IK Multimedia propose de télécharger leur application gratuite ne permettant pas l'enregistrement en WAV. Pour ce faire, vous devrez acheter la version Pro (3,99 €). Sur laquelle il est possible de réduire le bruit de fond, d'augmenter le volume de la voix, de découper une partie de l'enregistrement et d'exporter le fichier audio par le biais d'iTunes ou encore d'envoyer celui-ci par mail, sur un réseau Wi-Fi, par FTP ou encore directement vers SoundCloud.

L'iRig Mic n'est pas compatible avec les premiers modèles d'iPhone et d'iPod Touch. L'application iRig Recorder n'est pas compatible avec l'iPhone 3G et l'iPod Touch 2e génération. ▶

Prix conseillé : 49,99 €

Boulangier explique la radio

Tout connaître sur la Radio et ses avancées. Le Groupe de distribution de matériel électronique Boulangier a publié sur son site web un dossier très complet sur les récepteurs radios, webradios, récepteurs WiFi ou encore RNT. Selon le site, le paysage radiophonique a beaucoup changé en un demi siècle. Boulangier vous propose de découvrir la radio du 21ème siècle !

C'est dans la rubrique "Bien choisir et bien utiliser" qu'on retrouve ce dossier complet sur le fonctionnement de la radiodiffusion, les récepteurs et les critères de choix, la radio à l'heure d'internet avec les webradios et la RNT. Gamme d'ondes, type de tuner, puissance du haut parleur, le dossier sur la radio de Boulangier est très bien monté et apporte des informations fort utiles et très à jour pour le grand public. Une initiative à saluer. ▶

Classement dance/pop

DJ Buzz a détecté pour vous les nouveautés entrées en playlist des radios trendy d'Europe !

ADO FM - FRANCE

2ème quinzaine de septembre

Artiste	Titre	Diffusions*
SEXION D'ASSAUT	PLUS QU'UN SON	69

ALOUETTE - FRANCE

Artiste	Titre	Diffusions*
MERWAN RIM	VOUS	59
SHAKA PONK	LET S BANG	32
CHRISTOPHE MAE	UN PEU DE BLUES	27
JESSIE J	DOMINO	25
SWEDISH HOUSE MAFIA	SAVE THE WORLD	20

CONTACT - FRANCE

Artiste	Titre	Diffusions*
THE POTBELLEEZ	FROM THE MUSIC	80
BAD MEETS EVIL	LIGHTERS	66
DAVID GUETTA	WITHOUT YOU	52
GYM CLASS HEROES	STEREO HEARTS	33
DAVID GUETTA	TURN ME ON	24

FG DJ RADIO - FRANCE

Artiste	Titre	Diffusions*
FEDDE LE GRAND	SO MUCH LOVE	28
HOLD UP	LONELY TONIGHT	27
SEBASTIAN INGROSSO	CALLING	23

EVROPA 2 - REPUBLIQUE TCHEQUE

Artiste	Titre	Diffusions*
DEV	IN THE DARK	26
SAK NOEL	LOCA PEOPLE	23
JENNIFER LOPEZ	PAPI	23

TOP RADIO - BELGIQUE

Artiste	Titre	Diffusions*
CHRISTINA PERRI	JAR OF HEARTS	35
ALOE BLACC	I NEED A DOLLAR	32
LADY GAGA	YOË AND I	29

* Nombre de diffusion des 14 derniers jours

MAXIMA - ESPAGNE

Artiste	Titre	Diffusions*
AFROJACK, STEVE AOKI, MISS PALMER	NO BEEF	33

MINISTRY OF SOUND - ROYAUME-UNI

Artiste	Titre	Diffusions*
SEBASTIAN INGROSSO AND ALESSO	CALLING	34
DADA LIFE	HAPPY VIOLENCE	29
WOLFGANG GARTNERFOREVER FEAT WILL.I.AM (INTSRUMENTAL)		29
DEADMAU5	WHERE MY KEYS	29
GROOVE ARMADA	RJS THEME	16

RADIO FRIBOURG - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
WILLIAM WHITE	SAILING	21
USHER	WITHOUT YOU	18
LES PEDZES	COCO LE CASTOR	16

ROUGE FM - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
THE BLACK EYED PEAS	WHENEVER	32
COBRA STARSHIP/SABI	YOU MAKE ME FEEL	26
ANDY GRAMMER	KEEP YOUR HEAD UP	24

SUNSHINE LIVE - ALLEMAGNE

Artiste	Titre	Diffusions*
JEAN ELAN	NERD	30
2LOUD	DESTROY SHE SAID	27

VIBRATION - FRANCE

Artiste	Titre	Diffusions*
INNA MODJA	FRENCH CANCAN	98

VOLTAGE - FRANCE

Artiste	Titre	Diffusions*
ADELE	SOMEONE LIKE YOU	55
MERWAN RIM	VOUS	46
COLDPLAY	PARADISE	22

WIT FM - FRANCE

Artiste	Titre	Diffusions*
GUILLAUME GRAND	COUVRE TA PEAU	49
BROOKE FRASER	SOMETHING INT HE WATER	47
COLLECTIF-METISSE	SEXY LADY	17

Vous désirez recevoir le prochain numéro ? Abonnez-vous ! C'est simple, découpez et renvoyez !



Bulletin d'abonnement à LaLettre.pro

Vous pouvez aussi vous abonner en ligne !

OUI Je souhaite recevoir toute les 2 semaines LaLettre.pro au format papier/PDF et accéder au site web premium lalettre.pro et profiter de l'offre de lancement :

- Abonnement 12 numéros : **290 € HT** soit 346,84 TTC
 - Abonnement 23 numéros : **490 € HT** soit 586,04 TTC
- Attention = la version papier n'est envoyée qu'en France Métropolitaine. Pour les DOM-TOM et l'étranger, contactez-nous pour les frais de port
- Je désire uniquement la version PDF et Web (même tarif)

Nom |

Prénom |

Profession |

Entreprise | facultatif

Adresse |

e-mail |@.....

Joignez à ce bulletin un chèque à cette adresse :
La Lettre Pro - Editions HF - Service abonnement
30 rue du Pontel 19240 SAINT-VIANCE - FRANCE
Tél : 05 55 18 03 61 • Fax : 05 55 18 27 97



BFM Business au Joystick !



XCamPilot - Pilote de radio

Nous ne savions pas vraiment comment l'appeler. Une radio télé, une télé radio... Après l'avoir visité, nous sommes encore plus perplexes. BFM Radio devenue Business, quoiqu'on en pense, est une merveille d'inventivité technique et de paramétrages adaptés aux médias low-cost modernes et visionnaires. Nous sommes sous le charme de cette radio "pas comme les autres".

Ce projet d'équipe mené par Philippe Espinet, développeur de métier, était un vrai challenge technique et humain. Depuis qu'il exerce, c'est la première fois qu'un projet faisait l'unanimité et que "toute l'équipe était motivée". Sans abimer la radio, la télé est entrée dans la vie de cette radio et surtout dans la vie des 50 hommes et femmes qui ont fait entrer "le loup dans la bergerie". Mais la dynamique est restée celle de la radio. Du jingle à l'ambiance lumineuse bien plus basse qu'un studio de TV, en passant par les ordres encore sous forme de pédale pour le talk-back. Les animateurs sont devenus présentateurs et ont dû apprendre tout simplement à lever la tête. Pas très simple dans le secteur du journalisme de faire comprendre qu'il ne faut plus de caméraman, plus de maquilleuse et que vous devez essayer de suivre un dresscode, balbutiant en radio à ce jour depuis l'arrivée des webcams en studio.

Seules 8 personnes sont venues s'ajouter à l'équipe de feu BFM Radio dont les studios inoccupés ressemblent à des vestiges incas. Une seule personne de l'ancienne équipe a souhaité de partir. Les métiers ont été repensés et seuls des infographistes et des truquistes ont été embauchés. Des truquistes qui contrôlent le direct à l'aide d'un simple Joystick de simulateur d'avion à 300 euros. Et d'un logiciel tactile développé par Philippe Espinet qui porte le nom de XCamPilot. En régie, 3 personnes

seulement qui tournent. «une produceuse», un réalisateur et un truquiste. Le réalisateur et la truquiste ont tous deux la main sur les choix de caméra à faire. Une pression de doigt sur la camera à sélectionner, un coup de joystick pour zoomer et le plan est diffusé à l'antenne.

Pour le studio, deux tonnes et demi de verre, des éclairages en led qui n'ont pas été changés depuis un an, des oreillettes stéréo (de type concerts) pour retrouver une ambiance studio Radio, un travelling au plafond, des caméras motorisées HD, un écran de fond équipé de climatisation pour ne pas faire tourner les ventilateurs des écrans et trois mois de mise en place ont été nécessaires pour arriver au résultat d'aujourd'hui. Aucune maintenance à part le rail du travelling.

Cette radioTV est le modèle le plus abouti jamais réalisé. Il faut dire que le format se prête bien à l'exercice. En Belgique, radio Contact vient de lancer la radio vision qui permet à la radio musicale de diffuser les clips vidéos synchrones des chansons qui sont diffusées à la télévision. Une seule programmation radio pour la télé et la radio. D'autres stations sont en phase avancée d'intégration de caméras dans les studios avec le danger de faire de la radio filmée, plutôt contre-productive. Sans parler des télévisions qui veulent faire de la radio comme France 24 qui en démantelant RFI semble bien vouloir diffuser à terme le signal audio de la télé.

Pour BFM Business le fait de diffuser en télé a permis de faire grimper l'audience de la radio. Sûrement pour la simple et bonne raison que c'est bien de la radio que les téléspectateurs regardent. Un bel avenir pour notre média. Une belle expérience et une passionnante piste de réflexion sur l'avenir de notre média... que l'on soit sympathisant ou réfractaire à l'idée de la radio filmée. ▶



affranchir
au tarif
lettre

Expéditeur.....
.....
.....

Cachet et signature Date : le

La Lettre Pro - Editions HF
Service abonnement
30 rue du Pontel
19240 SAINT-VIANCE

Les Apps

iCreo



Offrez-vous votre propre application radio sur mobile

Voici ce que cette jeune entreprise propose à ses clients.

iCreo vous propose de réaliser votre application pour iPhone.

Nous créons une application spécialement conçue pour vous - en fonction de votre radio. Autrement dit, un design personnalisé, une configuration adaptée et des fonctionnalités que vous choisirez. De plus,

nous nous occupons de tout : de la réalisation jusqu'à la publication sur l'AppStore. Simple, incontournable, beau et rapide.

Compatible Ipod, Iphone 3 & 4 et iPad

Notre application est compatible et optimisée pour toutes les plateformes mobiles d'Apple, l'iPad, l'iPhone (3G, 3GS, 4G) et l'iPod. Ainsi elle vous permettra d'être écouté par un plus grand nombre d'auditeurs.

Rentabilisez votre application

Afin de rentabiliser votre application et même de gagner de l'argent, nous vous proposons d'ajouter de la publicité à votre application. La publicité sera affichée en haut ou en bas de votre application sous la forme d'un petit bandeau. Les profits ainsi générés vous seront entièrement reversés.

Publication sur l'App Store

Publier une application sur l'App Store n'est pas chose aisée. C'est pourquoi nous nous occupons de cette procédure de A à Z. Vous pourrez bien entendu personnaliser les informations affichées sur l'App Store (Description de l'application, Mots clés, etc.).

Profitez d'un design personnalisé

Pour chaque client nous réalisons en fonction de sa radio un design personnalisé. Votre application ne ressemblera donc à aucune autre et vos auditeurs profiteront d'un design agréable et séduisant.

Notes de la rédaction :

iCreo a créé les applications de Mona FM, LOR'FM, Need Radio, Agora FM, Tikva FM, Radio RDM et Radio Plus. Cette solution semble plus souple et réactive que certaines solutions concurrentes en ligne ou à l'étranger. **Tarifs : de 500 € à 1 100 € selon les options.**



iCreo



- ▶ Maxime Piquette - contact@icreo.fr
- ▶ 67 rue Caumartin
- ▶ 59000 LILLE (France)
- ▶ Tel: 09-72-23-62-33

▶ plus d'info sur <http://www.icreo.fr>

iReveilPro2



Radio Réveil !

0,79 €

Vous recherchez une application vous permettant de vous réveiller avec votre musique ou la radio quand l'application n'est pas visible (3GS/4G) ? iReveilPro2 vous permet :

- Réveil avec application en background
- Le plus grand choix de modes de réveil : + de 300 radios,
- Nouveau lecteur avec affichage des titres quand disponible
- Musique de l'iPod avec choix playlist
- Enregistrement de réveils personnalisés dans l'application
- Programmation de plusieurs heures de réveil
- Endormez vous avec la radio et réveillez-vous avec une playlist ou le contraire.
- Une Météo précise et rapide : localisation GPS pour la météo de votre commune.
- Rappel d'anniversaire
- Publication de votre heure de réveil sur Facebook
- Personnalisation des radios
- Affichages HD/SD mode jour et mode nuit
- Affichage mode portrait ou paysage en jour et en nuit
- Lampe torche par simple secousse. ▶

Agenda



SEPTEMBRE
23
2011

▶ **Les Radiophonies**
23/24/25 septembre 2011

OCTOBRE
19
2011

▶ **Rencontres Radio 2.0**
Innovation et monétisation
Radio connectée et monétisation
Aux Jardins de l'Innovation / Orange Labs (Issy-Les-Moulineaux)

OCTOBRE
20
2011

▶ **Le RADIO fête les 30 ans de la FM**
16h30 : Débat URTI «La Radio de Demain»
18h00 : Débat « Les industriels se lâchent : quels outils en 2020 ? » suivi d'une conférence de presse
20h00 : Remise du Grand Prix International URTI de la Radio
21h00 : Dîner (sur invitation uniquement)
Au restaurant l'Île - Issy-Les-Moulineaux

OCTOBRE
25
2011

▶ **Broadcast it ! Salon du Broadcast**
25 au 28 octobre 2011 - Madrid

NOVEMBRE
04
2011

▶ **Congrès CNRA 2011 - Lyon**
Hôtel de la Région Rhône-Alpes les 4, 5 et 6 novembre 2011.

NOVEMBRE
08
2011

▶ **Assises du Journalisme - Poitiers**
Théâtre Auditorium de Poitiers (TAP) les 8, 9 et 10 novembre 2011

NOVEMBRE
09
2011

▶ **Congrès SNRL 2011 - Bordeaux**
Hôtel de Région. A bordeaux les 9 et 10 novembre 2011

Zoom Matériel



Publicité

Archos - Une radio Android



La radio IP entre dans une nouvelle dimension grâce à l'Archos Home Connect et son écran tactile d'environ 9 cm. Il vous offre plus de 50 000 stations de web radio avec l'application intégrée « tune in », ainsi que l'application Archos Réveil et vous permet d'accéder également à la météo, au trafic et aux informations quotidiennes, dès votre réveil.

Un excellent son L'Archos Home Connect incorpore deux enceintes intégrées dans deux caissons conçus spécialement pour améliorer le son de basse. Que ce soit à travers les applications multimédias Archos ou à travers vos applications favorites de streaming de musique, la qualité exceptionnelle du son venant d'un si petit appareil vous impressionnera.

Appels vidéos, Grâce à la webcam frontale intégrée, vous pouvez utiliser votre Archos Home Connect pour effectuer des appels vidéos afin de rester en contact avec votre famille et vos amis, ou pour surveiller vos enfants ou votre domicile.

L'Archos Home Connect est léger et doté d'une batterie très longue, vous pouvez profiter de son excellent son chez vous et à l'extérieur. Combiné à l'application « Archos remote »*, vous pourrez contrôler votre Archos Home Connect avec un Smartphone Android ou une tablette numérique Archos grâce à une simple connexion Wifi sur un même point d'accès.

* Disponible gratuitement sur l'Android Market et AppsLib

Prix conseillé : 139 €



Caractéristiques

Stockage interne : 4 Go* de mémoire interne + slot SD pour extension de la mémoire (cartes mémoire jusqu'à 16 Go*)

Plateforme : Android™ 2.2 Froyo

Processeur : Omap 3630 @ 1 GHz avec accélérateur graphique OpenGL ES 2.0

Écran : Écran couleur tactile TFT 3,5"

Lecture Audio : MP3, FLAC, OGG, WAV

Visionneuse photo : JPEG, BMP

Vidéo : Lit les fichiers MPEG-4 AVI et les formats les plus courants

Enregistrement vidéo : Enregistrement depuis la caméra VGA frontale avec microphone intégré, pour les appels vidéos

Haut-parleurs : 2 haut-parleurs haute définition, avec prise audio jack 3,5 mm

Autres applications : réveil, prévisions météo, TuneIn™ webradios, Trafic, navigateur Web, e-mail, AppsLib

Compatibilité : Windows 2000/XP/Vista/7®, Mac® OS 10.4 ou au-dessus en mode stockage de masse

Connectivité : Slot microSD, micro USB 2.0 High Speed, WiFi-n intégré

Inclut dans la boîte : Archos Home Connect, Batterie intégrée (non amovible), Adaptateur secteur, câble micro USB (2 m), Manuel d'utilisation

Archos S.A.

▶ france-sales@archos.com
▶ 12, rue Ampère
91430 Igny
▶ Tel: 01 69 33 16 90
Fax: 01 69 33 1699

▶ plus d'info sur <http://www.archos.com>

Coup de coeur de la rédaction

Fostex AR-4i - Interface audio pour iPhone

L'iPhone 4 est fabuleux et sa capture vidéo HD de grande qualité. Cependant, s'il y a un domaine qui laisse à désirer c'est le son. Entrez dans l'univers du Fostex AR-4i. Offrant une excellente qualité audio d'enregistrement stéréo, (via le connecteur Dock et des convertisseurs AN/NA), avec vumètre à Led du niveau d'entrée, réglage du volume et du casque, l'AR-4i a été conçu pour augmenter considérablement la qualité du son des vidéos prises avec votre iPhone 4. Ajoutez à cela une poignée pour éviter les vibrations et accroître la précision de vos prises son et vidéo.

Spécifications

Entrée

- Connecteur d'entrée : diamètre 35mm stéréo mini
- Impédance d'entrée : > 2KOhms
- Gain : 12 / -595dB (variable)
- Puissance plugin: 25V (continu)
- Vu-mètre LED : 4dot (doubles as system status indicator)

Sortie Ecouteurs

- Connecteur : diamètre 35mm dia stéréo mini
- Impédance de charge : > 16 KOhm
- Sortie maxi : 15mW (32 ohm chargé, THD moins de 01%)



Audio

- Réponse en fréquence : 20Hz / 20kHz +4dB (Mic-Phones / 15mW / 32ohm chargé)
- Rapport signal bruit : > 73dB (MicPhones / Gain d'entrée maximum)

Général

- Dimensions : 735 (W) x 106(H) x 50(D)mm incl protusion
- Poignée : 235mm dia x 101mm vis excl
- Poids (approx) : 200g (ensemble) / 102g (poignée)
- Puissance : 2 x AAA batteries (alkaline 3V / Nih 24V)
- Puissance Externe : USB mini B type (5V)
- Consommation : 0.3W
- Accessoires : 2 x micro à fiches cardioïd, Poignée, sac de transport, 2 x AAA batteries

Senneheiser France

▶ Anne Vermont - ann.vermont@sennheiser.fr
▶ Parc d'Activité Mure - 128 bis, avenue Jean Jaurès 94851 Ivry sur seine cedex (France)
▶ Tel : +33 1-49-87-03-00
Fax : +33 1-49-87-03-24

▶ plus d'info sur <http://www.sennheiser.fr>

Prix conseillé : 149 €

ABONNEZ-VOUS !

Et recevez le prochain numéro de
La Lettre Pro dans votre boîte aux lettres !

L'équipe de La Lettre

La Lettre Radio est un bi-mensuel, avec les **news** du monde de la **radio** à la une, avec les **flashs** de la semaine. Des **Trucs&Astuces** pointus toutes les 2 semaines, suivi de 3 fiches radios avec **QUI fait QUOI**. Les **chiffres** du mois commentés et détaillés. Toute **l'actu technique** avec un **zoom matériel** et enfin les questions juridiques et infos légales.



La Lettre.pro de la RADIO

30 rue du Pontel,
19240 SAINT-VIANCE (France)

abo@lalettre.pro
<http://www.lalettre.pro>

Vous désirez recevoir le prochain numéro ? Abonnez-vous ! C'est simple, découpez et renvoyez !



Bulletin d'abonnement à **LaLettre.pro**

Vous pouvez aussi vous abonner en ligne !

OUI Je souhaite recevoir toute les 2 semaines
LaLettre.pro au format papier/PDF et accéder au site web
premium lalettre.pro et profiter de l'offre de lancement :

- Abonnement 12 numéros : **290 € HT** soit 346,84 TTC
 - Abonnement 23 numéros : **490 € HT** soit 586,04 TTC
- Attention = la version papier n'est envoyée qu'en France Métropolitaine.
Pour les DOM-TOM et l'étranger, contactez-nous pour les frais de port
- Je désire uniquement la version PDF et Web (même tarif)

Nom |

Prénom |

Profession |

Entreprise | facultatif

Adresse |

|

e-mail |@.....

Joignez à ce bulletin un chèque à cette adresse :
La Lettre Pro - Editions HF - Service abonnement
30 rue du Pontel 19240 SAINT-VIANCE - FRANCE
Tél : 05 55 18 03 61 • Fax : 05 55 18 27 97

Fiches Radios



LGR - La Grosse Radio

Société : La Grosse Radio (Webradio)
Adresse : 383 avenue des Sablons
78370 PLAISIR (France)
Téléphone : 01-83-62-74-11
Fax : 01-83-62-74-12
E-mail : mallis@lagrosseradio.com
Site internet : <http://www.lagrosseradio.com>

Informations sur la société

Activité(s) : Service Online > Webradio
Effectif : 20

Organigramme

Président : MILCENT, Franck (Mallis)
Vice-président : CHAMFROY, Simon
Secrétaire Général : CARISSIMO, Mikaël
Trésorier : MAGNANOU, Catherine

Fiche

Concept : Proposer un programme rock indépendant de toute contrainte marketing et soutenir la vraie nouvelle scène rock française, indépendante et autoproduite.

Date de Création : 10 octobre 2003

Forme Juridique : Association Loi 1901

Streaming : 56k & ADSL & 3G

site web : <http://www.lagrosseradio.com>

couleur musicale : Bouquet de 3 webradios rock, métal et reggae

Autre Service : Aide à l'autoproduction Blog Interview d'artistes Lives Acoustiques

Régie Publicitaire : Proxiregie

Cible : 15-90

Format : Musique & Talk
rotat. maxi titres : 3/jour

Effectif non salarié : 41



Radio Périgueux 103

Société : Radio Périgueux 103 (Association)
Adresse : 12 rue Arago
24000 PÉRIGUEUX (France)
Téléphone : 05-53-46-74-77
Fax : 05-53-04-87-14
E-mail : contact@radioperigueux103.com
Site internet :
<http://www.radioperigueux103.com>

Informations sur la société

Catégorie : A
Activité(s) : Radio française FM
Effectif : 7

Organigramme

Président : Espitalié, Christian
Administrateur : Monnier, Marie Jacque
Administrateur : Pascal, Lionel
Programmation : Lajoinie, Hervé
Coordonnatrice : USCAIN, Christine

Fiche

Membre(s) : SNRL - FARL - FERAROCK - RAMA - EPRA
Streaming : TV-Radio.com

Fréquences

Périgueux : 102.3 Plazac : 95.9
Sarlat-la-Canéda : 95.9

Activités : Radio Périgueux 103 est une radio associative de proximité diffusant un programme musical alternatif et des chroniques thématiques centrées sur Périgueux et son agglomération. Elle organisera pour ses 30 ans le 5 novembre, un colloque sur l'avenir de radio associative.



Hit West

Société : Hit West (Société)
Adresse : 2 quai F. Mitterrand - BP 60424
44204 Nantes Cedex 2 (France)
Téléphone : 02-40-71-20-00
Fax : 02-40-73-51-00
E-mail : studio@hitwest.com
Site internet : <http://www.hitwest.com>

Informations sur la société

Catégorie : B
Activité(s) : Radio française FM
Effectif : 30

Organigramme

Directeur : OGER, Yann
Directrice de l'Information : DAUGUET, Cécile
Responsable de la Programmation Musicale : LEMONNIER, Dominique
Responsable de la Communication : BURNICHON, Jérôme
Responsable Technique : EPIVENT, Erwann

Fiche

Format : Généraliste - Hits
Cible : 15-35 ans
Membre(s) : GIE - SIRT1
Streaming : TV-Radio.com
Programmation : Musiques, jeux, informations locales
Diffusion : Hot Bird 6 (TPS)
Angers : 100.9 Brest : 96.9 Cholet : 100.5
Dinan : 104.1 La Roche-sur-Yon : 97.3
Laval : 102.3 Les Sables-d'Olonne : 99.2
Lorient : 91.4 Nantes : 100.9 Quimper : 95.8
Redon : 104.1 Rennes : 99.2
St-Brieuc : 106.9 St-Gilles-Croix-de-Vie : 97.4
Saint-Nazaire : 102.2 Vannes : 107.1

Couverture IP



Carte de couverture FM



Carte de couverture FM





4 questions à



Yann Oger, directeur d'Hit West

Décidément, l'ouest est pour la radio la terre de tous les records. Après Alouette, qui a pu atteindre l'an dernier des scores d'audience de niveau national (notre édition du 9 septembre), Hit West a gagné 110.000* auditeurs en deux saisons sur ses fiefs de Bretagne et Pays de Loire. La recette de Yann Oger ? Originalité, efficacité, et aussi... authenticité !

Yann Oger, vous enregistrez sur deux saisons consécutives les meilleures progressions d'audience des radios indépendantes, en passant de 216 à 326.000 auditeurs par jour. Quelle est votre recette ?

D'abord de nous être posé la question centrale : pourquoi écouter Hit West plutôt qu'une autre radio musicale ? Nous stagnions depuis deux ou trois saisons autour du même chiffre d'audience, entre 210 et 230.000 auditeurs par jour, et on y a réfléchi. Nous sommes arrivés à une conclusion logique : nos puissants concurrents nationaux ont une identité très forte. Et à programme identique, l'auditeur ira forcément vers la marque. On devait donc créer de l'audience en faisant différent.

Logique. Mais pas simple. Sur quels leviers agir ?

On a d'abord travaillé sur la programmation musicale, sur la fluidité de l'antenne dans toutes ses composantes, et sur le divertissement (via notamment les jeux). Surtout, nous avons remis l'animateur au centre de la radio. Nous sommes aujourd'hui une des seules radios en vrai direct de 6h à minuit, sans aucun voicetrack. Et je tiens à ce qu'on laisse des marges de manœuvre aux animateurs. Chez nous, ne pas respecter un timing à la seconde n'est pas un drame, à partir du moment où l'on respecte la fluidité du programme : notre radio est ainsi plus authentique et elle parle vraiment à ses auditeurs.

Et l'information, quelle place lui laissez-vous dans le paysage ?

Elle est très importante, de même que notre politique de terrain : c'est ce qui marque notre proximité. L'info est ainsi présente toute la journée sur Hit-West. Le matin, elle est même décrochée par département, ce qui nous permet d'aller au plus près des préoccupations de nos auditeurs. Ensuite, elle est régionale et revient toutes les heures. Concernant le terrain, nous organisons plusieurs fois par mois des émissions en direct, notamment notre rendez-vous du soir, « backstage ». Nous invitons des artistes en pointe à se produire en direct dans de petites salles de 200 personnes maximum, à travers les villes de notre réseau. Et chaque année, nous organisons un grand concert à Rennes, à la fin de la braderie de juin. L'an dernier, il a réuni 50.000 personnes !

Quelles synergies y-a-t-il entre Hit West et Ouest France ?

Nous sommes filiales à 100% d'Ouest France, mais avec une autre cible, une autre logique. Nous sommes complémentaires, et Ouest France respecte notre liberté : nous ne recevons pas d'ordres de la maison mère, nous profitons d'une liberté absolue. En revanche, nous partageons une même ligne éditoriale et surtout les mêmes valeurs. Maintenant, il est clair que nous pouvons également profiter de notre proximité avec le premier quotidien de France : nous organisons parfois nos événements locaux dans leur réseau d'agences, et les confrères de la rédaction viennent volontiers faire vivre avec nous certaines émissions, comme Kop West, notre rendez-vous sportif quotidien. ▶

Entretien réalisé par Jean-Charles Verhaeghe, MyConseils.fr pour LLP

* Source Médiamétrie – Enquêtes Médiales – Sept2010/juin 2011 – Audience cumulée sur 13 ans et +, lundi/vendredi, 5h/24h.

▶ **Annonceurs :**
retrouvez toutes les deux semaines l'offre du jour

Nova et TSF régie



Le Grand Mix !

Nova offre aux marques la possibilité d'Opérations Spéciales à 360° sans le GIE Les Indés Radio à partir de septembre 2012. Des dispositifs cross-média (Radio/Web/Terrain), interactifs, créateurs de buzz pour une marque.

Nova répond à des problématiques de communication par le biais de ses différents supports média dans une logique de production de contenus et d'associations affinitaires.

Une prise de parole signée Nova, c'est le moyen de solliciter les auditeurs sur tous les terrains, pour parler de la marque, du produit, de l'événement à travers un concept original et stratégique. Les auditeurs de Nova sont majoritairement de jeunes actifs de 25-34 ans. Ce sont des « Early Adopters ».

La Lettre vous propose de découvrir les tarifs de publicité nationale en vigueur en 2011. Contacts : jazoulay@novaregie.com

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
06h00	320	320	320	320	320	110	110
07h00	320	320	320	320	320	200	110
08h00	320	320	320	320	320	200	200
09h00	380	380	380	380	380	330	200
10h00	380	380	380	380	380	330	330
11h00	380	380	380	380	380	410	330
12h00	250	250	250	250	250	410	360
13h00	250	250	250	250	250	310	360
14h00	320	320	320	320	320	310	290
15h00	320	320	320	320	320	310	290
16h00	320	320	320	320	320	310	290
17h00	320	320	320	320	320	310	290
18h00	390	390	390	390	390	310	290
19h00	390	390	390	390	390	310	290
20h00	270	270	270	270	270	230	200
21h00	270	270	270	270	270	230	200
22h00	270	270	270	270	270	200	160
23h00	270	270	270	270	270	200	160

BAREMES DE DUREE (30° BASE 100)												
Durée	54"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
Coefficient	0,50	0,50	0,75	0,85	0,95	1,00	1,25	1,50	1,70	1,90	2,10	2,40

Conseils pour vendre mieux

Michel Colin, l'expert de la publicité radio, vous propose à chaque numéro un nouveau conseil pour vendre mieux et plus de publicité radio. Ce mois-ci, misez sur une bonne préparation.

Faites preuve d'empathie

Tant que vous parlez de votre radio, de vos performances, de vos arguments, le client ne comprend pas en quoi vous pouvez lui être utile. Mettez-le en scène, parlez de lui, de son activité, des auditeurs qui viendront dans sa boutique. Personnalisez votre approche et vos idées. Expliquez comment il pourrait faire une campagne et un spot efficaces. Montrez comment vous êtes capable de l'aider à booster ses ventes. Si vous avez visité son site web, parlez-en. Essayez de savoir dans quelle mesure il souhaite le promouvoir. Intéressez-vous à ses objectifs marketing. Cherchez sincèrement à concevoir un bon spot et à organiser un dispositif adapté à sa cible. ▶

Michel Colin - Mediatic Conseil - radiopub.fr - pour LLP

Les Chiffres



Mediamétrie

Mediamétrie - Etude Média In Life 13 ans et + - Lundi-Dimanche, 00h-24h - Janvier-Février 2011

<http://www.mediametrie.fr>

L'étude Media In Life mesure et analyse la place que prennent les médias et les loisirs numériques au cours d'une journée de la vie des personnes vivant en France à partir de 13 ans. Menée depuis 2005, l'étude permet de suivre des indicateurs qui témoignent de l'évolution des pratiques des Français dans le domaine des médias.

Avec l'explosion du numérique et la fragmentation des audiences, plus rien ne sera comme avant dans le monde français des médias. Media In Life permet d'explorer en profondeur les nouveaux comportements des individus en analysant la répartition des contacts médias et multimédias sur une journée.

Aujourd'hui, il devient essentiel pour les éditeurs et les publicitaires de revenir à une démarche synoptique des cheminements et pratiques médias. Comme les évolutions vont très vite, il est primordial de suivre celles-ci en temps (quasi) réel.

C'est la raison d'être de l'étude plurimédia de référence, Media In Life, véritable "tracking" des pratiques médias, multimédias et interactives. L'étude s'insère dans la perspective d'une nouvelle qualification des audiences : elle permet d'analyser, quart d'heure par quart d'heure, la répartition des usages des médias (selon l'âge, l'activité, la localisation...), et leurs contextes de fréquentation. ▶

Contact avec le média radio dans les 15 minutes qui ont précédé l'achat

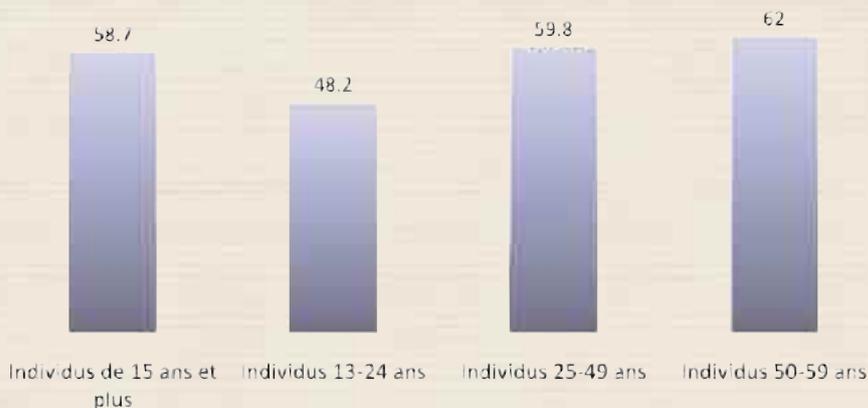
D'année en année, les Français intensifient leurs contacts quotidiens avec les médias.

Ainsi, début 2011, les personnes vivant en France ont eu 9 contacts avec la radio au cours d'une journée, quelque soit le lieu, dont 1,9 en mobilité.

7 344 000 individus ont été en contact avec la radio dans les 2 heures précédentes un achat dont 5 866 000 individus dans les 15 minutes précédentes.

Cibles	Radio	
Ensemble 13+	58,5	5866
Individus de 15 ans et plus	58,7	5835
Individus 13-24 ans	48,2	516
Individus 20- 39 ans	59,6	1376
Individus 25-49 ans	59,8	2119
Individus 25-59 ans	60,6	3308
Individus 50-59 ans	62	1189

Clé de lecture : 58,7% des acheteurs de 15 ans et plus ont eu un contact avec le média radio dans les 15 minutes qui ont précédé leur achat.



Mediamétrie - Etude Média In Life 13 ans et + - Lundi-Dimanche, 00h-24h - Janvier-Février 2011

Dernières actualités du CSA Belge

CSA Belge : Consultation publique sur le développement de la radio numérique terrestre

Les parties intéressées sont invitées à répondre dans la langue de leur choix pour le 31 octobre 2011 au plus tard, en mentionnant dans une annexe distincte les informations couvertes par une demande de confidentialité. Les réponses doivent être envoyées par courrier électronique

à info@csa.be avec la mention « consultation publique RNT » en objet.

Pour garantir la transparence de cette consultation, l'ensemble des réponses, à l'exception des parties confidentielles, sera mis en ligne sur le site du CSA.

Le présent document peut être téléchargé sur le site internet du CSA (à la page "consultations

publiques").

Il n'est pas obligatoire de répondre à toutes les questions.

Des échantillons sonores sont disponibles à l'adresse <http://ecoute-rnt.csa.be> pour évaluer la qualité des différents taux de compression du signal numérique.

Pour plus d'information
Contactez Nele Smets, +32 (0)2 349.58.76

Subvention sélective à l'action radiophonique

Vers une revalorisation de l'intérêt général

L'arrêté du 3 août 2011 fixant le barème d'attribution de la subvention sélective à l'action radiophonique pour l'année 2011 vient de paraître au Journal Officiel.

Cette subvention trouve son origine dans l'article 80 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 qui prévoit une aide pour les services de radio accomplissant une mission de communication sociale et dont la publicité représente au maximum 20% de leur chiffre d'affaires total. Son régime actuel découle du décret n°2006-1067 (remplaçant le décret du 29 décembre 1997) organisant quatre subventions distinctes : la subvention d'installation, la subvention d'équipement, la subvention d'exploitation et enfin la subvention sélective.

Cette subvention est attribuée en fonction de sept critères qui font l'objet d'un barème fixé annuellement (voir tableau).

veaux paliers entre 76 200 et 270 000 € afin de permettre une meilleure dégressivité de la subvention sélective. Le coefficient attribué augmente ainsi jusqu'à un nouveau plafond de 219 999 € (au lieu de 199 999 € en 2010) et diminue ensuite progressivement avec l'introduction de trois nouveaux paliers (244 999 €, 269 999 € et 270 000 € et plus).

3. Répartition de la subvention sélective : une enveloppe consacrée à l'action sociale

La grande innovation apportée par l'arrêté du 3 août 2011 concerne la méthode de répartition de la subvention sélective. Le montant total des crédits consacrés à la subvention sélective sera, cette année, divisé en deux sous-enveloppes :

La première sera attribuée selon le critère classique de la note pondérée (obtenue en multipliant le total des points attribués aux différents critères

JO du du 20 août 2011	Nombre de points			
	2008	2009	2010	2011
1 ^{er} Diversification des ressources	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 0,5 ; 1
2 ^{es} Actions de formation professionnelle en faveur de leurs salariés et consolidation des emplois au sein de leur service	0 ; 1 ; 2 ; 3 ; 4	0 ; 1 ; 2 ; 3 ; 4	0 ; 1 ; 2 ; 3 ; 4	0 ; 0,5 ; 1 ; 1,5 ; 2 ; 2,5 ; 3
3 ^{es} Actions culturelles et éducatives	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2 ; 3	0 ; 1 ; 2 ; 3
4 ^{es} Participation à des actions collectives en matière de programmes	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 0,5 ; 1
5 ^{es} Actions en faveur de l'intégration et de la lutte contre les discriminations	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2
6 ^{es} Actions en faveur de l'environnement et du développement local	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2	0 ; 1 ; 2
7 ^e Part d'émissions produites par le service considéré au sein de la grille de programme	0 ; 1	0 ; 0,5	0 ; 0,5	0 ; 0,5

Les changements introduits par l'arrêté de 2011 concernent le poids attribué à chaque critère (1.), le coefficient fixé en fonction des produits d'exploitation du service (2.) ainsi que la méthode de répartition de la subvention (3.).

1. Poids attribué à chaque critère : l'action sociale gagne des points

Le nombre total de points attribuables passe de 15,5 à 12,5. Les critères 1, 2 et 4 (voir tableau) voient leur barème diminuer d'un point. Cette diminution a pour effet de rééquilibrer l'attribution des points au profit des critères correspondant réellement aux missions d'intérêt général des services de radio telles que les actions culturelles et éducatives (3), la lutte contre les discriminations (5) et les actions en faveur de l'environnement et du développement local (6).

2. Meilleure dégressivité

Le coefficient attribué en fonction des produits d'exploitation normale et courante du service de radio ne varie pas pour ce qui concerne les paliers de 0 à 76 200 €. En revanche, l'arrêté du 3 août 2011 introduit de nou-

Légende :

- **Bleu** : Modification apportée par l'arrêté du 3 août 2011
- **Orange** : Dernière modification en date (si celle-ci ne découle pas de l'arrêté de 2011)

par le coefficient mentionné précédemment).

La seconde, plafonnée à 800 000 €, sera répartie au prorata des points obtenus dans les critères 3, 5 ou 6.

Ce mécanisme de double enveloppe tend ainsi à favoriser les radios qui accomplissent pleinement leur mission de communication sociale de proximité.

L'ensemble des changements apportés par l'arrêté du 3 août 2011 poursuit ainsi un objectif de revalorisation de la subvention sélective en limitant son bénéfice aux services de radio les plus engagés dans leur mission d'intérêt général.

Département IP-TMT • Gide Loyrette Nouel A.A.R.P.I.

Tél. +33 (0)1 40 75 61 73 - www.gide.com

LaLettre.pro de la Radio et des Médias

Lettre confidentielle

Éditée par Editions HF • SARL de Presse • Bi-mensuelle

• Directeur de la Publication : Philippe Chapot

• Rédacteur en Chef : Philippe Chapot

• Ont participé à ce numéro : Frédéric Brulhatour, Denis Florent, Philippe Chapot, Andrée Navarro, Eric Louis, Jean-

Charles Verhaeghe, Véronique Zelmann, Michel Colin

• Conception graphique, mise en pages : Editions HF

• Crédit Photos : Editions HF, X

• Impression : papier et PDF (ePub)

• Contact : redaction@lallettre.pro

Contact Publicité 05 55 18 03 61 - pub@lallettre.pro

Bulletin d'abonnement à LaLettre.pro

OUI Je souhaite recevoir toutes les 2 semaines LaLettre.pro au format papier, accéder au site web premium lallettre.pro et profiter de l'offre de lancement :

Abonnement 12 numéros : **290 € soit 384,84 TTC**

Abonnement 23 numéros : **490 € soit 586,04 TTC**

Attention = la version papier n'est envoyée qu'en France Métropolitaine. Pour les DOM-TOM et l'étranger, contactez-nous pour les frais de port

Je désire uniquement la version PDF et Web (même tarif)

Nom |

Prénom |

Profession |

Entreprises |

Adresse |

|

e-mail |@.....

Joignez à ce bulletin un chèque à cette adresse et à l'ordre de

Editions HF - 30 rue du Pontel 19240 SAINT-VIANCE -

Tél : 05 55 18 03 61 • Fax : 05 55 18 27 97

http://www.lallettre.pro



VDL lance la radio numérique Sur Lyon

