

La Lettre.Pro RADIO & médias

RAIN presents
RAIN Summit Europe
Friday, October 5, Berlin
summits.kurthanson.com

-20% avec le code : LLP

The premiere learning, sharing, and networking event for the Internet radio industry...



DE SOURCES SÛRES

Les Indés Radios sur TF1

Discrètement proposée en téléchargement dès la fin de la saison dernière, l'application des Indés Radios devrait être officiellement lancée dès la mi-octobre. Le GIE travaillerait actuellement à l'élaboration d'un plan média de très grande envergure : presse, radio, digital et... télévision sont concernés. Ainsi, il est prévu que la chaîne TF1 programme dans ses écrans, et à partir de cette période, un spot publicitaire afin de promouvoir cette application. Une opportunité pour prouver indirectement que "la proximité est une force" comme le souligne le slogan du GIE.

DE SOURCES DOUTEUSES

Un pizzo qui ne passe pas

Ça grogne, ça souffle, ça râle dans les studios de province... Depuis que Muzicenter a remporté l'appel d'offres du SNEP pour la mise en place d'un service de téléchargement des nouveautés, nombreuses sont les stations qui se trouvent dans une mauvaise passe et qui... regrettent Bya. En effet, il semblerait qu'il ne soit plus aussi simple de bénéficier d'un accès à cette plateforme. A moins de payer pour diffuser ! Pour les webradios, cela serait même un vrai parcours du combattant ! Comme dirait l'autre : "plus c'est gros et plus ça passe". Sauf que là, c'est apparemment trop gros pour passer.

DE SOURCES TOTALEMENT DOUTEUSES

Autoradios et RNT

Selon nos sources une technologie va bientôt voir le jour permettant de recevoir la RNT sur n'importe quel autoradio en changeant simplement... l'antenne.

Sylvie Genevoix nous a quittés

Décédée le 20 septembre des suites d'une longue maladie, Sylvie Genevoix, journaliste et écrivain, avait été membre du CSA de 2005 à 2011.

Une indiscretion ? scoop@lalettre.pro

PORTRAIT

Agathe Lecaron : très tôt, trop top

Son premier micro ? Lors d'une classe nature à l'île d'Yeu dans une radio locale. Agathe Lecaron est en CM2... La radio ? Elle voulait en faire depuis toute petite. Trente ans plus tard, Agathe Lecaron fait de la radio. Et la boucle est loin d'être bouclée...

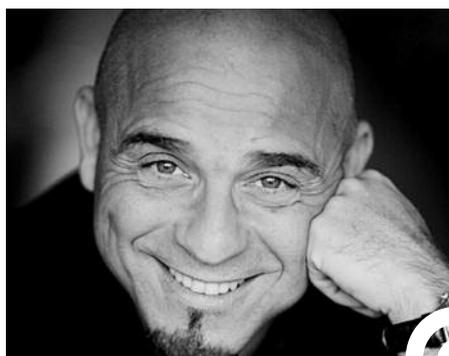
Agathe Lecaron a des airs d'Ellen K. A moins que cela ne soit l'inverse... Ces deux femmes ont pourtant une différence. La première co-anime le **Morning sur RTL2** et la seconde, celui de **Kiis FM** à Los Angeles aux côtés de Ryan Seacrest. "Je ne la connais pas" dit Agathe Lecaron "mais je veux bien être comparée à elle !" plaisante-t-elle. Depuis 4 ans, **Agathe Lecaron** partage, aussi, sa vie avec "un autre amour" :



AGATHE LECARON ANIME DEPUIS 4 ANS "LE GRAND MORNING" SUR RTL2 AVEC CHRISTOPHE NICOLAS

Christophe Nicolas. Ils sont tous les deux aux commandes du **Grand Morning de RTL2**, cette matinale Music & News qui s'enorgueillit d'être leader d'audience des radios jeunes adultes. **Agathe Lecaron** se plait tellement sur RTL2 qu'elle s'interroge : "je me demande si un jour, je serai capable de quitter la station et l'équipe".

Suite en page 9



BOB BELLANCA : UN DES RARES ANIMATEURS-PRODUCTEURS

TALK SHOW

Da Vinci Bob

L'arrivée de **Bob Bellanca** sur **Ado FM** fait office de double surprise. L'animateur, qui a fait les grandes heures de **Skyrock** et de **Fun Radio**, devient ainsi un sérieux atout pour la station et le nouveau concept qu'il s'autorise chaque soir de -vrait, logiquement, catalyser l'audience.

Après son départ de **Ouï FM**, où il animait depuis 3 ans "Sex, Bob et Rock N'Roll", on aurait pu parier sur un retour dans une station nationale... C'est mal connaître **Bob Bellanca** qui a pris son destin en main depuis déjà longtemps.

Suite en page 5

Wheatstone

Le tout en un pour traiter vos voix !

Les M1 et M2 réunissent sous le même capot l'ensemble des traitements nécessaires pour rendre vos voix fortes et intelligibles. Ils possèdent jusqu'à 80 mémoires pour stocker l'ensemble de vos réglages.



IP



IMPORTATEUR POUR LA FRANCE - www.sav.tv/fr/vorsis.htm



Lettre confidentielle tous les 15 jours
ISSN : 2256-7518

Editeur : Editions HF
SARL de Presse
Bi-mensuelle

Bureaux :
Le 400 - 30 rue du Pontel
19240 Saint-Viance
Tél : 05 55 18 03 61 - Fax : 05 55 18 27 97
Site web : www.lalettre.pro

Directeur de la Publication :
Philippe Chapot - pc@lalettre.pro

Rédacteur en chef :
Frédéric Brulhatour - fb@lalettre.pro

Rédaction :
Denis Florent, Hervé Pouchol,
Eric Louis, Jean-Charles Verhaeghe,
Adeline Rodes, Franck Ernould

Secrétaires d'édition :
Andrée Navarro, Philippe Chanam

Consultants :
Jean-Louis Courleux,
Serge Surpin

Secrétariat et abonnement :
Meggan Gomez - meggan@lalettre.pro

Publicité :
Bernie Brulhatour - bernie@lalettre.pro

Conception graphique, mise en pages :
Editions HF

Partenaires :
Charles Juster, Natalie Bevan (Médiamétrie) /
Denis Gaucher (Kantar Media) /
Arnaud de Saint Roman (Hyperworld)
Eric André (DJ BUZZ) / Olivier Cousi (GIDE) /
Patrick Kuban (Asso. Les Voix)

Abonnement
Pour la France - 1 an : 586,04 TTC
Abonnement en nombre (50) : 240 € TTC
Associatives/Etudiants : 150 € TTC
papier et PDF

Contact : redaction@lalettre.pro
Contact Publicité : Bernie 09 77 19 91 94

Agenda

- 05** RAIN Summit Europe (code LLP = -20%)
05 oct. 2012 - Berlin - DE
- 10** EBU Digital Radio Conference 2012
10-11 oct. 2012 - EBU Brussels office - BE
- 18** RADIO 2.0 + URTI + 1 an de La Lettre Pro
18 oct. 2012 - INA - Paris - FR
- 25** Congrès SNRL 2012
25-27 oct. 2012 - Châlons-en-champagne - FR
- 10** Le RADIO 2013
10, 11 et 12 février 2013 - Paris 8ème - FR
- 18** RadioDays Europe 2013
18 et 19 mars 2013 - Berlin - DE



AUDIENCE

Une baisse et des... licenciements

Conséquence malheureuse des baisses d'audience, la diminution des recettes qui impacte l'année suivante sur les moyens financiers des stations régionales.

Les 123 stations du GIE Les Indés Radios sondées dans le cadre des Médialocales bénéficient actuellement d'une valorisation financière par auditeur. Plus l'audience quotidienne est importante, plus le reversement (publicité nationale) pour la station est élevé. Le chiffre d'affaires généré chaque année évolue donc simultanément et logiquement avec l'audience.

Pour K6 FM, jeune station dijonnaise développée par Franck Pelloux, la baisse enregistrée lors des Médialocales de juillet dernier (voir LLP n° 23) aura à très court terme, **des conséquences fâcheuses** sur le plan financier. K6 a officiellement perdu 8 000 auditeurs ce qui correspond à la **perte de 2 emplois**

FRANCK PELLOUX
DIRIGE K6 ET S'INTER-
ROGE SUR LES ÉTUDES
D'AUDIENCE



dont un temps-plein pour la nouvelle saison, tout en préservant le PIL (Programme d'intérêt local).

Pour autant précise Franck Pelloux : "cette baisse de l'audience cumulée veille ne nous a pas empêchés, dans la même étude, de gagner 29 % d'auditeurs dits fidèles. Nous avons désormais 67 100 auditeurs fidèles chaque semaine contre 51 900 l'an dernier, dont 7 700 nouveaux auditeurs qui écoutent K6 tous les jours ou presque (de 19 100 à 26 800), cela correspond à une augmentation de 40 %. Alors qui croire ? Avons-nous perdu ou gagné 40% d'audience ?"

Et Franck Pelloux de pointer du doigt les Médialocales : "les petites radios mono-émetteurs payent l'addition, mais c'est le jeu". Un jeu parfois cruel... •

FRANCE BLEU PÉRIGORD : 30 ANS DE PROXIMITÉ

... EN BREF ...

France Bleu Périgord, une des plus emblématiques stations locales du réseau France Bleu, a organisé du 12 au 15 septembre, une série de plusieurs événements pour célébrer son trentième anniversaire. Au Centre départemental de la communication de Périgueux, la station a notamment invité les auditeurs à venir jouer à l'animateur ou au journaliste. Ces derniers ont pu repartir avec les enregistrements de leur voix. En outre, le 13 septembre dernier, à 21h et en direct, Evelyne Adam a aussi délocalisé sa célèbre Compil des Auditeurs et le lendemain, l'équipe périgourdine a réuni tous les anciens de cette locale autour d'un dîner. Un anniversaire également marqué par la venue de Philippe Chaffanjon le DG de France Info et des chanteurs Dany Brillant et Patrick Hernandez.

JEAN-DOMINIQUE WARLOP, DIRECTEUR DE BLEU PÉRIGORD
ET PHILIPPE CHAFFANJON



PROMOTION

Ça roule pour Activ Radio



Implantée à Saint-Etienne, Activ Radio lance une collection unique de 42 exemplaires d'une série limitée Toyota Yaris aux couleurs de la station. Le premier exemplaire est à gagner et découvrir sur le stand de la station, jusqu'au 1er octobre à la 64ème foire internationale de Saint-Etienne. Les 41 autres véhicules Yaris Activ Radio seront commercialisés chez Toyota Sivam à Saint-Etienne. •

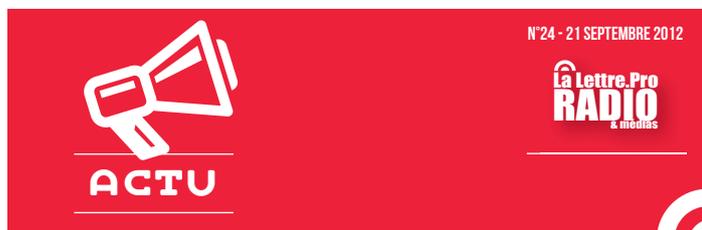
ANNIVERSAIRE

Les 20 ans des Indés Radios



Le GIE Les Indés Radios dirigé par Jean-Eric Valli a dévoilé il y a quelques jours la date de la prochaine convention des stations adhérentes au groupement. Après la ville de Londres l'an passé, le GIE a choisi cette année la ville de Paris pour y tenir sa convention annuelle, le **vendredi 7 décembre**. Le lieu exact qui accueillera les dirigeants des 123 stations réunies

sous la bannière des Indés Radios n'est pas encore connu même si plusieurs pistes sont à l'étude. Le programme exact de cette journée reste encore flou, même si l'on sait déjà que l'équipe de la rue de Lubeck prépare plusieurs surprises aux radios afin de marquer comme il se doit le **vingtième anniversaire** de ce puissant syndicat créé en 1992... •



FÊTE

FG à la Techno Parade

Le 15 septembre dernier, les auditeurs ont pu découvrir le **char FG** dans le cadre de l'édition 2012 de la Techno Parade. Sur cette scène itinérante les **DJs Basto, Albin Meyers, Hakimakli et No-name, Michael Calfa** ont mixé sur l'ensemble du parcours. L'animation avait été confiée à **Audrey Valorzi** et à **MC Adrian**. A cette occasion, l'équipe



de **FG DJ Radio** et **BPM** ont dévoilé l'événement outdoor de l'année prochaine : la **Nuit Electronix** au Parc Asterix, le 8 mai 2013. •

IMPLANTATION

NRJ à Saint-Petersbourg

Implantée en **Russie** depuis 2006 via un accord de licence avec le groupe de média russe **PMBC**, le groupe **NRJ** a ouvert le 3 septembre une nouvelle station **ENERGY/NRJ** à Saint-Petersbourg. En 6 ans, **NRJ** et **PMBC** ont su installer ensemble leur leadership sur la région de Moscou, en développant avec succès un réseau de **40 fréquences**, qui devient désormais fédéral avec le lancement de Saint-Petersbourg. Avec plus de **500 fréquences dans 14 pays**, soit plus de 27 millions d'auditeurs par semaine, **ENERGY / NRJ** est la 1ère marque de radio musicale dans le monde. •



INFO FACEBOOK

Scoop a offert 1 an de ... salaire

Si **Manu Lévy** double votre salaire et si **Bruno Guillon** paye vos factures, voilà une nouvelle initiative intéressante, tant sur le fond que dans la forme et menée tambour-battant par l'équipe de **Scoop à Lyon**. Depuis le 3 septembre, la station de **Daniel Pérez** a mis en place une opération qui a **provoqué le buzz**. Sur la page **Facebook de Scoop** (près de 40 000 fans), l'auditeur était invité à partager, à liker ou à commenter, à identifier et surtout à mettre les visuels de l'opération en **couverture ou en photo de profil**. Après des centaines de commentaires et de partages, un auditeur était sélectionné le lendemain **pour participer au tirage au sort final** qui aura lieu ce 22 septembre... •

CARRIÈRE

Anthony Martin prend du galon

Après avoir promu **Alba Ventura** à la tête du service politique de **RTL** et **Jérôme Chapuis** à la tête du **"Grand Jury"**, **Jacques Esnous**, directeur de l'information, a procédé à la promotion d'un autre jeune talent maison : **Anthony Martin** au poste de chef du service culture.

Âgé de 39 ans, diplômé de l'école de journalisme de Bordeaux et lauréat de la **Bourse Jean-Baptiste Dumas**, Anthony Martin est entré à la rédaction de **RTL** en juillet 1998 en qualité de reporter.

RÉCOMPENSE

Naissance du Prix RTL - Auto Plus

A l'occasion du **Mondial de l'Automobile**, **RTL** et **Auto Plus** s'associent et créent l'événement avec le **Prix RTL Auto Plus** des voitures du Mondial 2012. Pendant toute la durée de la manifestation, lecteurs et auditeurs peuvent voter pour leur voiture préférée dans quatre catégories (meilleure voiture de série, meilleure voiture verte, meilleur concept car et Voi-

ture préférée des enfants).

Pour chaque catégorie, une dizaine de véhicules sélectionnés par les rédactions de **RTL** et **Auto Plus** sont en compétition. A l'issue des votes (le 10 octobre à 17h), les quatre prix seront remis par **Christopher Baldelli**, président du directoire de **RTL** et **Ernesto Mauri**, président de **Mondadori France**, aux



Il a successivement occupé les postes de chroniqueur dans **"Laissez-vous tenter"** et de rédacteur-en-chef adjoint au service culture de **RTL** en 2010. Il fut par ailleurs animateur d'émissions de divertissement, notamment pour **"Le Grand Studio RTL"** (de 2006 à 2010), **"L'album RTL de l'année"** (depuis 2007) et à l'occasion d'émissions spéciales dédiées aux grands événements musicaux.

... 68 % ...

des podcasteurs ont écouté les contenus téléchargés à leur domicile en août 2012. L'écoute en déplacement reste cependant importante et a concerné 21 % des podcasteurs.

... OFF AIR ... OFF AIR ...

Jean Garetto, fondateur de **FIP** et créateur de **"L'Oreille en Coin"** est décédé le 14 septembre à l'âge de 80 ans ■ **Formation CFPJ** : voix et écriture (niveau 1) du 14 au 28 septembre ■ Après Le Mans et Toulouse, la 44ème station locale **France Bleu** sera créée en 2013 à **Saint-Etienne** ■ **RFI** : plusieurs syndicats protestent contre le projet de déménagement de la rédaction à Issy-les-Moulineaux ■ **Grand Jury** sur **RTL** : **Jérôme Chapuis** succède à Jean-Michel Apathie ■ **RTL2** a retransmis en direct ce 20 septembre à 21h le **"concert très très privé"** de **Gossip** au Petit Bain à Paris ■ **Fun Radio** annonce que le **concert Starfloor** du 20 octobre à Paris Bercy est complet ■ **Toulouse FM** : la station offre à un de ses auditeurs un forfait permis de conduire. Tirage au sort le 29 septembre dans **Happy Toulouse** avec Axel ■ **France Bleu** invente le **RER** (Reporter En Résidence) le **RER**, un correspondant, est placé au centre l'actualité locale ■ **François Saout** a été nommé **membre du C.T.A.** de la Réunion et de Mayotte pour une durée de 4 ans ■ **Virgin Radio** : Cyril Hanouna souhaite que **"La Danse de l'Epaule"**, musique diffusée dans son **Morning**, devienne le tube de l'hiver 2012 ■ **Mediatic Conseils** (Michel Colin) : **nouvelles formations commerciales inter-radios** du 15 au 19 octobre à Paris. Inscriptions via **radiopub.fr** ■ Le jury du **Grand Prix des Médias CB News** a décerné le prix de la **meilleure émission de radio 2012** à Manu dans le 6/9, le **Morning** de **NRJ**

... 40 ...

La marque **Fun Radio** dispose dorénavant de **40 fréquences en Espagne**. **Loca Fun Radio** promet la même recette que celle appliquée en France par les équipes de **Jérôme Fouquerey**. Objectif : le **Top 5**



constructeurs gagnants. La cérémonie aura lieu le vendredi 12 octobre, sur le **stand RTL** au salon de l'automobile, d'où sont réalisées les émissions de la radio en direct pendant toute la quinzaine. •



REELWORLD PRODUCTION DEVRAIT FAIRE RAPIDEMENT DE L'EUROPE SA RÉSIDENCE SECONDAIRE. UNE STRATÉGIE QUI SE CONCRÉTISE PAR L'OUVERTURE DE BUREAUX ET PAR LE RECRUTEMENT DE PROFESSIONNELS POUR COMMERCIALISER UN SAVOIR-FAIRE AUQUEL ONT DÉJÀ SUCCOMBÉ DES MILLIERS DE STATIONS.



Anthony Gay,
directeur Europe de Reelworld : "mes cinq conseils pour réussir un habillage"

01 Ayez un message clair.

"Le meilleur habillage du monde est inutile si vous ne savez pas ce dont votre auditeur doit en retenir. Limitez donc le nombre d'informations. Une seule information dans la plupart des cas".

02 Créez une émotion.

"L'émotion est le meilleur des plugins. Entendre un message est une chose, le ressentir est encore plus puissant. Si vous n'y parvenez pas, appuyez-vous sur mon conseil n° 3".

03 Apprenez à connaître vos auditeurs.

"Passez du temps avec eux, allez dans les endroits qu'ils visitent, faites ce qu'ils font... Vous serez surpris par ce que vous apprendrez et ils seront ainsi une source d'inspiration pour votre production".

04 Limitez le nombre d'effets.

"Vous n'allez pas dans un restaurant pour y manger toute la carte en un seul repas. De la même manière, vous n'avez pas à utiliser tous les settings de votre ordinateur pour toutes vos productions".

05 Donnez-vous du temps.

"Lorsque vous avez terminé un gros travail, laissez-le de côté durant 24h et revenez avec des oreilles nouvelles. Ne travaillez donc jamais trop proche de votre deadline, cela peut nuire à votre créativité". ■

IMAGING

Reelworld sur 1 600 stations

Crée en 1994, le célèbre studio implanté à Seattle poursuit son développement. Avec des sons, des rythmes et des textures qui ont fait et font encore sa signature, Reelworld s'impose comme un des studios le plus respectés de la planète. Pourquoi cette réussite.

Un conseil : n'allez pas dire à **Mike Thomas** le patron de **Reelworld** que les habillages que ses équipes produisent sonnent trop américains... "Reelworld est présent depuis 10 ans en Europe". Et depuis qu'en 2011 les américains ont débarqué à Londres, Mike Thomas poursuit son européanisation : "Reelworld dispose désormais d'un représentant aux Pays-Bas, en Espagne et prochainement en France et en Allemagne". Des implantations successives qui ne sont pas étrangères aux marchés obtenus ces derniers mois : "la suite de Production Vault CHR tourne sur plusieurs radios françaises comme NRJ, Scoop, FG. Nous avons livré une nouvelle série de jingles à Kiss FM et l'on peut également entendre nos réalisations sur RMC, Ado FM, Radio Côte d'Amour. Pour le reste de l'Europe, nous travaillons avec tous les grands groupes en Suède, Norvège, au Portugal et en Angleterre". Et comme le marché en Europe de l'Est est croissant, l'équipe de **Reelworld** commercialise dorénavant trois packs de jingles pour la station leader en Lettonie.

UNE ARME SECRÈTE ET UN DISCOURS RODÉ

Anthony Gay, le directeur de **Reelworld Europe**, insiste sur cette façon particulière de travailler, qui permet de marquer sa différence et de répondre aux exigences de chacun : "les stations américaines préfèrent la plupart du temps un gros son punchy alors que les programmeurs en Europe sont plus discrets et subtils". Produit phare de **Reelworld**, la librairie **Production Vault** : "mise à jour régulièrement, elle est disponible pour 8 formats différents. C'est l'arme secrète du producteur. Une fois que vous l'avez testée, il est difficile de faire sans". Et Mike Thomas d'ajouter que "la radio française ne ressemble à aucune autre" et ose même un comparatif avec un processus de "fabrication artisanale pour apporter une solution au client". Connu dans le monde entier, le studio de Seattle souhaite avant tout prouver qu'il n'en demeure pas moins accessible : "oui,



MIKE THOMAS : "NOUS TÂCHONS D'ÊTRE HONNÊTE AVEC LA MUSIQUE ET LES AUDITEURS"

nous servons la radio, toute la radio. Que vous soyez une locale ou une nationale, le traitement sera le même". La qualité a-t-elle un prix ? "Il est faux de dire que nous sommes chers. La vérité c'est que nous ne le sommes pas. Nous nous arrangeons souvent avec les radios pour qu'elles puissent acquérir l'offre Premium" explique **Mike Thomas**. Un discours, qui en l'espace de moins de 20 ans, a déjà convaincu **1 600 stations**.

REELWORLD : DES CASSEROLES SUR LE FEU

"En octobre nous allons sortir **4 nouveaux packs** et **2 nouveaux formats** dans le cadre de Production Vault. Nous travaillons également à l'élaboration d'une solution qui réunira tous nos produits sous le même toit. Je ne peux pas trop entrer dans les détails mais je dirai que le résultat fusionnera la technologie et le workflow et facilitera l'utilisabilité." •

CONTACTS
REELWORLD ReelWorld Productions
5429 Russell Ave. NW Suite 201
Seattle, WA 98107 - USA
Tél. 206.448.1518
www.reelworld.com



**POLTERGEISTS, SORCIERS, CONSPIRATION-
NISTES, EXTRA-TERRESTRES,
HYPNOTISEURS, MÉDIUMS, CHASSEURS DE
FANTÔMES... CES SUJETS SUSCITENT
TOUJOURS AUTANT LA CURIOSITÉ DES
AUDITEURS. ENTRE DEUX TUBES R'N'B, LA
STATION ADO FM S'EST ENGOUFFRÉE DANS
LA BRÈCHE.**

TALK SHOW

Da Vinci Bob

Celui qui incarnait le personnage de **Bob le Cinglé** sur **Skyrock**, encore une fois, posé ses valises là où personne ne l'attendait. Depuis la rentrée, il anime chaque soir sur **Ado FM** un talk show intitulé *Toute la Vérité*. Et de se justifier : "J'ai toujours aimé me démarquer... Et, je ne peux plus faire du pousse-disque. J'ai 47 ans, j'ai besoin de réaliser des émissions à contenu. J'avance donc au gré des opportunités". Pour ce qui est de se démarquer, Bob Bellanca a visé juste avec un concept dénommé *Coast to Coast* et importé des Etats-Unis : "un vrai carton aux USA, un talk show sur les phénomènes paranormaux. 800 stations diffusent cette émission. J'ai rencontré le producteur et j'ai adapté le concept pour Ado". Expériences paranormales, extraterrestres, sorcellerie, voyance, conspirations, sociétés secrètes... Des thématiques quasiment inépuisables et paradoxalement **rarement adaptées de cette façon sur une radio**. "C'est un peu le *Da Vinci Code*" plaisante **Bob Bellanca** qui a néanmoins vite fait de vous rappeler qu'il est "très cartésien" et qu'il n'est là que "pour que l'auditeur se fasse sa propre opinion".

BOOSTER L'AUDIENCE

Précisons que **Bob Bellanca** n'est pas seulement animateur. Il est également **producteur de ses émissions** via sa société **Bob Productions** ce qui lui permet de maîtriser depuis 2004, et de A sa Z, sa présence à l'antenne. Approché par **Sud Radio Group**, **Bob Bellanca** évoque désormais "un vrai challenge. Ado n'avait jamais proposé de talk show en soirée. Et, on constate depuis longtemps que la musique ne fédère plus après 21h. L'auditeur souhaite être interpellé et participer". Côtés coulisses, il semblerait que **Christophe Dalence** le coordinateur d'Antenne soit déjà très satisfait du buzz provoqué sur les réseaux sociaux et des premières retombées. Deux catégories d'auditeurs sont visées : "les septiques et ceux qui y croient" précise **Bob Bellanca**. "Notre cible : les 15 - 25 ans qui correspondent aussi à la cible de la station". Des jeunes très gourmands de ces phénomènes, les films du genre le prouvant d'une année sur l'autre. L'animateur et son



"TOUTE LA VÉRITÉ": LE TALK SHOW DE BOB TOUS LES SOIRS SUR ADO FM

équipe disposent d'une **marge de progression considérable** : "actuellement les scores sont anecdotiques. Nous ne pouvons que progresser". D'autant que *Toute la Vérité* est aussi diffusée via le site de la radio grâce à un stream vidéo : l'auditeur devient un témoin direct dès la tombée de la nuit... Reste à reconstituer en studio l'ambiance adéquate.

INVOCATION DES ESPRITS ET HYPNOSE D'UN AUDITEUR...

"Tous les soirs à partir de 21h, je reçois des invités des experts, des témoins, des passionnés" se plaît à rappeler **Bob Bellanca**. Et l'animateur de multiplier en direct les expériences : une séance de spiritisme, une autre d'hypnose d'un auditeur, une consultation de voyance. "Je dédramatise, je vanne, je propose des révélations incroyables... Cette émission est un vrai bonheur". Un vrai bonheur qui nécessite néanmoins un important travail en amont : "je suis un gros bosseur. Je ne vais jamais à la radio la fleur au bout du fusil. L'antenne, c'est la cerise sur le gâteau. Le gâteau ce sont toutes ces heures de préparation". Une imposante préparation qui devrait finir par payer. Pour en être presque certain, **Bob Bellanca** devrait le demander à l'un de ses voyants et médiums qui collaborent chaque soir au futur succès de talk show... •

RELATIVEMENT DISCRET, BOB TRAVERSE LES DÉCENNIES



BIO EXPRESS

Bruno Bellanca débute la **radio pirate** à l'âge de 15 ans. Premier salaire en 1981. Il passe par **Fugue FM** à Compiègne. Il arrive en 1989 sur **Skyrock** et signe plusieurs émissions dont le Morning sous le pseudonyme de **Bob le Cinglé**. Débauché par **Axel Duroux**, il débarque sur **Fun Radio** au Morning (Bob, Isa et Martin) et passe de 50 000 auditeurs au ¼ d'heure à 600 000 en quelques mois. Bifurque par **Fun TV**, **M6**, puis **France 2**... S'essaye à la scène puis rejoint **Ouï FM**. Il intervient comme professeur à **Studec**. En 2013, **Bob Bellanca** fêtera ses 30 ans (rémunérés) de radio... ■



CONTACT

Ado FM
167 rue Chevaleret
75013 Paris
Tél : 08-25-846-845
www.adofm.fr



CONTENU

Quand rentrée rime avec nouveautés

Moins d'un mois après avoir fait leur rentrée, sept radios indépendantes ont accepté de faire le bilan de ce début de saison. Le point commun de toutes ces rentrées ? Beaucoup de nouveautés. Un signe de bonne santé pour les régionales.



KYEL, CLARISSE ET MATHIEU AUX COMMANDES DE LA SWEET FAMILY, TOUS LES SOIRS DE 21H À MINUIT



OLIVIER CORDIER A MULTIPLIÉ LES NOUVEAUTÉS ET LES CHANGEMENTS SUR KISS FM

SWEET FM — WILFRID TOCQUEVILLE (DIRECTEUR)

"Forts de la progression d'audience du dernier sondage (+21%) c'est avec enthousiasme que nous avons lancé la nouvelle grille. Les rendez-vous phares de l'année dernière restent en place, nous avons néanmoins renforcé l'effectif de la rédaction et mis en place des émissions interactives le soir. Les premiers retours sont très encourageants".

KISS FM — OLIVIER CORDIER (DIRECTEUR DES PROGRAMMES)

"Nous avons fait de profondes modifications à tous les niveaux. Une grille entièrement remaniée avec de nouvelles voix et un Morning très travaillé et très fourni. Un nouvel habillage d'antenne par Reelworld. La mise en place d'une étude musicale confiée à Hyperworld sur un an. Un format musical qui est passé du CHR au Hot AC".

MiXX Radio.



PASCAL THOMAS MISE SUR L'INFO ROUTE EN TEMPS RÉEL ET DISPOSE D'UNE COMMUNAUTÉ TRÈS RÉACTIVE

MIXX RADIO — GILLES BERNY (DIRECTEUR)

"C'est une rentrée dans la continuité. Nous sommes dans une région viticole. Et ici, nous avons coutume de dire que lorsque le cognac va, tout va. Vous dire que les annonceurs se bousculent, cela serait exagéré mais ils sont fidèles. Notre objectif ? Passer de 50 000 à 60 000 auditeurs/jour. Un regret ? L'abandon de la RNT car nous y croyons toujours énormément..."



GÉRALD BOUCHON : "NOUS DÉVELOPPONS L'ACTU ÉCONOMIQUE AVEC LYON BIPOLE, UN DES PÔLES DE COMPÉTITIVITÉ LYONNAIS"

FLASH FM — PASCAL THOMAS (DIRECTEUR)

"Nous enregistrons une constante progression de notre audience depuis plusieurs années. Nous avons atteint l'objectif que l'on s'était fixé : 20 000 auditeurs/jour à Limoges. Nous avons lancé un talk interactif le vendredi soir : "Week-end Flash". Pour cette saison, poursuivre ce qui fait notre force : l'interactivité. Objectif : se rapprocher de nos concurrents. Mais avec une fréquence, c'est plus compliqué."

LYON PREMIÈRE — GÉRALD BOUCHON (DIRECTEUR)

"Nous renforçons les rendez-vous "routes" le matin. Notre priorité est de renforcer notre image sur Lyon... Cela passera par une ou deux campagnes de publicité dans les transports urbains de la ville (réseau de bus). Renforcer notre auditoire en particulier sur la tranche matinale 6h - 10h. Et, passer de 74 000 à 100 000 auditeurs/semaine".



RÉSONNANCE : 1ÈRE RADIO INDÉPENDANTE DE HAUTE-NORMANDIE

RÉSONNANCE — FRANCIS DELAFOSSE (DIRECTEUR)

"Toujours plus de proximité, renfort de la rédaction pour plus d'infos trafic, d'infos loisirs, et flashes régionaux, 7 jours sur 7. Les auditeurs assisteront à plus de concerts gratuits. Succès sur les jeux et les réseaux sociaux avec plus de 150 000 SMS depuis janvier. Musicalement, on garde la dynamique, l'objectif : rester leader sur la zone historique et décrocher un podium sur Le Havre".



JEAN-MARIE AUCLAIR MISE SUR LA L'INFO LOCALE ET L'INTERACTIVITÉ

RMB — JEAN-MARIE AUCLAIR (CHEF D'ANTENNE)

"Nous constatons un intérêt certain des auditeurs pour les nouvelles émissions que sont "10h/Midi service compris" et "RMB Express" l'après-midi, deux émissions complémentaires et qui jouent beaucoup sur l'interactivité. Le 6/9 basé sur l'info locale avec une nouvelle présentation des journaux est aussi concluant. Objectif : renforcer l'auditorat de Montluçon intra-muros".



MY Conseils
CAPTEUR D'AUDIENCE

www.myconseils.fr
06.16.06.79.31

Votre formation DIF

- Mieux travailler les contenus de proximité
- Optimisation des techniques d'animation
- Journaliste en radio musicale
- Optimisation des techniques journalistiques
- ...

Musclez vos contenus !

MÉMOIRES

L'énigme Brunet s'en est allée ...

Par Michel Brillié



MICHEL BRILLIÉ ANIMATEUR DU CÉLÈBRE "SALUT LES COPAINS" ET ANCIEN DIRECTEUR DES PROGRAMMES D'EUROPE 1 REVIENT POUR LA LETTRE PRO DE LA RADIO SUR LA COMPLICITÉ QUI L'UNISSAIT À CLAUDE BRUNET. MICHEL BRILLIÉ A ÉGALEMENT TRAVAILLÉ POUR RMC. IL A AUSSI OCCUPÉ LE POSTE DE DIRECTEUR DES PROGRAMMES DE LA CHAÎNE ITÉLÉ.

Récemment décédé, Claude Brunet restera comme celui qui inventa la programmation musicale. Si, dans la jeune génération, peu le connaissent, les jeunes loups feraient bien de s'inspirer de sa carrière au millimètre et de la façon dont il fit la radio.

Claude. Brunet. Il fut un temps où l'on était tellement associés dans toutes les aventures radio que **Sylvain Floirat**, le président fondateur d'**Europe 1**, m'appelait Brunet. Je ne saurais jamais si l'inverse était valable, s'il s'adressait à "*Claude Brillié*"... Claude fut un compagnon de route, un vrai. Tout commence en 1969 dans le bureau de **Lucien Morisse**. Je rentre, il y a là un type, les cheveux jusqu'au cou, un nez aquilin, bourbon. Un nez de buveur de calva. Le type ne dit pas 3 mots. Lucien me dit avec sa gouaille faubourienne : "*Coco, je viens d'engager Claude, pour faire la programmation de Campus. Vous verrez, (il nous vouvoyait) il connaît bien la pop music. Je l'ai trouvé dans une boîte à Deauville. J'espère que vous vous entendrez bien ensemble*". C'est ainsi que Claude est entré à **Europe 1**. Il y est resté, ou revenu pendant plus de 40 ans.

CLAUDE BRUNET IMPOSE LA PLAYLIST

Au départ de **Siégel**, en 1974, tout le monde prend du galon et Claude se voit confier la direction de la programmation. Dans l'équipe de René Cleitman, le nouveau directeur des programmes confirmé par le nouveau président **Jean-Luc Lagardère**, le normand va montrer son sens des arcanes de la diplomatie dans ce métier à hauts risques déontologiques. Il impose une politique transversale de programmation musicale sur toute l'antenne : la playlist. Avec une rigueur affirmée, Claude ne se fait pas que des amis dans le show business. Avec l'équipe de René – Claude, **Jean Loup Lafont**, **Jean Claude Buchez**, **Jacques David**, et moi – il est l'artisan de la grande gloire d'**Europe 1**, consacrée 1ère radio de France en 1981 avec 27% d'audience cumulée... Ses responsabilités artistiques incluent aussi les diffi-



CLAUDE BRUNET AU PREMIER PLAN EN 1974

ciles rapports avec les stars de l'antenne : **Jacques Martin**, **Hubert Wayaffe**. L'alternance politique de 1981 bouleverse l'organigramme d'**Europe 1**. René et son équipe quittent la radio, et Claude va alors passer plusieurs années dans le monde de l'édition musicale, notamment comme Directeur Général de **RCA/Ariola** et de **BMG**.

TOUJOURS ET ENCORE LA RADIO

Il va revenir à la radio par la grande porte, en 1995, au poste de directeur des programmes. Claude va rester associé au groupe Lagardère jusqu'au bout. Consultant pour **Europe Développement International**, Il va monter et diriger les deux stations du groupe en République

Tchèque, **Fréquence 1** et **Europe 2**.

Claude avait néanmoins un regard un peu désabusé sur l'évolution du média : "*la radio a changé de nature. Aujourd'hui ce qui est important, c'est la cible, plus le produit. C'est un support, ce n'est plus*

de l'artistique. La radio est un phénomène qui montre son inutilité : il faut plus travailler le contenu, musical ou éditorial. Quant au format talk, entre tendance populiste ou réflexion/ distraction, le choix est mince... Quant à moi, amener et faire peur à une population, ça ne m'intéresse pas". Lucide, séducteur, fin politique, parfois manipulateur et cynique, Claude reste ce personnage secret, voire renfermé, que j'ai côtoyé pendant plusieurs décennies, et qui reste encore énigmatique... C'est sans doute mieux comme ça. • **M.B.**



SEPTEMBRE 1973 : LE TEMPS DE L'INSOUCIANCE ET LE DÉBUT D'UNE EXTRAORDINAIRE AVENTURE



HYPERWORLD
MARKETING
Leader de la recherche musicale



COMÉDIENNE

Une voix / Un visage

Voix féminine de la station RTL2, la voix de Corine Versini s'entend durant le Morning, le 17/20 et l'émission phare de la radio : Pop Rock Station By Zégut. Elle prête aussi sa voix aux OP de l'antenne nationale ainsi qu'à celles des locales. Elle avoue "se remplir la voix des choses de la vie, écouter, voir, sentir ce qui se passe, partout..."

LLP - Dans votre carrière de comédienne, à quel moment vous avez compris que votre voix était un outil et comment s'est faite votre première séance de voix enregistrée ?

CV - C'est un peu grâce aux autres que j'ai fait ce métier. J'ai commencé à 16 ans par la radio et le théâtre et ensuite, c'est allé tout seul. Au début, ça me semblait facile ensuite plus j'avanciais, plus je réalisais la complexité du métier. La radio m'a ouvert d'autres perspectives, pas seulement le travail du jeu, de la voix mais la présence de l'autre sans l'autre, l'importance du sourire, de la force du message ou d'une phrase en dehors de toute œuvre récitée ou jouée. Ma première "vraie" pub (sans support radio) a été très rapide : 5 ou 7 mots en signature d'un spot TV pour lancer le DVD d'un top model. J'y pense à chaque fois que je vais dans un studio pour la première fois. Le contrat en pub n'est pas le même, il n'y a pas le temps pour du recul comme avec l'habillage d'une radio ou d'une télé.

"J'ai besoin d'admirer les personnes avec et pour lesquelles je bosse"



teurs et auditeurs. D'ailleurs, depuis 10 ans, ils m'encouragent dans ma personnalité et mon travail. J'ai besoin d'admirer les personnes avec et pour lesquelles je bosse, d'un regard fort sur ce que je propose et c'est ce qu'elles m'apportent.

Je crois qu'on ne se prépare pas juste pour un enregistrement. Derrière ce qui paraît facile, il y a du travail d'entretien de l'instrument voix fragile mais fort d'une technique qu'on acquiert : le chant m'a aidé en précision et en rigueur vocale, je sais mieux comment je fonctionne.

LLP - Pour un acteur, est-ce que l'enregistrement d'un habillage d'une radio requiert une préparation particulière ?

CV - Être voix d'antenne, c'est incarner l'identité, la couleur d'une station, coller à ses évolutions. Il y a 10 ans, Jean-Philippe Parienté m'a appelée pour un casting à RTL2 : Francis Zégut voulait un habillage particulier pour son émission rock, j'étais dans mon élément. Puis, j'ai enchaîné l'habillage de la station en duo avec Patrick Kuban, dont j'aime le travail, la bienveillance et la personnalité.

Pour moi, c'est un travail d'équipe, d'écoute et d'expérience aussi car pour cet exercice, contrairement à l'animateur ou à l'acteur, j'incarne un produit, je n'apparais pas, je suis au service d'une antenne : animateurs, producteurs, direc-

LLP - Quelle sont votre actualité et vos projets ?

CV - Je continue l'aventure RTL2 avec Patrick Kuban, de nouveaux concerts et rencontres, avec une proximité marquée entre auditeurs et artistes Pop-Rock. L'aventure Planète + continue avec Yann Arribard, de nouveaux directeurs et des BA plus épurées. Avec Yann on compte les années en duo sur cette chaîne, c'est chouette. Ça permet du recul sur le boulot ou tout simplement le stress des changements. Côté pub et promos, des studios et régies Pub (Radio France Publicité, Zéro DB, Pikel...) et des clients (Inter-sport, Art & décoration, Domino's Pizzas...) me font confiance cette saison encore et pour certains depuis des années, je me sens très chanceuse. •



CONTACT

Les Voix
06-09-76-80-93
presse@lesvoix.fr
www.lesvoix.fr



LES VOIX.FR

association professionnelle
des comédiens artistes-interprètes
de la voix enregistrée

INFO. PLUS

Une voix / Un visage, une série de rencontres en partenariat avec Les Voix, association de comédiens professionnels et un site de référence de la voix off.

Toutes les infos : www.lesvoix.fr ■

PORTRAIT

Agathe Lecaron : très tôt, trop top

ELLE ANIME AVEC BRIO LE MORNING DE RTL2. PASSÉE PAR NRJ ET BEL RTL EN BELGIQUE, AGATHE LECARON S'EST PROGRESSIVEMENT INSTALLÉE DANS LE PAYSAGE RADIOPHONIQUE FRANÇAIS. UNE VRAIE PASSIONNÉE... ET IL FAUT L'ÊTRE CHAQUE MATIN, DÈS 6H DU LUNDI AU VENDREDI.



CONTACT

RTL2
24, rue Bayard
75008 Paris
agathe.lecaron@rtl2.fr
www.rtl2.fr



UNE GRANDE COMPLICITÉ EXISTE ENTRE AGATHE ET CHRISTOPHE

Suite de la Une

Petits rituels avant la grande cérémonie du matin : "oui, j'ai mes habitudes... J'arrive, je bois un verre d'eau, je sors mon cahier, j'allume la bouilloire... C'est une atmosphère très particulière car c'est durant ce créneau que tout se passe à la radio". Agathe et Christophe forment l'un des derniers duos mixtes officiant sur ce créneau sensible. Ailleurs, les équipes d'une dizaine de personnes et les anchormen ont gagné en présence.

DE L'HUMEUR. PAS DE L'HUMOUR

Agathe Lecaron reconnaît néanmoins que Christophe Nicolas demeure le chef d'orchestre du Morning : "il annonce et désannonce les titres et nous savons très bien tous les deux que, sur RTL2, la musique demeure la star". Pour Agathe : "Christophe Nicolas est une vraie rencontre dans ma vie. Et je vous dirai qu'il faut s'aimer à 6h du matin sinon cela devient très vite l'enfer". Mais la vie des deux animateurs s'arrête au même moment que le Morning se termine. Chacun vaque à ses occupations : "nous nous envoyons des mails, des SMS, des vidéos... on ne perd jamais le contact" assure Agathe Lecaron qui enchaîne 3 jours par semaine les tournages du magazine "On n'est pas que des Cobayes" sur France 5.

Entre 6h et 9h, les rôles de chacun sont relativement bien distribués : "vu le contexte actuel, nous avons beaucoup de chance de travailler sur RTL2 avec Guillaume Piau (NDR - le directeur d'antenne) et notre binôme est équilibré". Force est de constater que sur la station Pop Rock, le duo du matin vend de l'humour et pas de l'humour. La différence est de taille même si Agathe avoue être devenue un peu plus potache au fil des années.

OÙ SONT LES FEMMES ?

"A la radio, les filles sont réduites à parler de la météo, du trafic et certaines ont droit à un petit billet d'humour" constate Agathe Lecaron. L'animatrice sait aussi que cette façon de faire trouve son origine dans les études marketing : "je m'incline devant ces études qui prouvent que l'auditeur



CHRISTOPHE ET AGATHE : UN DES DERNIERS BINÔMES SUR UNE MUSICALE

souhaite être réveillé et accompagné le matin par une voix masculine" souligne Agathe Lecaron qui espère néanmoins qu'un directeur d'antenne aura, un jour, le courage de confier le 6/9 à une femme.

A 38 ans, cette grande blonde trépigine d'impatience car elle sait déjà qu'elle pourra animer le Grand Morning de RTL2 ailleurs que depuis les studios parisiens : "en novembre, nous délocaliserons le Morning au Mans puis en janvier à Avoriaz. Je crois beaucoup à ce rapprochement avec l'auditeur et croyez-moi, je pousse pour que l'on prenne souvent ce genre d'initiatives. Je crois beaucoup au local".

PAROLES D'AGATHE...

"De septembre à juin, je passe ma vie à courir après le sommeil. Le plus dur est de m'endormir. Je me couche vers 21h et je me lève chaque matin à 4h40. J'angoisse en permanence vis-à-vis du sommeil car pour être une bonne animatrice, il faut donner de l'énergie. J'ai essayé les plantes, le sport... mais rien n'y fait. C'est un rythme qui impacte directement sur ma vie familiale. Le pire ? C'est le lundi et le mercredi. Les journées sont longues surtout lorsque j'enregistre mon émission On n'est pas que des cobayes pour France 5. Autrement, je l'avoue, chaque matin, je prends quand même la direction des studios en chantant". •



AUTOMATION

TDF avale Yacast Media

Par Véronique Zelmann

En juin dernier, le Groupe TDF, via sa filiale SmartJog, annonçait le rachat de Yacast Media. Explications de Matthieu Bourgue, directeur de la division CDN de SmartJog et focus sur les services apportés aux radios.

LLP - Pouvez-vous nous présenter les activités et services de Yacast Media ?

MB - Yacast Media, comme **SmartJog**, est une société dont l'activité consiste à diffuser sur Internet, vers tous les équipements connectés (smartphones, tablettes, PC...) les contenus audio/vidéo des chaînes de télévision et des radios. Les services reposent sur une plateforme de diffusion live et "on demand" de ces contenus dont le format est préalablement adapté pour qu'ils soient visionnés sur ces différents supports. Les systèmes mis en oeuvre sont des composants **logiciels et matériels**. Le réseau ainsi constitué permet de diffuser les contenus demandés par les internautes à partir de serveurs localisés aux plus près de ces derniers, et pilotés de façon dynamique **par le système CDN**. Ces technologies permettent de fournir les contenus dans des temps compatibles avec les attentes des utilisateurs les plus exigeants au contraire de l'Internet classique qui fonctionne en mode "best effort".

LLP - Pourquoi intégrer le Groupe TDF ?

MB - L'acquisition de Yacast Media par SmartJog s'inscrit dans la stratégie de développement du Groupe TDF afin de compléter les services de gestion de contenus et de diffusion hertzienne, avec la diffusion de médias audiovisuels **vers tous les terminaux connectés**. La consolidation des références clients de **SmartJog et Yacast Media** fait désormais de SmartJog l'acteur majeur sur le marché français du CDN pour les médias audiovisuels. Les clients de Yacast Media pourront **migrer progressivement sur le CDN de SmartJog**, et bénéficier d'une architecture réseau distribuée sur une vingtaine de points de présence en France (Bordeaux, Lille, Lyon, Paris, Marseille, Rennes et Strasbourg) et en Europe (Amsterdam, Budapest, Francfort, Munich, Stockholm, Oslo),

leur permettant ainsi de disposer **d'une capacité de diffusion inégalée**.

LLP - Qu'apporte la mutualisation de vos CDN aux radios ?

MB - La mutualisation de nos CDN conforte notre position d'interlocuteur privilégié vis à vis des opérateurs de transit et les fournisseurs d'accès à Internet, avec lesquels SmartJog négocie des accords d'interconnexion, en contrepartie **d'une qualité de service garantie**. Notre ambition est, en effet, de proposer à nos clients des conditions de diffusion qui permettent à l'utilisateur final

" Notre plateforme permet de diffuser selon l'ensemble des formats souhaités pour tous les modes de diffusion possible. "

une **qualité d'expérience comparable à celle de la diffusion "broadcast"** en rupture avec le modèle "best effort" qui reste aujourd'hui la règle sur Internet. Par ailleurs, les équipes de **Yacast Media** viennent grossir nos propres équipes de support et de développement,

renforçant notre capacité actuelle d'une quarantaine de personnes à innover en permanence pour proposer à nos clients radio des solutions novatrices et **les accompagner ainsi durablement** au cœur de la révolution à l'oeuvre dans la diffusion sur Internet vers tous les terminaux connectés.

A date, notre plateforme permet de diffuser selon l'ensemble des formats souhaités (icecast, MP3, shoutcast...) **pour tous les modes de diffusion possible** (live, "on demand", podcast...). Nous offrons également **des services à valeur ajoutée** (statistiques en temps réel à visée éditoriale : durée d'écoute moyenne, webradios les plus écoutées, audience instantanée, tendances...). Nous avons également intégré au sein de notre plateforme **la solution Adswizz** qui permet d'insérer des séquences publicitaires à n'importe quel endroit des émissions diffusées. Nous travaillons, d'ailleurs, à régionaliser ces flux en fonction de l'origine de la demande pour permettre la **diffusion de contenus encore plus ciblés**.

Enfin, à l'occasion de l'opération, nous avons conclu **un accord avec la société Yacast** (maison mère de YacastMedia) pour pouvoir **disposer des différentes métadonnées** (pochettes, bio...) dans la fourniture desquelles cette société est spécialisée.. •



MATTHIEU BOURGUE,
DIRECTEUR DE LA DIVISION CDN DE SMARTJOG

CONTACTS

Smartjog

27, bd Hippolyte Marqués
94200 Ivry-sur-Seine
matthieu.bourgue
@smartjog.com
www.smartjog.com





La Lettre Pro RADIO & médias		HYPER TOP 20		HYPERWORLD MARKETING		
Semaine 36						
Notoriété, Meanscore et Usure des titres les plus diffusés à la radio						
Rang Meanscore	Evolution dans le rang*	Artistes	Titres	Notoriété (%)	Meanscore / Familiers du titre de 1 à 100	Usure (%)
1	→	Carly Rae Jepsen	Call me maybe	95	84	12
2	↗	Birdy	Skinny love	99	83	17
3	↗	Maroon 5	Payphone	97	80	12
4	↘	Gotye, Kimbra	Somebody that i used to know	98	80	10
5	↗	Will.I.Am, Eva Simons	This is love	86	77	12
6	E	Selena Gomez, The Scene	Love you like a love song	67	76	8
7	E	Train	Drive by	95	76	15
8	↘	Flo Rida	Whistle	86	74	19
9	↗	Chris Brown	Don't wake me up	75	74	9
10	↗	Simple Plan, Sean Paul	Summer paradise	91	74	10
11	↗	R.I.O, Nicco	Party shaker	90	73	12
12	↗	José De Rico, Henry Mendez	Rayos de sol	82	73	16
13	E	Fun, Janelle Monae	We are young	77	72	7
14	↘	Nicki Minaj	Pound the alarm	89	71	11
15	↘	Pitbull	Back In Time	90	71	13
16	↗	Emeli Sande	Next to me	89	70	11
17	E	Alex Ferrari, DeeJay Trip, Giulietto	Bara bara bere bere	82	69	13
18	↘	Shakira	Addicted to you	85	68	8
19	E	David Guetta, Sia	She wolf (falling into pieces)	50	65	6
20	E	Dj Mam'S, Jessy Matador, Luis Guis	Zumba he zumba ha	88	61	8



Call online national Hyperworld Marketing. 20 titres les plus diffusés en radio semaine du 3 au 9 septembre 2012 (source Kantar Media. Panel de 38 stations Kantar Music). 252 répondants entre 15 et 49 ans, France métropolitaine, auditeurs réguliers de stations musicales. Enquête en ligne du 14 au 17 septembre 2012. Stratification sexe âge et régions UDA. Résultats nationaux. *Evolution versus rang précédent. Résultats également disponibles sur d'autres cibles.. Contact : adesaintroman@hyperworld.fr

Classement dance/pop

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

105 FM - ITALIE

Artiste	Titre	Diffusions*
ASAF AVIDAN AND THE MOJOS	ONE DAY (RECKONING SONG)	34

Couleur 3 - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
WILLY MOON	RAILROAD TRACK	2013

Energy Dance - ALLEMAGNE

Artiste	Titre	Diffusions*
PSY	GANGNAM STYLE	37

KTU - ETATS-UNIS

Artiste	Titre	Diffusions*
Afrojack & Shermanology	Can't Stop Me	25

Radio Fribourg - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
ROBBIE WILLIAMS	CANDY	19

ROUGE FM - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
ASAF AVIDAN THE MOJOS	ONE DAY	20

Z100 NEWYORK - USA

Artiste	Titre	Diffusions*
PSY	GANGNAM STYLE	14

* Nombre de diffusion des 14 derniers jours

Classement dance/pop

Le Hit des Clubs du 15/09/2012		
1	▶	Tacabro (H&M MUSIC LABEL/-)
2	▶	R.I.O Feat Nicco Party Shaker (HAPPY MUSIC/-)
3	▲	Nicki Minaj Pound The Alarm (DEF. JAM France/UNIVERSAL)
4	▶	Rihanna Where Have You Been (DEF. JAM France/UNIVERSAL)
5	▲	Alex Ferrari Bara Bere (PLAY ON/-)
6	▲	David Guetta Feat Sia She Wolf (VRGN GROUP/EDW)
7	▶	Bob Sinclar Groupie (BARCLAY/UNIVERSAL)
8	▶	Busta TBaue You (SPINN RECORDS/-)
9	▲	WILL.I.Am Feat. Eva Simons This Is Love (POLYDOR/UNIVERSAL)
10	▲	Keen V No We Au Sokel (YPI/-)
11	▲	Steve Aoki Feat Kid Cudi Pursuit Of Happiness.2012 (DEF. JAM FRANCE/UNIVERSAL)
12	▶	Gustavo Lima Babada Boa (MERCURY/UNIVERSAL)
13	▲	Luke Jeferson Vs Djette Almy Pump Up The Jam.2012 (CLUB SOUND/MY CLUBBING STORE)
14	▶	Michel Tejo Ai Se Eu Te Pego (MERCURY/UNIVERSAL)
15	▲	Khalid C'est La Vie (AZ/UNIVERSAL)



Publié tous les Samedis à 20h sur DJBUZZ.com après sa diffusion à l'antenne. Ce classement est réalisé à partir des playlists de 600 DJs membres



N°24 - 21 SEPTEMBRE 2012



DIGITAL

Radio France en mode nouveaux médias

La saison 2012-2013 de Radio France sera l'année des nouveaux médias ou ne sera pas. De la création de nouvelles applications au renforcement de l'offre sur les réseaux sociaux, Radio France veut rassasier les internautes et les mobinautes, et donc, accroître ses audiences.

"Radio France doit innover pour progresser en particulier dans ce contexte de crise" a souligné **Jean-Luc Hees** lors de la conférence de rentrée de Radio France, le 4 septembre dernier. "Mon rôle est de faire en sorte que cette maison continue de s'adapter parce que je crois que l'immobilisme serait mortifère. Technologies et contenus doivent prospérer ensemble" a-t-il insisté. Le capitaine a défini le cap. Reste aux équipes à manœuvrer : "on ne nous écoute plus uniquement à travers le mode de diffusion historique" a précisé **Joël Ronez** directeur des nouveaux médias de Radio France. Et d'ajouter que "tous les autres supports représentent une part d'audience de plus en plus grandissante. Nous sommes donc en permanence en train de nous adapter à un monde qui change". Cette adaptation se concrétise par de très nombreuses nouveautés. Et chaque station a sa part du gâteau...

PARTOUT, PLUS FACILEMENT

D'abord **France Bleu** qui marque une nouvelle fois sa différence avec la mise en ligne d'un site collaboratif et participatif où "chaque internaute peut devenir l'œil de sa ville" ou de son village en publiant ses photos et ses vidéos de l'actualité locale. Baptisé *Votre Vu d'ici* (votrevudici.francebleu.fr), le site est modéré par une équipe dédiée de journalistes. Deux possibilités pour l'internaute : créer un compte personnel ou lier son profil Facebook afin d'y partager ses publications. **France Bleu** mise également sur le renforcement de son offre sur les réseaux sociaux. **Philippe Chaffajon**, le directeur général, a annoncé la mise en ligne du nouveau site de France Bleu (prévue fin novembre), site doté d'informations géolocalisées, de petites-annonces des auditeurs et d'une météo locale. De nouvelles applications devraient être aussi proposées "dans le courant de la saison". Autre projet pour **France Bleu** : la collecte des souvenirs des auditeurs ayant vécu le **Tour de France** autour d'un travail contributif via le net.



UNE REFONTE DES LOGOS POUR FACILITER L'ACCÈS AUX APPLIS

INNOVATION ET CRÉATION

Nouvelle *Home Page* pour le site de **France Inter**. Une cure de jouvence afin de simplifier l'accès aux émissions et au rattrapage (Radio France représente aujourd'hui 50 % du marché du podcast en France). Objectif : faciliter la lisibilité de l'information grâce à un nouveau rubrique. En parallèle, la refonte du site de **France Info** s'appuie sur le même modèle. On notera la mise en ligne prochaine du site concertsenvideo.radiofrance.fr. Un site construit en **Responsive Design** conçu pour s'adapter à toutes les tailles d'écran. Site qui permet à l'internaute de retrouver l'ensemble des concerts produits, ou en partenariat, avec **Radio France**.

A ces nouveautés viendront s'ajouter trois nouvelles applications avec une nouvelle charte graphique (créées par l'agence Leg) : l'application **RF Podcasts**, **RF Football** (pour vivre en direct les matches depuis tous les stades) et l'application **MP 2013** (Marseille Provence, capitale de la culture). Enfin, **Radio France** lancera une nouvelle plateforme dans le courant de l'année 2013. Un outil qui encouragera la rencontre entre l'internaute et la gigantesque discothèque de Radio France. Une manière d'accéder à ce très riche contenu musical.

UNE NOUVELLE CHARTE DIGITALE

Symboles communs de la **Maison de Radio France**, les logos connaissent eux aussi une cure jeunesse grâce à un code couleur identifiant chaque radio et à une clarté graphique qui permettent désormais d'identifier toutes les productions numériques de Radio France sur les différents supports... •

APPLICATIONS, REFONTE DES SITES INTERNET, MOBILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX... RADIO FRANCE A PRIS CONSCIENCE DE L'IMPORTANCE DES NOUVEAUX MÉDIAS POUR MIEUX SE POSITIONNER ET GAGNER DES AUDITEURS. UN VASTE CHANTIER QUI N'EN EST QU'À SES DÉBUTS...



JEAN-LUC HEES FIER DE SES ÉQUIPES ET DE SES STATIONS



VOTRE VU D'ICI : UN NOUVEAU SITE COLLABORATIF POUR RENFORCER LA PROXIMITÉ DE FRANCE BLEU

PUBLICATION

L'interactivité : l'envers du décor

DES AUDITEURS À L'ANTENNE, C'EST BIEN. MAIS DES AUDITEURS PATIENTS, POLIS ET SAGES, C'EST ENCORE MIEUX. CES SIGNES NE TROMPENT PAS : LA RADIO S'INTERROGE SUR LES RETENTISSEMENTS DE L'INTERACTIVITÉ. REDOUTERAIT-ELLE LES CONSÉQUENCES LIÉES À UN POSSIBLE DÉRAPAGE ?



La commission de réflexion sur l'évolution des programmes du CSA vient de publier une étude particulièrement intéressante sur l'interactivité en radio. Qu'il s'agisse des musicales ou des généralistes, la relation avec l'auditeur n'a jamais été aussi forte. Aussi forte que la crainte d'un dérapage à l'antenne...

Quel professionnel n'a jamais redouté un dérapage d'un auditeur à l'antenne ? Rares sont ceux qui avoueraient le contraire. Nombreux sont ceux qui appréhendent en coulisses l'onde de choc que provoquerait des propos d'un auditeur ou pire d'un animateur. Cadenasser l'auditeur (le contenu de ses propos) avant son passage à l'antenne, serait ainsi devenu plus essentiel que son passage en direct... Avant, pendant et après son intervention, les dispositifs de maîtrise de l'antenne mis en place ces dernières années sont la preuve d'une réelle crainte qui émane des studios. D'autant que les risques sont plus nombreux qu'il y a quelques années : les auditeurs sont de plus en plus sollicités par les stations pour poser des questions, interagir avec le plateau et bien sûr, donner leurs avis. La succession de filtres en amont permet donc, dans l'absolu, une bonne maîtrise de l'antenne et surtout offre des sécurités face aux éventuels dérapages. Des dérapages qui conduisent au buzz, un buzz qui entache régulièrement les réputations des uns et des autres mais pas forcément celle de l'auditeur à l'origine de ce tohu-bohu.

" L'interactivité est un puissant levier d'audience "

UN PETIT CLIC AVANT UNE GRANDE CLAQUE

Témoignages en direct, lus par l'animateur, postés sur une boîte vocale, sur les réseaux sociaux, votes sur internet, social newsroom... Les sources de remontée des avis des auditeurs n'ont jamais été aussi nombreuses. L'étude du CSA met en exergue un impératif auquel doivent toujours faire face les professionnels : **"la valeur du témoignage"**. Trois dispositifs permettent d'y arriver. Primo : un dispositif organisationnel qui s'appuie sur des **"règles de déontologie"**. Secundo : un dispositif technique qui s'articule autour du fichage de l'auditeur via de puissants logiciels comme



Shaman, Screenerside ou Neoscreener afin de constituer "une base de données d'auditeurs qualifiés". Tertio : un dispositif humain qui va du standardiste à l'animateur en passant par l'assistant. Même principe une fois à l'antenne afin de proposer un témoignage **"entre empathie et équilibre des points de vue"**. Enfin, en aval, le prolongement du débat entraîne lui aussi ses contraintes : la modération des forums (avec souvent **"des commentaires beaucoup plus tranchés"**), la mise hors ligne de podcasts véhiculant parfois des propos litigieux ou l'utilisation de logiciels spécifiques pour scanner le contenu des échanges sur le site.

DES AUDITEURS BLACK-LISTÉS

Loin d'enfoncer une porte ouverte, l'étude du CSA met également en exergue **certaines obligations qui incombent dorénavant aux radios** qui constituent des bases de données d'auditeurs qualifiés (recueillir le consentement et déclarer les fichiers à la CNIL). Pour les listes composées de **numéros téléphoniques d'auditeurs** ayant pu créer des problèmes sur l'antenne, elles doivent être créées **"avec l'objectif légitime de prémunir l'antenne de tout propos qui pourrait porter atteinte l'ordre public ou nuire aux droits des personnes"**. L'interactivité est un **puissant levier d'audience**. Un levier d'audience qui conduit souvent les professionnels sur le sentier d'une dangereuse ligne de crête où le basculement, d'un côté comme de l'autre, reste possible à chaque instant... **La charte de bonne conduite** visible dans les **mentions légales** du site de RTL est d'ailleurs très révélatrice... •



CONTACTS
CSA -
Etudes et publications
www.csa.fr

A SAVOIR ...

Généralistes :
les dernières mises en demeure...

Sud Radio avec Liberté de Parole - 31/08/11

RMC avec Carrément Brunet le 11/10/11

Ici et Maintenant avec Génocide par Substitution le 20/12/12



SERPENT DE MER

RNT, du berger à la bergère

Relativement frileux quant à la mise en place de la RNT en France, le Gouvernement semble vouloir renvoyer aux calendes grecques ce mode de diffusion qui fait pourtant ses preuves chez nos voisins européens. Mais au CSA, ce n'est pas le même son de cloche...

Le **Gouvernement** a donc décidé de ne pas demander au **CSA** l'attribution prioritaire de fréquences pour la diffusion en RNT des programmes de Radio France et Radio France Internationale sur les zones de Paris, Nice et Marseille. Pour autant, il est à noter que celui-ci n'exclue pas "la possibilité d'un engagement futur de ces deux sociétés nationales de programme en fonction des résultats des travaux initiés sur le sujet". Fait étrange, la préemption faite en 2007 par l'ancien Gouvernement **est toujours valable** selon certaines sources et l'actuel Gouvernement **n'a pas annulé celle-ci**. **Radio France** et **RFI** pourraient donc démarrer quand bon leur semble, le multiplex étant **déjà réservé pour eux**. Toujours est-il que, par cette décision, le **Gouvernement** coupe l'herbe sous le pied du **CSA**. **CSA** qui avait annoncé le 10 mai dernier qu'il procéderait d'ici avril 2013 à des appels sur **20 agglomérations supplémentaires**.

Pour se justifier, le **Gouvernement** évoque "un environnement économique et technologique très incertain". Une justification souvent utilisée par les exécutifs et qui permet, un peu trop facilement, de botter en touche, en laissant dans ce cas, un goût d'inachevé. L'opération de lobbying menée par les pros **RNT** ces dernières semaines (ils avaient annoncé vouloir prendre en charge les coûts de diffusion des radios du service publique) n'aura pas suffi.

LE CSA RONGE SON FREIN

Et a pris acte de cette décision. Mais il a, dans la foulée, rappelé dans un communiqué qu'il est tenu "d'appliquer la loi du 5 mars 2007, qui prévoit le déploiement de la RNT, et de respecter les engagements qu'il a pris devant le Conseil d'Etat sur les appels à candidatures en cours". Le **CSA** devrait donc procéder **très prochainement** à la sélection des radios candidates dans les trois zones. Plus encore, l'autorité souhaite que des "solutions soient étudiées pour aider au

financement des radios associatives, candidates en RNT". A l'heure où la RNT recueille ses premiers résultats en Allemagne et en Suisse, le CSA espère désormais que "l'ensemble des acteurs radiophoniques saura se rassembler autour de l'indispensable numérisation de la radio".

Que les pros RNT se rassurent... Le **Gouvernement** envisage de : "prendre prochainement un arrêté d'autorisation de la norme **DAB+**, qui co-existerait ainsi avec la norme **T-DMB**, et enrichirait la période d'expérimentation en offrant deux voies techniques pour faire de la RNT". Les opérateurs seraient-ils prêts à repartir pour trois années d'expérimentation supplémentaires ?

Un pas en avant, deux pas en arrière. •

... TESTS
... TESTS

**TIVIZEN
ADAPTATEUR
RNT**

L'adaptateur RNT Tivizen est un véritable petit gadget que seuls les technocrates connaissent. Peu d'hommes de programme et d'antenne savent que **des adaptateurs existent pour capter la RNT**. Cet adaptateur DAB/DAB+ et T-DMB pour la télévision mobile se connecte à l'iPhone (ou Android) et permet grâce à une application gratuite de scanner de manière très simple les multiplex de la RNT. L'anneau filaire n'est autre que l'antenne et permet de pouvoir écouter **avec le haut-parleur du téléphone** ses stations préférées sans avoir à connecter les écouteurs ou un casque (qui fait souvent office d'antenne pour la réception FM par exemple sur les téléphones Nokia). Cet adaptateur est actuellement disponible pour **iPhone et Android** en contactant directement le fabricant :

Prix : 50 \$/unité + frais de port
sales@icube.co.kr
<http://www.tivizen.com/usb-dongle.html>





PRODUCTION REGIONALE

Le spot provincial a toujours la cote

UN SPOT PUBLICITAIRE À 20 € ?

OUI, CELA EXISTE. IL S'AGIT DE CONTACTER UN STUDIO DE PROVINCE. ILS SONT PEU NOMBREUX À SE PARTAGER LE MARCHÉ HEXAGONAL. SI AUCUNE ÉTUDE NE LE DÉMONTRE FORMELLEMENT, CES STUDIOS REPRÉSENTENT UN PART TRÈS IMPORTANTE DE LA PRODUCTION FRANÇAISE.

Avec le développement du haut débit et la possibilité d'enregistrer des voix à domicile, le nombre de studios provinciaux de production a connu ces dernières années une belle envolée. Pourtant, seule une dizaine d'entre eux se partagent un gâteau relativement lucratif...

Sergio de Felice est un vrai passionné de radio mais surtout un vrai professionnel issu d'une époque où l'on calait les 45 tours avec l'index et où les spots publicitaires étaient stockés sur des K7 sans amorce déposés à La Poste avant 16h... Les temps ont changé. Pas Sergio. L'ancien animateur de **Fun Belgique** se remémore le bon vieux temps : celui durant lequel il a tâté du micro avant que sa voix ne soit repérée par un studio qui lui a mis le pied à l'étrier : "j'ai créé mon studio au bon moment. C'était en 1997. Bien sûr, les clients partent, reviennent mais mon ancienneté est une valeur sûre" se plaît à souligner ce jeune quadra. Au fil des années, **Def Studio** s'est développé et souffle cette année ses quinze bougies. Rares sont ces studios de province qui connaissent une telle longévité sur ce marché où la concurrence est particulièrement agressive pour ne pas dire féroce. Paradoxalement, **Sergio de Felice** ne ressent pas la crise : "certes, entre 2001 et 2006, j'ai obtenu de meilleurs résultats financiers. Aujourd'hui, mon chiffre d'affaires se situe entre 80 K€ et 120 K€". Ses clients ? Principalement les radios de province, de l'associative à la webradio, de la locale privée à la catégorie C et plus rarement quelques nationales.



SERGIO DE FELICE

"Je refuse beaucoup de candidatures car il s'agit de voix-off et pas de comédiens."

coûte cher, il est difficile d'être créatif lorsque des commerciaux réclament un spot dans l'heure et à moins de 50 € l'unité. Et puis il y a les coûts annexes : "je travaille avec les bases de TM Century et celles des Sons du Producteurs. C'est un investissement d'environ 3 000 € supplémentaires par an pour assurer à mes clients une qualité minimum". Sergio de Felice multiplie les promotions et propose désormais un paiement sécurisé sur son site : "j'ai créé le **ChronoSpot**, un spot une voix/une musique livré en moins de 60 minutes. Et le vendredi à 16h, les commandes sont nombreuses" souligne Sergio de Felice. Le producteur n'hésite pas à parler de "spot discount" même si le gros de son activité repose sur spots dotés de quelques FX et avec plusieurs voix. Prix de vente : 35 € HT. Le spot chanté ferme le banc à 99 € HT mais "il ne se vend que dans le Nord, en Belgique et en Suisse".

UN MARCHÉ QUI PART EN VRILLES

Sergio de Felice compare l'actuel marché de la voix à "un marché aux bestiaux". Selon lui, il y a des imposteurs : "je refuse beaucoup de candidatures car il s'agit le plus souvent de voix off et pas de comédiens. Certains passent désormais directement par les radios et cassent davantage les prix". Malgré tout, et les professionnels l'avouent, le spot une voix/une musique, produit près de Valenciennes ou ailleurs en province, a encore quelques belles années devant lui...

DES PRIX TIRÉS VERS LE BAS

"Nous studios, nous obéissons aux radios qui travaillent en lien étroit avec les annonceurs locaux. Il n'y a pas vraiment de règles définies. Certains sont très directifs dans leurs commandes, d'autres nous laissent une liberté totale. Dans ce cas, cela donne toujours de très bons résultats". Sergio de Felice reconnaît néanmoins "une uniformisation du spot publicitaire". Surtout celui issu des studios de province : "lorsque l'on facture un spot 50 € et que la station le revend 150, ce sont 150 € en moins d'espace pour l'annonceur". Si la création, cela

LA CÉCITÉ DE SERGIO

Il l'avoue lui-même : "des filles ont flashé sur ma voix mais lorsqu'elles se sont aperçues que j'étais non-voyant, elles ont vite déchanté" plaisante celui qui réalise, malgré sa cécité, une incroyable **prouesse quotidienne** qui impose le respect. "J'enregistre sur une console 24 pistes. Je suis très tactile et j'ai forcément une excellente oreille. Je mixe et je normalise ensuite sur SoundForge. Mon clavier, je le connais par cœur et pour lire mes commandes, je dispose d'une synthèse vocale. Tous mes PC sont vocalisés". •

CONTACT**Defstudio**

Sergio de Felice
Tél. + 33 611 954 555
def@defstudio.com
www.defstudio.com





FICHES RADIOS



FRÉQUENCE GEEK

Société : Fréquence Geek (Webradio)
Adresse : Place d'Italie
 75013 Paris (France)
Téléphone : 01-83-64-21-80
E-mail : radio@frequencegeek.com
Site internet : www.frequencegeek.com

Informations sur la société

Activité(s) : Webradio
Effectif : 10
Capital : 15 000.00 €

Fiche

Programmation : Programmation musicale 24/7 en dehors des émissions thématiques. Découvertes musicales du web, sélection des auditeurs, et programme musicale varié, de Daft Punk à Nirvana en passant par la chanson française.
 En dehors des émissions en direct, Fréquence Geek vous propose pour la saison 3 un programme en boucle avec des teasers, des démos, des émissions vidéos. Voici les premières émissions qui seront diffusées :
 Jungle Game, Les Petites Histoires du Jeu Vidéo, Petites Partitions pour Grandes Musiques et Vidéo Test : Emissions produites par Total Gamer.com

Arrête ou Mon Geek Va Tirer !

Et plein d'autres choses à venir ! Surprise !
Activités : Emissions Thématique à vocation geek.
 Actu des jeux vidéos. Libre antenne geek.
Audience Cumulée : 40000 auditeurs.



ATOMIC RADIO

Société : Atomic Radio (Association)
Adresse : 20 bis rue Nationale
 65370 Loures barousse (France)
Téléphone : 05-62-99-30-37
Fax : 05-62-99-30-39
Site internet : http://www.atomicradio.fr

Informations sur la société

Catégorie : A
Activité(s) : Radio française FM
Effectif : 2

Organigramme

Président : COURRÈGES-CÉNAC, Jean-Marc
Responsable Commercial : Rousseau, Marie-Claude
Dir. Adj. des antennes, de l'info., Dir. des langues étrangères : Ozcoz, David

Fiche

Membre(s) : CNRA - FRANC-MP
Forme Juridique : Association pour le Développement des Moyens de Communication Culturels et Sportifs
Ancien Nom : Barousse FM

Fréquences

Argelès-Gazost : 100.4
 Barbazan : 93.2
 Lannemezan : 93.3
 Lourdes : 100.4 FV
 Maubourguet : 100.4 FV
 Riscle : 93.2
 Saint-Gaudens : 93.2 FV
 Saint-Lary-Soulan : 101.3
 Tarbes : 100.4 FV



RDL

Société : RDL (SARL)
Adresse : 127, rue de Roquetteiro
 62120 Racquinghem (France)
Téléphone : 03-21-93-28-28
Fax : 03-21-39-70-70
E-mail : radiordl@wanadoo.fr
Site internet : http://www.radiordl.com

Informations sur la société

Catégorie : B
Activité(s) : Radio française FM
Effectif : 13

Organigramme

Gérant : Feery, Thierry
Directeur d'antenne : Hongne, Laurent
Responsable Commercial : Blanchard, Melinda
Programmation : Denis, Christian

Fiche

Format : Senior
Cible : 50 ans et +
Membre(s) : GIE - SIRTI
Streaming : TV-Radio.com
Couvert. popul. : 200 000 habitants
Puissance : 1 kW
Régie Publicitaire : BSP : 03-21-93-28-28
Date de Création : 24/12/82
Forme Juridique : SARL T.F.P

Fréquences

Dunkerque : 89.8
 Hazebrouck : 89.6 FV
 Hesdin : 92.3 FV
 Montreuil : 92.3
 Saint-Omer : 89.6
 Saint-Pol-sur-Ternoise : 89.1

... LA LETTRE PRO DE LA RADIO ...

BULLETIN D'ABONNEMENT

Je désire m'abonner au tarif spécial «1 an déjà !»
 soit **400 € Ht** pour 1 an* - 23 numéros (au lieu de 490 €HT)

- ✓ Version papier nominative
- ✓ Version PDF
- ✓ Accès aux archives PDF

NOM / Prénom :
Radio (société) :
Tél. :
E-mail :
Adresse :
(de facturation) :

Editions HF
 30 rue du Pontel
 19240 SAINT-VIANCE
 Tél. 05 55 18 03 61
 Fax 05 55 18 27 97

E-Mail : abonnement@lalettre.pro
 Contact : Meggan GOMEZ /
 meggan@lalettre.pro

*Tarif valable exclusivement en renvoyant ce bulletin avant le 30 septembre 2012

Renvoyez ce formulaire par fax au 05.55.18.27.97, recevez votre facture sous 48 heures.

RDL FAIT AUJOURD'HUI VIVRE 16 ÉQUIVALENTS TEMPS PLEIN, DONT 4 JOURNALISTES ET 6 ANIMATEURS, QUE LAURENT VEUT CHOUCROUTER : POUR LUI UNE RADIO QUI TROUVE SON AUDIENCE, C'EST UNE RADIO DONT L'ÉQUIPE EST DÉTENDUE. ET AVEC LA REPRISE L'AN DERNIER DE BRUAYSIS FM, QUI DIFFUSE LES PROGRAMMES DE RDL AVEC UN MORNING DÉCROCHÉ, SA RADIO ARROSE DÉSORMAIS UN BASSIN D'UN MILLION TROIS CENT MILLE PERSONNES.

RDL - NORD PAS-DE-CALAIS

Radio senior décomplexée

Faire une radio décomplexée ? C'est donner aux auditeurs ce qu'ils ont envie d'entendre sans se pincer le nez, sans copier les réseaux et leurs règles d'antenne millimétrées. Faire une radio décomplexée, ça marche : RDL vient d'enregistrer son record d'audience avec 73.000 auditeurs/jour pour la saison 2011-2012. Présente sur quatre villes du littoral Nord-Pas-de-Calais**, RDL émet désormais dans un cinquième bassin, avec Bruaysis FM, reprise il y a à peine un an et qui a déjà quadruplé son audience. Sans complexes.*

Laurent Hongne est un grand gaillard de 45 ans au rire facile et au caractère entier. Un garçon qui écume les stations du Nord depuis bientôt 30 ans, et qui n'a jamais craché sur une belle aventure, pourvu qu'il s'agisse de radio (voir la bio express).

C'est en 2005 que **Thierry Féery** rachète RDL. Cette radio rurale des Flandres françaises devait passer un cap et se professionnaliser, il décide d'appeler **Laurent** à la rescousse. "Lorsque je suis arrivé, j'ai trouvé une radio qui avait déjà, intuitivement, tout compris. Nos prédécesseurs avaient construit un vrai programme-service de proximité, qui se basait sur une vision multi produit de la radio : depuis des années, cette radio faisait une bonne part de son chiffre d'affaires avec une offre de voyages organisés et d'excursions pour ses auditeurs seniors ! Les fondations et les bases étaient solides !". Restait à construire les murs : avec une seule fréquence à Saint-Omer, la radio n'arrosait pas un bassin d'audience suffisant pour assurer son développement. "Et à ce moment là, un appel à candidature extrêmement important était lancé par le CSA. J'ai réfléchi, et je me suis rendu compte que si on ne se défendait pas bec et ongles avec un projet fort, les mastodontes allaient nous écraser et emporter toutes les fréquences. Alors j'ai décidé de m'allier avec deux autres radios du coin. Nous sommes montés au CSA à trois : Radio 6, ROC FM, et moi, pour défendre un projet de développement cohérent à nos trois radios de territoire. Pour commencer, ça les a stupéfiés de voir trois directeurs de radios du même secteur qui ne se mettaient pas sur la g... . Finalement, Alain Méart et Rachid Arhab ont non seulement compris notre démarche mais l'ont accompagnée."

Après ce joli coup politique, RDL récupère trois nouvelles fréquences et se met à arroser un bassin de 750.000 habitants. "Un bassin taillé sur mesure pour mon programme : beaucoup de petites villes rurales entre les grosses agglomérations. Exactement ce qu'il me fallait."

UNE RADIO NE DOIT PAS MOURIR AVEC SES AUDITEURS

Et mécaniquement, RDL voit son audience se développer, pour se stabiliser autour de 60.000 auditeurs/jour. "En donnant un programme qui fait exactement ce que ses auditeurs attendent de lui. Il faut que l'antenne soit pro, mais pas au point de ressembler à Nostalgie ! Notre radio rend des services bien différents de ce que donne un réseau. Chez nous, on prend le temps de parler. On a Ginette au téléphone parce qu'elle a gagné à un jeu, qu'elle est très contente, et qu'elle a envie de le partager avec nous ? On ne l'enferme pas dans une cage de 10 secondes. Sur RDL, on entend les gens, ses voisins, et l'on converse avec eux. Denise sera en direct avec nous pour expliquer à quel point ce membre de sa famille s'est mal comporté avec elle, et notre avocat lui donnera les conseils utiles. Le vendredi matin, on aura Suzanne, notre voyante, qui fait exploser le standard : c'est une vraie star, ici. Et on aura des sexologues en direct pour répondre aux interrogations des seniors sur ce sujet délicat..."

Le tout au son des chansons d'hier et d'aujourd'hui, sans cracher sur la musique populaire. "On n'est pas une radio de mode ou de tendances : on est une radio de compagnie." En l'assumant, le programme réalise des durées d'écoute record entre 120 et 180 minutes. En le modernisant, aussi. "Par exemple, nous jouons beaucoup moins d'accordéon. Auparavant, nos pics d'audience étaient réalisés chez les 70 ans et plus. Aujourd'hui, nous réalisons nos plus fortes audiences chez les 50-70 ans. Nous avons travaillé pour : une radio ne doit pas mourir avec ses auditeurs !" •

* Médiamétrie, enquêtes MédiaLocales et 126 000 IDF. Période septembre 2011 - juin 2012. Audience cumulée 13 ans et +, lundi/vendredi, 5h/24h. ** Saint-Omer, Dunkerque, Saint-Pol sur Ternoise et Montreuil-sur-mer



Par Jean-Charles Verhaeghe
jcv@lalettre.pro
www.MYConseils.fr

CONTACTS

RDL

127, rue de Roquette
62120 Racquinghem
laurent.hongne.rdl@gmail.com
www.radiordl.com



LAURENT HONGNE,
DIRECTEUR DE RDL



BIO EXPRESS

Laurent Hogné débute la radio sur Metropols. Il y officie de 1984 à 1991 en qualité d'animateur et de chef d'antenne. Il traverse la frontière pour rejoindre le studio de production Temple of Tunes. Passage par Contact en 1998 puis retour à Metropols puis arrivée chez ROC FM en 2000. Laurent Hogné transforme cette A en B, et la station passe de 20.000 à 80.000 auditeurs/jour. Il y a 2 ans, la station change de nom pour faire revivre une magnifique marque lilloise : Métropols. ■

DJING

Encore un temps d'avance pour NRJ

LE PALMARÈS DE CETTE 1ÈRE ÉDITION SERA DÉVOILÉ LE 7 NOVEMBRE PROCHAIN, À L'OCCASION DE L'OUVERTURE DU MONACO INTERNATIONAL CLUBBING SHOW (MICS). UN DOCUMENTAIRE SUR LA SOIRÉE, SES COULISSES ET LES IMPRESSIONS DES LAURÉATS, SERA ENSUITE DIFFUSÉ SUR NRJ12 ET LA BOUCLE SERA BOUCLÉE.

Après les NRJ Music Awards, NRJ lance les NRJ DJ Awards... Une opération supplémentaire qui, hormis le fait de récompenser des DJs, a surtout le mérite de conforter et de positionner la Panthère dans son statut de désormais radio Number One, donc... incontournable.

Récompenser les DJ's est une chose. Organiser un événement comme les **NRJ DJ Awards** en est une autre. Cette opération va donc permettre à **NRJ** de mettre en avant ses couleurs et d'obtenir toujours plus de visibilité auprès des auditeurs potentiels. Autrement dit, **NRJ vient de griller la politesse** à d'autres stations qui auraient été toutes aussi légitimes, voire davantage, à organiser cet événement. **Fun Radio** en tête car dotée d'une programmation musicale en grande adéquation avec une opération de ce genre et dans laquelle elle aurait du s'engouffrer.

Souhaitant récompenser les **meilleurs DJs français et internationaux** de l'année (annoncés comme des références de la musique électronique et du clubbing), **NRJ frappe indirectement un grand coup** dans le paysage radiophonique. La station s'impose et fait un appel du pied non seulement aux DJs mais aussi à leurs aficionados. Une stratégie entamée depuis 2 ans afin de devenir une marque référence du clubbing et de la dance, notamment par la puissance de **NRJ Extravandance** qui peut s'enorgueillir de réunir quelques pointures des platines tels **Tiesto, Bob Sinclar, Big Ali, DJ Assad, Axwell, Junior Caldera, Laurent Wolf...**

LES AUDITEURS PARTIE PRENANTE

A l'instar des **NRJ Music Awards**, le palmarès des NRJ DJ Awards sera exclusivement issu des votes du public. Ils récompenseront les artistes issus de cinq catégories : le Meilleur DJ Français, le Meilleur DJ International, la Révélation francophone de l'année, la Révélation internationale de l'année et la Meilleure Live Performance de l'année. **Sept artistes** sont nommés par catégorie. Une liste des nommés établie en fonction de l'actualité des DJs durant la saison 2011/2012, renforcée par des tests d'écoute réalisés régulièrement auprès des auditeurs et cadencée par la **Direction de l'Antenne**.

Depuis le **23 juillet et jusqu'au 21 octobre**, le public est donc invité à voter pour ses artistes préférés sur le site internet de la station et sur sa page Facebook. **NRJ a misé sur un vote sécurisé** : impossible de voter pour le même nommé plusieurs fois au cours de la même journée. **Objectif selon la station** : les lauréats doivent être le reflet des goûts du public.

LES NOMMÉS AUX NRJ DJ AWARDS 2012

Catégorie Meilleur DJ Français

DAVID GUETTA
BOB SINCLAR
MARTIN SOLVEIG
JOACHIM GARRAUD
DJ ABDEL
ANTOINE CLAMARAN
LAURENT WOLF

Catégorie Meilleur DJ International

AXWELL
AVICII
TIESTO
AFROJACK
DEADMAU5
ARMIN VAN BUUREN
RED FOO / LMFAO

Catégorie Révélation francophone de l'année

DJ BASTO
DJ ASSAD
C2C
MICHAEL CANITROT
MICHAEL CALFAN
CEDRIC GERVAIS
MADEON

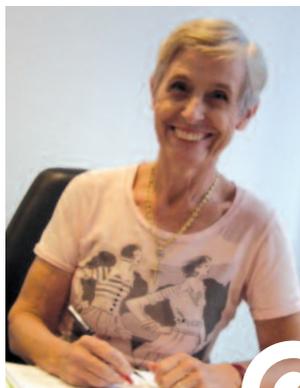
Catégorie Révélation Internationale de l'année

NICKY ROMERO
HARDWELL
SKRILLEX
LAIDBACK LUKE
GLOBAL DEEJAYS
CHUCKIE
NERVO

Catégorie Meilleure Live Performance de l'année

JUSTICE
AXWELL
DAVID GUETTA
MARTIN SOLVEIG
JOACHIM GARRAUD
BIRDY NAM NAM
TIESTO •





MARIE-CHRISTINE LUBRANO DÉVELOPPE L'OFFRE RADIOPHONIQUE EN POLYNÉSIE FRANÇAISE



CONTACTS

CTA de Polynésie Française
Immeuble Charles LEVY Boulevard Pomaré - B.P. 20659
98713 Papeete
ctrapeete.csa@mail.pf

TERRITOIRE

Ondes polynésiennes

A plus de 20h d'avion de Paris, la Polynésie française offre et développe un réseau de radios à l'image de ce très vaste territoire. Ce paysage radiophonique, à la fois riche et éclectique, est géré par un CTA qui accompagne et conseille les opérateurs.

Dans son bureau de Papeete, Marie-Christine Lubrano, la présidente du **Comité Territorial Audiovisuel de Polynésie**, évoque d'abord l'immensité du territoire que l'équipe (un secrétaire général, une secrétaire et quatre conseillers) doit gérer : "Nous nous partageons les tâches. Dans la mesure du possible, nous allons également rencontrer les radios mais cela représente un coût très important. Pour aller sur l'archipel du Gambier il n'y a qu'un vol par semaine, vol qui repart dans la journée. Si vous le ratez, vous êtes bloqué sur place une semaine...". Celle qui est aussi **Conseillère au tribunal administratif de Papeete** préside donc aux destinées radiophoniques et audiovisuelles de ce territoire d'Outre-mer depuis le 1er janvier 2004. Et il faut dire que l'actualité autour des atolls et autres archipels est particulièrement dense : "nous travaillons avec 25 opérateurs. 19 radios associatives, 5 radios locales privées et Radio Polynésie Première". A cela, l'équipe doit composer avec des typicités très locales : "des stations politico-communales, des radios confessionnelles et d'autres thématiques" explique Marie-Christine Lubrano.

" Nos radios subissent la crise. Elles constatent toutes une baisse de leurs recettes..."

PLUS DE DIFFICULTÉS. MOINS D'ENGOUEMENT

Outre l'immensité du territoire à couvrir, Marie-Christine Lubrano évoque également : "la distance qui nous sépare de la métropole et du décalage horaire qui complique les échanges". Sans parler du courrier qui met parfois plusieurs semaines à arriver... La présidente reconnaissant que "le plus difficile est de mettre en place des moyens techniques performants pour couvrir des zones où l'on ne compte que quelques centaines d'auditeurs potentiels". A cela s'ajoute la crise économique qui a durement frappé les îles : "nos radios subissent la crise. Elles constatent

toutes une baisse de leurs recettes publicitaires. Certaines connaissent de vraies difficultés, d'autres sont désormais affaiblies" explique Marie-Christine Lubrano. Si très peu de radio ont cessé d'émettre, l'engouement est moins palpable que par le passé. Le dernier appel à candidatures en est la preuve : une poignée de dossiers acceptés pour **5 nouvelles stations** officiellement autorisées à tenter cette aventure (pour une vingtaine de dossiers déposés). A cela, il faut ajouter un nouvel appel aux candidatures actuellement en cours. Si les opérateurs doivent rendre leur dossier **avant le 28 septembre prochain**, la Présidente du CTA précisera seulement avoir déjà reçu 16 demandes de dossier afin de candidater, au regard des 29 fréquences disponibles. Celles sélectionnées pourront émettre dès le Printemps prochain.

DES PARTICULARITÉS TRÈS POLYNÉSIENNES

D'abord ce lien entre l'autorité et les opérateurs : "nous prévenons les radios des appels et les candidats sont toujours très motivés puisque nous recevons des dossiers complets et très étudiés" se réjouit Marie-Christine Lubrano. Ensuite, le Gouvernement de Polynésie française est systématiquement associé aux décisions, ce qui explique que les

dossiers avancent moins vite que dans d'autres CTA. Mais à 20 000 km de la métropole, le CTA de Polynésie s'est aussi imposé comme un relais entre Paris et Papeete : "la télévision est aussi une de nos compétences sur délégation du CSA uniquement mais nous restons un « relai » entre les opérateurs de télévision et le CSA. Par exemple, nous avons beaucoup travaillé dans le cadre du passage à la TNT et maintenant nous suivons de près le projet d'une deuxième chaîne locale". Les prochaines autorisations ne seront pas encore délivrées aux nouvelles radios qu'il faudra que l'équipe fournisse un imposant travail dans le cadre des prochaines élections territoriales en mars 2013. A Papeete, c'est donc une vraie « antenne » du CSA. D'ailleurs, Marie-Christine Lubrano s'en amuse : "Sur la porte du bureau, il y a d'abord écrit CSA puis CTA en plus petit".

A PAPEETE, L'ÉQUIPE DU CTA DE POLYNÉSIE



LES NOUVELLES STATIONS EN 2012

Heipuni FM (96.0), Manotahi FM (106.4), Radio Te Rama Nui (97.0), Radio Turiva (87.8) et Rires & Chansons (101.1) sont les 5 nouvelles stations autorisées à émettre en Polynésie française. ■



**VOTRE RADIO
EST UNIQUE**

**ET VOTRE
HABILLAGE ?**

*21JUN compose et produit
des habillages uniques sur mesure
pour les opérateurs radios francophones*

21JUN
21 JUIN
WWW.21JUN.FR

Chérie fm, France Bleu, BEL RTL, MINT
RTL2, Rire et Chansons, 2M, RTL, TWIZZ
Magnum, One fm, font confiance à 21JUN