

LA LETTRE **PRO** DE LA RADIO

MAG#150 - Mars - Avril 2023

Entretien

FLAVIE FLAMENT :
**"ON ME LAISSE FAIRE
UNE RADIO NOBLE !"**

Proximité

Commercialisation

PAUL WEYLAND,
GRAND MAÎTRE
INTERNATIONAL
DE LA PUB RADIO



ACTIV RADIO
FÊTE SES 20 ANS

Publicité

LA LETTRE
PRO
DE LA RADIO

#RADIOTOUR 2023

PODCAST
MAGAZINE

LE RADIOTOUR REVIENT PRÈS DE CHEZ VOUS !

LYON • NANTES • LILLE • TOULOUSE • MARSEILLE





LES NOUVEAUX PARADIS ARTIFICIELS

Par Brulhatour [@Brulhatour](#)

Dans les années qui viennent, les professionnels de la radio devront, plus que jamais, jouer la carte de l'authenticité. Placer probablement la sincérité et la spontanéité bien au-dessus de toutes les valeurs fondatrices de la radio. Être authentique sera la réponse à l'engouement et la place que vont prendre autour de nous les intelligences artificielles. Pas une semaine depuis le début de cette année 2023 sans qu'un nouvel outil ne vienne bousculer nos – presque – déjà vieilles habitudes. Et, si l'on en croit les spécialistes de ce Léviathan, ce n'est d'ailleurs que le début d'une lente mais inexorable évolution. Cette société du sans effort qui monte en puissance touchera vraisemblablement une grande partie du monde du travail, y compris le secteur de la radio, et, plus encore, on s'en doute, celui de l'audio digital. On peut s'arc-bouter autant que l'on veut, autant que l'on peut, face à la Bête, cela n'empêchera pas de nombreux métiers de faire les frais du développement exponentiel des intelligences artificielles. Et la note sera salée. On pense aux programmeurs musicaux, aux planificateurs et aux rédacteurs publicitaires, aux animateurs et même aux journalistes comme aux métiers liés aux voix : les avancées dans ce domaine sont spectaculaires. Soyons sûrs d'une chose. Ce ne sont ni les intelligences artificielles qui doivent provoquer la crainte, d'ailleurs légitime, ni leur rapidité ou leurs raccourcis agiles mais les coûts auxquels elles les proposeront. Si le coût d'un outil lié à une IA est moins important que le coût pour salarier un individu, soyez certain que l'IA sera le dernier outil que le Diable aura créé.

On se sent quand même un peu obligés de rappeler qu'à *La Lettre Pro de la Radio*, tout est fait maison et que cet éditorial n'a pas encore été rédigé par une intelligence artificielle. Celle-ci serait d'ailleurs bien incapable d'organiser le prochain RadioTour dont la première étape aura lieu ce 6 avril à Lyon. •

Lettre confidentielle mensuelle

Éditions HF

SARL de Presse - ISSN : 2256-7518

Site web : www.lalettre.pro

Directeur de la publication

Philippe Chapot - pc@lalettre.pro

Rédacteur en chef

Brulhatour - brulhatour@lalettre.pro

Coordination de la rédaction

Sabrina Joucq - sabrina@lalettre.pro

Bureaux et imprimeur

Podcast&RadioHouse

8 rue Fernand Delmas

19100 BRIVE-LA-GAILLARDE

Rédacteurs

Clara Authiat, Julien Boujot,

Michel Colin,

Loïc Couatarmanach

Olivier Malcurat, Capucine Méreaux,

Emmanuelle Pautler

Loïca Tuyindi

©2023 - reproduction interdite (CFC)

ACPM : LES RADIOS LES PLUS ÉCOUTÉES SUR LE WEB

ACPM

FRÉQUENTATION

Selon l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM), la diffusion digitale des radios progresse de 10% en janvier dernier. L'écoute digitale de la radio représente aujourd'hui plus de 8 millions d'écoutes actives chaque jour.

En janvier dernier, le groupe Radio France a frôlé les 80 millions d'écoutes actives depuis la France. Une nouvelle fois, l'entreprise publique place plusieurs de ses stations dans le Top 10 : France Inter (1^{er}), franceinfo (3^e), FIP (7^e) et France Culture (9^e). NRJ Group n'est pas en reste en se positionnant comme le 2^e groupe radiophonique en France avec près de 40 millions d'écoutes actives. NRJ Group place 3 de ses 4 stations dans le Top 10 : NRJ (5^e), Nostalgie (6^e) et Chérie FM (8^e). Dans le Top 10, il ne reste que 3 places pour RMC (2^e), RTL (4^e) et Skyrock (10^e). En janvier, France Bleu Nord (41^e), France Bleu Provence (45^e) et France Bleu Saint-Étienne Loire (49^e) sont les 3 stations locales de Radio France les plus écoutées. •

FSE : LES ASSOCIATIVES ONT JUSQU'AU 15 AVRIL



Liberté • Égalité • Fraternité

Le dépôt par voie dématérialisée est désormais possible pour le dossier FSE (Fonds de soutien à l'expression radiophonique). C'est une des nouveautés pour ce lourd dossier annuel destiné aux radios de catégorie A.

L'autre nouveauté, c'est la disparition des "années blanches" qui avaient été permises suite à la crise sanitaire. "Ces changements ont vocation, sur le long terme, à accélérer et à faciliter le dépôt des dossiers et leur instruction, ainsi qu'à permettre l'observation statistique et l'évolution de nos entreprises, pour améliorer le pilotage partagé des politiques publiques. Attention, il y a une période de rodage et d'adaptation, car il y a du changement dans le mécanisme", prévient le SNRL. Outre donc la disparition des années blanches suite au Covid-19, les radios locales vont devoir se familiariser avec plusieurs nouveautés. Et notamment le dépôt par voie dématérialisée même si l'envoi par courrier est encore possible pour 2023. •

APP

L'APPLICATION RADIOPLAYER DÉPLOYÉE AU LUXEMBOURG



Pour la première fois, les radios du Grand-Duché s'associent pour lancer une application qui regroupe toutes leurs radios en un seul endroit. Eldorado, L'essentiel Radio, Radio 100,7, Radio ARA, Radio Latina, RTL - Deutschlands Hit-Radio, RTL Gold, RTL LX, RTL Radio Lëtzebuerg et RTL Today Radio lancent radioplayer.lu. Comme dans une quinzaine d'autres pays, Radioplayer.lu permet d'écouter de la musique, des actualités et de s'abonner à des podcasts gratuitement. •

DAB AVEC NRJ+, LA GÉNÉRATION GAME BOY A ENFIN SA RADIO



En Belgique, le DAB+ s'est étoffé. Le 6 mars dernier, NRJ+ a pris la place de Chérie FM sur le DAB belge et diffuse "le meilleur des années 90 et 2000". Selon la dernière étude IPSOS pour maRadio.be, la radio numérique talonne de plus en plus la FM. En 2022, 74% des auditeurs interrogés affirment écouter la radio en numérique. Une nouvelle tendance sur laquelle souhaite miser la station de NGroup. Chérie continue à exister, mais entièrement en streaming. •

AGENDA RADIO



26/03/2023 - 28/03/2023

Radiodays Europe 2023

radiodayseurope.com/

27/03/2023 - 01/04/2023

Semaine de la presse

clemi.fr/fr/semaine-presse-medias.html

06/04/2023

RadioTour à Lyon

lalettre.pro/Radiotour-2023-c-est-repartit_a30475.html

08/04/2023 - 09/04/2023

PodRennes 2023

badgeek.fr/podrennes/

15/04/2023 - 19/04/2023

NAB Show 2023

nabshow.com/2023/ •

MÉFIEZ-VOUS DES IMITATIONS

LE CODEC VIA VOUS GARANTIT UNE EXPÉRIENCE UNIQUE



Jusqu'à 7 interfaces IP disponibles

- 4 Flux de transport simultanés SmartStream Plus
- Agrégation possible jusqu'à 7 interfaces grâce au Fuse-IP
- 3 Codecs internes (triple mono ou stéréo + voie d'ordre)
- Module optionnel double GSM 4G
- 2 Ports Ethernet
- 2 Ports USB pour clés 4G/5G (optionnelles)
- Modem WIFI interne avec fonction Hotspot
- Algorithmes de transport faible délai Tieline Music et MusicPlus
- Contrôle à distance via logiciel Cloud Codec Controller (optionnel)



« ViA »



Distributeur France
contact@savediffusion.fr
 +33 4 77 79 46 79 www.savediffusion.fr

Tieline 
 The Codec Company

**LA PHRASE****LE CHIFFRE****2,8**

En 2022, l'ACPM a enregistré 2,8 milliards d'écoutes actives à l'international et a certifié, en moyenne par mois, 1 400 radios qui ont généré 5,2 millions d'heures d'écoute par jour à l'international. À périmètre constant, l'ACPM a enregistré une progression de 9% de la durée d'écoute à l'international comparativement à l'année 2021.

"Comme pour la télévision, on a la TNT, la télévision numérique terrestre, le DAB, c'est la radio, la radio numérique. C'est une technologie qui apporte des éléments de progrès importants."

Roch-Olivier Maistre, président de l'Arcom, au micro de RCI Martinique

AUDIENCE**LA SUISSE ÉCOUTE LA RADIO NUMÉRIQUE**

En Suisse, 77 minutes de radio sur 100 sont écoutées en numérique. Par ailleurs, on note que 41 minutes de radio sur 100 sont désormais écoutées en DAB+, 36% en IP et un quart en FM.

En Suisse, la radio est principalement écoutée à la maison, soit 63 minutes sur 100. Notons aussi que 18 minutes sur 100 sont écoutées au travail et 13 minutes en voiture. Cette proportion est stable depuis des années. Le DAB+ est le mode de réception préféré tant à la maison, au travail et en voiture...

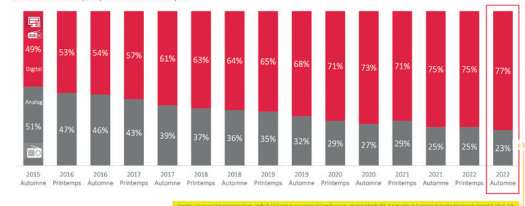
La numérisation de l'utilisation de la radio en voiture continue de s'accélérer : 65 minutes sur 100 sont écoutées dans un format numérique. 76% de la population utilisent la radio numérique. 40% de ces personnes écoutent aussi la radio FM. La part d'utilisateurs qui ne recourent qu'à la radio numérique s'élève à 45%.

Enfin, 11% de la population écoutent encore exclusivement la radio sur la FM. Plus de 76% de la population écoutent la radio numérique. 45% n'écoutent pas la radio sur la FM mais exclusivement la radio numérique. •

La Suisse écoute la radio numérique

77 minutes de radio sur 100 sont écoutées en numérique.

Utilisation de la radio (en %) selon le mode de réception



Source : IRI International, audience listening, 2015-2022. Les données sont exprimées en pourcentage de la population totale. Les données sont exprimées en pourcentage de la population totale. Les données sont exprimées en pourcentage de la population totale.

SIGNAL

TDF A LANÇÉ LA DIFFUSION DU DAB+ EN CHAMPAGNE



Le 1^{er} mars, TDF a démarré la diffusion de la radio numérique sur ses sites de diffusion de Reims-ville (Marne), Troyes - Saint-André-les-Vergers (Aube), Sompuis (Marne) et Berru (Marne). Ces quatre sites TDF couvrent notamment l'agglomération de Reims, les villes de Troyes et de Vitry-le-François et plus globalement l'autoroute A26 pour la réception en voiture. Un cinquième site de diffusion de TDF sera mis en service d'ici à l'été afin de couvrir la ville de Château-Thierry et l'autoroute A4 jusqu'à Reims. •

AUDIENCE

23 000 AUDITEURS RÉGULIERS POUR RCF HAUTS-DE-FRANCE



RCF Hauts-de-France affiche un nouveau record avec une audience globale de 164 000 auditeurs, 82 900 auditeurs semaine et 22 800 auditeurs réguliers (tous les jours / presque tous les jours). Une très forte évolution qui s'explique en partie par l'extension de la zone de diffusion de la radio et la nouvelle version de l'étude Public des Associatives de Médiamétrie portant pour la première fois sur l'ensemble des départements du Nord et du Pas-de-Calais. •

ÉCO

BELGIQUE : LES RADIOS INDÉPENDANTES FRAGILISÉES



Bien que la réalité vécue par chaque radio soit particulière, les radios indépendantes belges sortent fragilisées de la crise du Covid, selon une récente étude du CSA. Cette situation pourrait à terme impacter négativement le pluralisme.

Entre 2017 et 2019, le chiffre d'affaires global de 59 radios indépendantes en exercice sur les deux périodes d'autorisation accusait un recul de près de 300 000 €. Les années 2020 et 2021 semblent marquer une reprise économique, mais celle-ci résulte essentiellement des subsides exceptionnels dont ont bénéficié de nombreuses radios dans le contexte de la crise sanitaire.

À la lumière des chiffres d'affaires publicitaires de ces mêmes 59 radios entre 2017 et 2021, la tendance se confirme avec une baisse de 32% passant de 1 300 000 € à 890 000 €. Seules 23 radios indépendantes indiquent recourir à du personnel rémunéré pour un montant qui équivalait à 60% de leur chiffre d'affaires. Un montant de rémunération qui lui aussi diminue de 33,1% ces cinq dernières années, tout comme le nombre des effectifs, 33% entre 2019 et 2021. •

DAB

ADO ET OÛI FM ARRIVENT EN DAB+ À MONTPELLIER

La radio numérique terrestre continue de s'étendre dans l'ensemble des villes françaises. Après Caen et Le Havre début février, les auditeurs de Montpellier peuvent écouter la radio en DAB+ et découvrir Ado "la mythique radio du Hip-Hop et R'n'B" mais aussi Oûi FM, "la seule radio rock française". "Cette solution offre aussi une expérience de la radio plus agréable : un meilleur son de qualité numérique, un choix de radios plus important et une continuité d'écoute en mobilité", explique le Groupe 1981. •



HABITUDES

LE RÉCEPTEUR RESTE LE MODE D'ÉCOUTE PRINCIPAL DE LA RADIO

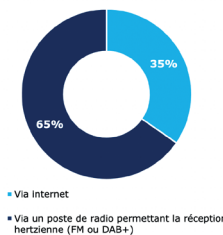
Si l'accès par Internet est prédominant pour la télévision, il est minoritaire pour la radio. C'est un des résultats de l'édition 2022 du baromètre du numérique.

S'agissant du mode de réception de la radio, l'effet âge est assez marquant. Les moins de 40 ans écoutent plus souvent la radio par Internet que les plus de 40 ans qui citent nettement plus souvent le réseau hertzien (FM ou DAB+), pour des niveaux d'écoute de la radio comparables entre ces deux tranches d'âge. Ainsi, si l'on considère l'ensemble de la population française de 12 ans et plus, l'écoute via le réseau hertzien varie entre 53% pour les 40-59 ans, 56% pour les sexagénaires et 57% pour les 70 ans et plus où elle est la plus répandue et 37% chez les 12-17 ans où elle est la plus faible.

Les habitants de communes rurales (54%) écoutent davantage la radio via le réseau hertzien (contre 46%

Graphique 124 - De quelle façon écoutez-vous le plus souvent la radio ou des contenus audio (podcasts ou musique, diffusés en direct ou disponibles à la demande, avec ou sans abonnement) ?

- Champ : ensemble de la population de 12 ans et plus écoutant la radio ou des contenus audio, en % -



des habitants de l'agglomération parisienne), alors que les Parisiens sont nettement surreprésentés parmi les auditeurs ayant recours à Internet : 34%, contre 19% des ruraux. •

SOLIDARITÉ

"PODCASTHON" : L'ÉLAN DE SOLIDARITÉ DES PODCASTEURS



Le réseau social dédié à l'altruisme Altruwe, lancé l'an dernier par Yves Delnatte et Jérémie Mani, organise le premier événement caritatif rassemblant les principaux podcasts francophones. Librement inspiré du Z Event et du Téléthon, le "Podcastthon" conserve les codes du podcast avec un objectif

simple : collecter des dons et promouvoir les valeurs de l'altruisme et de la solidarité en soutenant une grande diversité d'associations. Plusieurs centaines de podcasteurs se donnent rendez-vous du 25 au 31 mars pour soutenir une bonne cause... •

AUDIENCE

RFI ET FRANCE 24 CONFIRMENT LEURS SUCCÈS EN AFRIQUE



Selon les résultats de l'étude "Africascope janvier-décembre 2022" réalisée par Kantar-TNS. Plus d'un habitant sur deux (60,5%) déclare suivre au moins l'un des deux médias chaque semaine. En outre, la notoriété de RFI et France 24 reste maximale (96,5% de la population déclare connaître RFI ou France 24). RFI se maintient dans le Top 5 des radios les plus écoutées quotidiennement dans les sept pays étudiés (toutes radios confondues). 87% des habitants déclarent la connaître. •

DJ

FUN RADIO PRÉPARE SA "FUN RADIO IBIZA EXPERIENCE"



Pour la 7^e édition, l'événement électro de l'année, "Fun Radio Ibiza Experience" sera de retour à l'Accor Hotel Arena à Paris le vendredi 28 avril prochain. Cette soirée, événement emblématique de la station, accueillera Alan Walkar, Alok, Joel Corry, KSHM et Steve Aoki. Fun Radio espère réunir 15 000 auditeurs qui assisteront à une scénographie aux couleurs d'Ibiza. Plus des deux tiers des places sont déjà réservées. •



OFF AIR ...

En janvier, l'émission *Les Grosses Têtes* diffusée sur RTL a repris la première place des replays avec plus de 17 758 000 écoutes ou téléchargements ■ Radiocentre a indiqué que les revenus de la radio commerciale au Royaume-Uni ont augmenté de 2,8% en 2022 ■ En 2022, le chiffre d'affaires du pôle Radio du Groupe M6 est stable, à 157,6 M€ (+0,3%), dans un marché publicitaire stable ■ Charles-Emmanuel Bon, précédemment directeur de la distribution et des projets stratégiques, est nommé secrétaire général de Radio France ■ Près de 50 millions de personnes (89% de la population adulte de 15 ans et plus) ont écouté la radio chaque semaine au quatrième trimestre 2022 au Royaume-Uni ■ NRJ Group : croissance du chiffre d'affaires de +4,2% en 2022 ■ Du 6 février au 5 mai, l'équipe de Radio Campus Besançon organise son troisième concours régional de podcast ■ Selon l'Arcom, 27% des Français sont équipés d'une enceinte connectée à domicile et 65% écoutent toujours le plus souvent la radio via le poste de radio FM ■ En 2022, les sites et apps de streaming audio ont rassemblé chaque mois plus de 29 millions d'internautes ■ 295 minutes : c'est le temps que passent en moyenne les Belges à écouter de l'audio quotidiennement ■ En 2023, le RadioTour s'arrêtera dans 5 villes de France : Lyon (6 avril), Nantes (4 mai), Lille (1^{er} juin), Toulouse (5 octobre) et Marseille (16 novembre) ■ Selon Médiamétrie, les podcasts attirent d'ores et déjà près de 18 millions de Français tous les mois (+17% en un an) ■ Bel RTL : dès le 11 mars, et pour 6 semaines consécutives, l'Opération Pièces Rouges fait son grand retour en Belgique ■ Jean-Éric Valli a été réélu président des Indés Radios (128 stations) ■ La matinale de France Bleu Hérault, produite en direct de Montpellier, est désormais diffusée sur France 3 Occitanie ■ Dans plusieurs radios suisses, le salaire minimum pour les travailleurs permanents est désormais de 4 800 CHF par mois, soit 4 860 euros (avec un 13^e mois) ■ La Skol Radio organisera des portes ouvertes, mercredi 15 mars 2023 de 14h à 17h, à Guichen ■ Céline Pigalle a été nommée directrice de France Bleu ■ Avec plus de 26 millions d'auditeurs hebdomadaires au Royaume-Uni (des chiffres d'audience les plus élevés jamais enregistrés dans le monde), Global assoit sa position de première société de radio commerciale ■ L'administrateur général de la RTBF, Jean-Paul Philippot, a été réélu à l'unanimité président des Médias Francophones Publics ■ Sur Apple Podcasts, RTL propose *Les Grosses Têtes* sous la forme d'un podcast accessible sans découpe et sans publicité. Une version premium à partir de 1,99 € par mois ■ L'offre de podcasts NRJ Global est désormais certifiée par l'ACPM ■ Une nouvelle fois, France Inter est toujours la station la plus réécoutée en replay avec près de 50 millions d'écoutes ou de téléchargements en janvier ■ France Médias Monde signe une année record sur le numérique en 2022 avec plus de 3,4 milliards de vidéos vues et démarrages audio toutes plateformes confondues (+53% versus 2021) ■ Bénédicte Lesage, désignée par la présidente de l'Assemblée nationale, Antoine Boilley, désigné par le président du Sénat, ont été nommés membres du collège de l'Arcom par décret du 6 février 2023 ■ Selon Médiamétrie, Oxygène, la radio de la Seine-et-Marne, conforte sa place de leader des programmes locaux en part d'audience avec une part de marché s'établissant à 4,3% ■

FLAVIE FLAMENT : "ON ME LAISSE FAIRE UNE RADIO NOBLE !"



Par Olivier Malcurat [@oliviermalcurat](https://twitter.com/oliviermalcurat)

En 2010, Christopher Baldelli débâche Flavie Flament de la télévision et lance sa carrière radio sur RTL. © Gabrielle FERRANDI / Agence1827 / RTL.

CONTACT

RTL

56 avenue Charles de Gaulle
92575 Neuilly-sur-Seine Cedex
Tél. : 01 41 92 40 40
Web : rtl.fr



En moins de deux saisons, Jour J s'est imposé comme la locomotive des soirées de RTL. Si aujourd'hui une info chasse l'autre, Jour J prend le temps de l'analyse. Du lundi au jeudi à 20h, Flavie Flament et ses invités s'arrêtent, pour apprendre et comprendre l'actualité.

"La radio m'a comprise dans mes besoins, mes ambitions profondes. La télé, non." Flavie Flament

"Les soirées RTL sont dans les meilleurs scores historiques depuis vingt ans", confie-t-on à RTL. L'émission de Flavie Flament, *Jour J*, est le vaisseau amiral de la tranche qui réunissait, selon Médiamétrie, en 2022, quelque 238 000 auditeurs chaque soir (6,7% de PDA). En podcast, *Jour J* est un autre succès : 257 000 téléchargements en janvier 2023 (+35% versus janvier 2022). Dans cette émission, Flavie Flament reçoit un journaliste ou un expert, pour prendre du recul sur une actualité.

"Jour J, c'est une émission que j'ai ardemment voulu faire, confie la journaliste. J'avais très envie de présenter une émission en me tournant plus vers l'actualité ; actualités du moment et actualités passées. C'est une émission journalistique, on est dans l'analyse. Les invités ne sont pas du tout prévenus, c'est très spontané, ce n'est pas de l'entre-soi. Il y a une profonde volonté de partage et d'enseignement." Cette autre façon d'apprendre semble convaincre les jeunes. "Quand on aborde l'accident nucléaire de Fukushima ou la guerre du Vietnam, ils ont envie d'apprendre et de comprendre", poursuit-elle, avant de confier qu'avec *Jour J*, elle a le sentiment de repasser le bac tous les jours.

personnes qui l'accompagnent au quotidien : Bastien Robin, son bras droit, Céline Bonnet, sa productrice, et Raphaëlle, une journaliste stagiaire.

"J'ai la chance avec mon équipe de préparer des émissions dans l'air du temps. Je n'ai jamais connu de projet aussi excitant que celui-là, mais il faut reconnaître que c'est beaucoup de travail, d'écriture et de montage d'archives. Certaines émissions me donnent plus de fil à retordre que d'autres. Je pense à celle sur Sarajevo : on tire sur une pelote, les informations arrivent dans tous les sens, il faut les digérer. En revanche, les émissions les plus faciles sont celles dans lesquelles j'apprends. C'est toujours très exigeant mais plus facile. J'ai une prédilection pour les sujets ayant trait au Moyen-Orient, aux États-Unis ou à la politique française. Mais cela tient aussi à l'invité et à la qualité des archives. On a fait dernièrement une émission sur la guerre du Vietnam avec des archives qui n'avaient pas été diffusées depuis des décennies. Un journaliste de RTL était monté dans un avion et l'avion a été touché. On est scotchés ! On est au cœur de l'événement. Partir en plein conflit et revenir avec des sons hallucinants, c'est aussi une radio qui se fait moins aujourd'hui."

pouvoir d'achat. On y distille des conseils, des astuces, des recettes. Là encore, la journaliste cartonne ! Elle réunit près de 1,5 million d'auditeurs (13,2% de PDA).

"On me laisse faire une radio noble, dans l'air du temps, proche des gens et exigeante, conclut Flavie Flament. On ne peut pas faire plus heureuse que moi avec les deux émissions que j'anime aujourd'hui." •

BIO EXPRESS

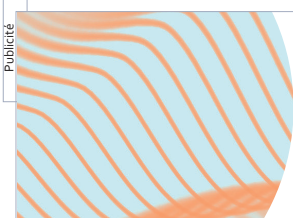
Née en 1974 dans la Manche, Flavie Flament obtient un bac littéraire avant d'étudier les langues étrangères, espérant ensuite intégrer le Centre de formation des journalistes. Mais sa rencontre avec Thierry Ardisson bouscule ses plans. L'animateur lui offre l'opportunité d'intégrer ses équipes et c'est ainsi qu'elle débute à la télévision. En 1996, elle est repérée par Alain De Greef qui lui propose de rejoindre Canal+ et la met à l'antenne. Puis ce sera TF1, qu'elle quitte en 2010 pour rejoindre RTL où elle présente *Tout le plaisir est pour nous*. Rapidement, la station lui confie l'émission *On est fait pour s'entendre*, qu'elle anime pendant onze ans, jusqu'à l'été 2021. Depuis, elle présente *Jour J*, chaque soir à 20h. En 2017, RTL lui confie aussi l'antenne le samedi matin avec *Nous Voilà Bien !* •

UNE PRÉPARATION TITANESQUE

"J'ai à cœur de tenir la dragée haute face à des journalistes très pointus dans leur domaine", assure Flavie Flament qui, devant chaque jour remettre l'ouvrage sur le métier, compte beaucoup sur la petite équipe de trois

FLAVIE, LE SAMEDI AUSSI !

Comme un poisson dans l'eau en semaine, Flavie Flament est aussi à l'antenne le week-end avec *Nous Voilà Bien !*, magazine hebdomadaire du samedi matin (9h15 à 10h). On y parle de consommation et de



MFT

Musical Format Test

ORIENTER LE FORMAT MUSICAL DE VOTRE RADIO VERS LES STYLES MUSICAUX QUE VOS AUDITEURS PLÉBISCITENT



ACTIV RADIO FÊTE SES 20 ANS



Maxence Bertholon et Romain Mazodier célèbrent vingt ans de radio et trente ans d'amitié ! © Olivier Malcurat.



CONTACT

Activ Radio
5 place Jean Plotton
42000 Saint-Étienne
Tél. : 04 77 42 04 00
Mail : activradio@activradio.com
Web : activradio.com

Par Olivier Malcurat [@oliviermalcurat](https://twitter.com/oliviermalcurat)

Née sur les hauteurs de Montbrison, dans la plaine du Forez, Activ Radio est aujourd'hui la première radio locale de Saint-Étienne et de la Loire. Fondée par deux passionnés et amis de longue date, elle se positionne sur la proximité et se nourrit du lien qu'elle entretient depuis vingt ans avec ses auditeurs.

Lorsqu'ils reprennent Forez FM en 2003, Romain Mazodier et Maxence Bertholon aiment déjà la radio passionnément. L'un travaille sur Radio SCOOP, l'autre sur RCF Saint-Étienne. Romain Mazodier, qui fit ses premières armes sur Forez FM, sait que la station ne va pas bien et propose à son ami d'enfance de la reprendre. "C'était dans une maison sur une colline, à Montbrison, dans les conditions des radios FM des années 1980 : l'émetteur, dans le grenier et l'antenne, cerclée autour de la cheminée", se souvient-il. Première chose à faire : rafraîchir l'image. "On a commencé par installer un traitement de son, changer l'antenne et changer le nom !" poursuit Maxence Bertholon.

"Forez FM s'active", claironnaient les premiers jingles, en attendant le feu vert du CSA. En septembre 2003, Activ Radio arrive sur les ondes : nouvelle programmation musicale, information de proximité, retransmission des matches de l'ASSE en Ligue 2. "Nous avions TPS et Canal Satellite pour suivre les matches et on bidouillait le micro du journaliste pour faire croire que nous étions en direct du stade", confesse Maxence Bertholon. Par la suite, Activ Radio créera La webradio des supporters, où sont retransmis les matches et où les associations de supporters elles-mêmes animent des débriefings avec des invités.

UNE CROISSANCE FULGURANTE

Six mois après le lancement d'Activ, un premier sondage la crédite de 7 300 auditeurs. Sur une petite ville rurale comme Montbrison, c'est un succès ! "Au début des années 2000, la radio est encore un média puissant, rappelle Romain

Mazodier. Il n'y avait pas de site Web, pas de streaming. À l'époque, il était certainement plus facile d'installer une marque. On a eu la chance d'avoir un petit succès local, mais on ne s'en rendait pas compte. Cela nous a permis d'entrer au GIE des Indés Radios et de nous développer."

En 2005, Activ Radio déménage son émetteur qu'elle installe en site propre sur les hauteurs de Saint-Étienne. Elle va enfin couvrir le bassin stéphanois avant d'installer ses studios dans la capitale ligérienne en 2007.

En 2011, Activ Radio obtient une fréquence à Roanne où elle développe un décrochage. Elle devient partenaire officiel de la Chorale de Roanne dont elle retransmet les matches à l'antenne. Depuis l'an dernier, elle diffuse aussi en DAB+. Activ Radio est devenue un concurrent redoutable pour Radio SCOOP avec qui elle se dispute la première marche du podium des audiences. "C'est de la bonne concurrence, assure Romain Mazodier. On est très vite passés devant eux. Ils sont repassés devant nous. En ce moment, c'est nous qui sommes en tête. On s'entend bien et cela nous fait avancer."

DES SOUVENIRS ET UN AVENIR

En 2023, les dirigeants d'Activ Radio et leurs équipes (25 personnes) se félicitent du chemin parcouru. Ils se souviennent avoir rempli deux fois le Zénith de Saint-Étienne, avoir envoyé des journalistes dans le monde entier découvrir les pays à l'honneur de la Foire de Saint-Étienne dont Activ est la radio officielle, avoir été la première radio en Europe à réaliser une émission en direct d'un tramway, celui de Saint-Étienne étant le plus ancien de France... C'est aussi un journaliste d'Activ qui a terminé

en cellule, dans les sous-sols du stade Geoffroy-Guichard, pour y avoir introduit une console de jeux qu'il avait offerte dans la tribune officielle à Jean-Michel Aulas, président de l'Olympique Lyonnais, après sa provocation envers les supporters stéphanois lorsqu'il avait déclaré que l'ASSE jouait à la PlayStation pendant que l'OL disputait la Ligue des champions... Il y en a eu des temps forts pendant ces deux décennies. Mais Activ est résolument tournée vers l'avenir : "Encore vingt ans ! J'aurai 64 ans et tous mes trimestres !" conclut Maxence Bertholon. •

JOYEUX ANNIVERSAIRE, ACTIV !

D'ici au mois de juin, l'équipe d'Activ organise plusieurs journées sur le terrain, à la rencontre des auditeurs, à Montbrison, Firminy, Roanne et Saint-Étienne. "C'est l'ADN d'une radio locale de sortir pour aller à la rencontre des gens. Il y a des auditeurs que l'on ne connaît pas mais qui nous écoutent depuis vingt ans. Nous voulons fêter cet anniversaire avec eux ! Ils peuvent s'inscrire et nous irons chez eux, en direct", explique Romain Mazodier. Les journées spéciales se clôtureront le soir avec un moment festif réunissant à chaque fois une centaine d'auditeurs, l'occasion de déguster la cuvée des vingt ans d'Activ. Le 1^{er} juin, Activ Radio investit le Zénith de Saint-Étienne pour offrir une soirée à 5 000 ou 6 000 auditeurs. Un plateau d'artistes est en cours de finalisation. "On va faire participer l'équipe et rappeler les anciens, précise Romain Mazodier. Tout le monde montera sur scène. On aime l'esprit d'équipe et on va essayer de faire transpirer ça." •



Zerojanvier
FAITES DE VOTRE RADIO UN TUBE !

JINGLES CHANTÉS/PARLÉS
IDENTITÉS SONORES
GÉNÉRIQUES
BEDS
LINERS

DÈS LA MATINALE, LA TENDANCE EST À L'INTERACTIVITÉ



Laure et Alex, au micro de la matinale de Tendance Ouest, du lundi au vendredi de 6h à 9h30. © Thibault Lecoq - Tendance Ouest.



CONTACT

Tendance Ouest
12 quai Joseph Leclerc-Hardy
50958 Saint-Lô Cedex
Tél. : 02 33 05 32 30
Web : www.tendanceouest.com

Par Julien Boujot [@JulienBoujot](https://twitter.com/JulienBoujot)

Depuis cette saison, les rênes de la matinale de Tendance Ouest ont été confiées à un tout nouveau duo, Alex et Laure. Nouveau duo sur les ondes, il demeure que depuis des années ils se côtoient déjà tous les deux dans les studios de Tendance Ouest, de quoi créer rapidement une dynamique entre eux au micro qu'ils prennent soin d'entretenir et de densifier auprès d'un nombre d'auditeurs en constante progression. Un challenge supplémentaire pour le duo qui semble, au contraire, l'animer d'un surcroît de motivation.

"Pour nous, ce n'est pas pertinent de faire de la zone globale." Alex Arbey

Du côté de Tendance Ouest, les indicateurs sont au vert depuis l'été dernier et la parution des derniers chiffres Médiamétrie (étude EAR Local de Médiamétrie). Sur la période septembre 2020 - juillet 2022, Tendance Ouest affichait 205 500 auditeurs quotidiens permettant à la station de se placer 10^e radio régionale de France. Fort de cette dynamique et ne voulant pas se reposer sur ces bons scores, le carrefour stratégique de la matinale fait progressivement sa mue sans vouloir opérer sa révolution.

LARGE PLACE À L'INTERACTIVITÉ

Quand on évoque le sujet de l'interactivité, le constat ne se fait pas attendre, "c'était un des défauts de la matinale", concède Alex Arbey au sujet de la saison passée de *Normandie Matin*. C'est pourquoi l'équipe a misé sur une présence accrue auprès de ses auditeurs via les réseaux sociaux pour cette saison. Et les résultats ne se sont pas fait attendre avec des résultats en progression là encore. "On a plus que doublé en une année", se félicite le duo qui compte désormais environ 7 000 abonnés sur

Instagram et plus de 90 000 sur Facebook qui chaque jour maintiennent un lien fort avec l'antenne grâce aux différents dispositifs mis en place (question du jour, jeux-concours, etc.).

EN PRISE DIRECTE

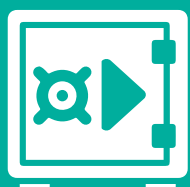
Et ce n'est pas une partie annexe dans le travail quotidien de l'équipe qui produit les 3h30 de matinale en autoproduction et qui, une fois les micros coupés à 9h30, s'attelle à la préparation du lendemain avec une volonté forte, celle de la proximité, de l'info utile, de l'insolite dénichés grâce à une veille régulière et beaucoup d'échanges entre eux pour trouver tout ce qui peut être concernant. "On veut que les auditeurs puissent raconter ces anecdotes le matin à la machine à café", se donne l'équipe comme leitmotiv à faire émerger au travers de plusieurs chroniques (Pourquoi, comment, quoi ; Chronoquiz, etc.).

C'est dans cet esprit et avec ses ambitions que *Normandie Matin* entend faire valoir sa différence. La promesse demeure simple et puissante à la fois : "Ils ont les infos au plus proche de chez eux", précisent les deux

animateurs. Ainsi, des habitants de Cherbourg ou bien de Rouen auront accès à des flashes info locaux et territorialisés toutes les 15 minutes, de quoi densifier encore la relation avec l'audience et faire de *Normandie Matin* un réflexe auprès des auditeurs.

TROIS HEURES TRENTE DE DIRECT MAIS... SANS CAMÉRA

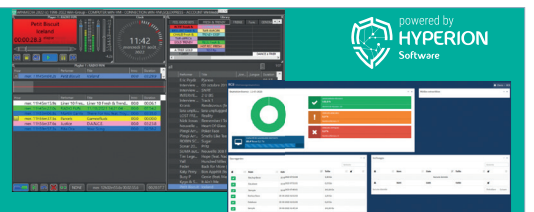
Pour le reste, la matinale mise largement sur une programmation musicale faite de hits et de golds dynamiques avec un soin tout particulier porté à diffuser un minimum de chansons tristes. Une part importante de jeux et de divertissement s'enchaînent tout au long des 3h30 de direct permettant aux auditeurs de coconstruire avec Alex et Laure leur début de journée. Et si l'on pense que *Normandie Matin* fait comme les autres, ce n'est pas vraiment le cas. "On fait partie des derniers résistants à ne pas se filmer", précise Alex Arbey. Un détail sans doute pour certains, mais un marqueur important pour bien d'autres qui font encore de ce carrefour stratégique un pur moment de mise en ondes. •



winSafe
PROTÉGEZ VOS DONNÉES ET DIFFUSION

winmedia.org/fr/winsafe

RASSURER
SAUVEGARDER
PROTÉGER
SÉCURISER
DIFFUSER



Direct

JOURNALISTES SPORTIFS : LES VOIX AGILES DU SPORT !



Quand on suit un événement sportif à la radio, on est tenu en haleine par les commentateurs. Chaque action et chaque mouvement est décrit pour nous faire vivre le match dans son intégralité. Les commentateurs sportifs sont des conteurs privilégiés qui nous emmènent avec eux dans les tensions des matchs.

*Philippe Randé, rédacteur en chef
du service des sports de Radio
France.*

Par Loïca Tuyindi

“Le match est le seul moment de vrai direct dans la culture du replay et du zapping dans laquelle nous baignons. Le match de foot est instantané et quand on manque une ou dix minutes, on ne peut pas retourner en arrière.” Philippe Randé

Difficile d’imaginer un grand match de football en direct à la radio qui ne soit pas commenté. En France, la première retransmission sportive radiophonique date d’un siècle. Ce n’était pas un match de foot, mais la boxe qui était commentée en direct. Depuis, le commentaire sportif s’est étendu à plusieurs disciplines et le sport fait partie intégrante de l’offre d’un grand nombre de stations, à la fois des radios généralistes nationales et des radios locales et régionales, privées comme publiques. Selon l’Arcom, la radio est un média clé pour la diffusion de l’information sportive et la retransmission de compétitions sportives. La voix est un vecteur d’émotion et un outil efficace pour transmettre les valeurs du sport. Pour mieux faire vivre ces instants aux auditeurs, les commentateurs doivent se surpasser pour retransmettre l’application des sportifs, les enjeux et les tensions des matchs.

LE SPORT À LA RADIO A DE BEAUX JOURS DEVANT LUI !

Selon Philippe Randé, le sport a encore un bel avenir à la radio. Le rédacteur en chef des sports chez Radio France compare un match de foot à une soirée électorale, on ne sait pas ce qui va se passer. Le public est tenu en haleine jusqu’à la fin du match. Les pronostics ne sont que des hypothèses, seules les réalités du match nous livrent le dénouement attendu. Présent

au Qatar lors de la Coupe du monde avec une dizaine de journalistes et une partie de la direction des sports de Radio France, Philippe Randé s’est lui-même donné à l’exercice du commentaire sportif et a commenté des matchs. Selon lui, la répétition est le maître-mot de ce métier, plus on s’y exerce, meilleur on est dans la matière. La qualité spécifique qui est demandée au commentateur sportif est d’avoir une expertise dans la discipline commentée et connaître les joueurs.

UN EFFET COUPE DU MONDE

En observant l’audience radio des matchs de foot durant la Coupe du monde, on peut l’affirmer, le sport a de beaux jours devant lui. La station RMC lui a conservé sa grille habituelle de 6h à 15h, mais a dédié près de 300 heures à l’événement, a enregistré 3,21 millions d’auditeurs sur la période novembre-décembre et a gagné 0,2 point de PDA. Philippe Randé l’admet également, franceinfo, principal client de Radio France, a enregistré une part d’audience record sur une vague novembre-décembre de 5,2%. Sur les 64 rencontres de la Coupe du monde de football, les rédactions évaluent d’abord leurs capacités d’achat de droits et affectent les commentateurs en fonction des matchs. Après le football, les sports les plus traités à la radio sont le cyclisme, le tennis et le rugby. Les compétitions nationales et internationales telles que le rugby, le Tour de France, Roland-

Garros, etc. sont largement traitées et suivies par les auditeurs. Les Jeux olympiques ou Championnats du monde d’athlétisme et de natation sont aussi couverts de manière importante par certaines radios. •

POUR ALLER PLUS LOIN...

Le 6 octobre 1923 est la date de la toute première retransmission sportive radiophonique en France du combat de boxe opposant le Français Eugène Criqui et le Belge Henri Hebrans, salle Wagram, à Paris. Le commentateur, Edmond Dehorter, s’est fait appeler le parleur inconnu. À ses débuts, les journalistes de presse écrite qui se réjouissaient de la performance du parleur inconnu s’inquiétaient pour leur avenir. Les lecteurs pourraient préférer le direct de la radio aux écrits. Tout cela était bien avant l’apparition des premiers écrans télévisuels en 1935. Le commentateur, action par action, fait un suivi du match en temps réel. Les consultants sont souvent des sportifs professionnels à la retraite, entraîneurs ou des experts de la discipline. Les commentateurs sont plus susceptibles d’être journalistes polyvalents à la radio. •

FRANCE BLEU AU SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

Par Olivier Malcurat @oliviermalcurat

La 59^e édition du Salon International de l'Agriculture vient de refermer ses portes. En dix jours, la plus grande ferme de France a accueilli près de 700 000 visiteurs. L'occasion pour France Bleu de se rapprocher de ses auditeurs venus de toute la France, avec un dispositif de grande envergure.

UN STUDIO AU CŒUR DE L'ÉVÈNEMENT



C'est dans le Pavillon 1 du Parc Expo de la Porte de Versailles que Radio France a installé ses studios. Chaque jour, les équipes de France Bleu, franceinfo, France Inter et France Culture se sont relayées sur place, multipliant les émissions en direct. Les locales de France Bleu ont largement investi les lieux pendant toute la durée du Salon.

LA MATINALE DE FRANCE BLEU NORD



Mardi 28 février : la Région Hauts-de-France est à l'honneur sur le Salon de l'Agriculture. 6h. Le Salon n'a pas encore ouvert ses portes, mais l'équipe de la matinale de France Bleu Nord est déjà au travail... et les agriculteurs aussi puisque Salon ou pas, la traite n'attend pas. À deux pas des vaches, Pascal Toth, Pascale Thiebold et Thomas Schonheere reçoivent Marie-Sophie Lesne, vice-présidente de la Région Hauts-de-France en charge de l'Agriculture.

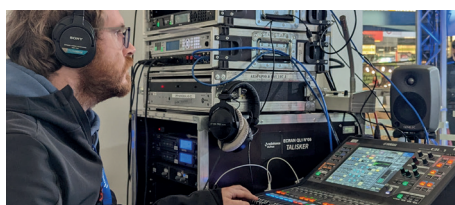
... FILMÉE POUR LA TÉLÉ



7h. La matinale est désormais filmée jusqu'à 9h et retransmise sur France 3. Le studio est équipé de quatre caméras et d'un important dispositif d'éclairage. Dans sa régie vidéo, Adrien Simonnet de France 3 Champagne-

Ardenne envoie les flux jusqu'à Reims d'où sont contrôlées les caméras robotisées. De Reims, le programme est ensuite renvoyé jusqu'à Lille pour être diffusé sur France 3 Nord-Pas-de-Calais.

DES TECHNICIENS SPÉCIALISTES DU TERRAIN



Dans la pièce d'à côté, Lucien Lefebvre, technicien du service DPAV externe de Radio France (direction de la production audiovisuelle) assure la réalisation de la matinale. Il gère à la fois le direct du studio mais aussi la liaison entre le plateau et les journalistes envoyés dans les allées du Salon à la rencontre des exposants.

EN DIRECT DES ALLÉES DU SALON



Équipée d'un micro HF, l'équipe de la matinale de France Bleu Nord arpente les allées du Salon. 8h40. Pascal Toth entre dans un box et tente d'interviewer un veau, sous le regard médusé de Pascale Thiebold et Thomas Schonheere. Même s'il ne parvient pas à ses fins, l'animateur emmène avec lui l'auditeur caresser l'animal, sous l'œil de la caméra déportée.

LES "BALADEURS" DES LOCALES DE FRANCE BLEU

En marge de la matinale de France Bleu Nord, d'autres locales de France Bleu assurent aussi la couverture du Salon. Caroline Jouanneau est animatrice sur France Bleu Cotentin. Équipée d'un matériel HF, elle assure une présence en



direct du Salon, racontant ce qu'elle voit ou rencontrant les exposants de sa région.

LES ÉMISSIONS NATIONALES AUSSI



12h. Willy Rovelli entre en piste pour *On n'est pas à l'abri d'une bonne émission*. Avant d'entrer en piste, l'animateur s'est livré à quelques photos et autres selfies avec les jeunes visiteurs du Salon qui, même sans son costume, ont forcément reconnu le personnage de *Fort Boyard*. Accompagné de sa bande, Willy Rovelli anime son talk-show d'actu avec des invités glanés sur le Salon : agriculteurs, éleveurs, producteurs...

MA FRANCE, AU CŒUR DES RÉALITÉS DU MONDE AGRICOLE



13h. Place à *Ma France*, le magazine d'actualité des 44 stations locales, présenté par Wendy Bouchard. Chaque jour, la journaliste approfondit une thématique d'actualité liée aux problématiques agricoles. "C'est un très beau moment, plein de richesse, confie-t-elle. C'est la France qui se lève tôt, la France qui bosse, qui est au cœur de tous les sujets du moment. Le Salon de l'Agriculture, c'est le miroir de la France. On est au cœur des sujets de société. Être ici, c'est absolument naturel et essentiel." •

RCL RADIO RENAÎTRA LE 21 JUIN



Elric Huguet du Lorin, l'un des deux derniers salariés de RCL Radio à sa fermeture en 1998. © Restaurant César et Rosalie.



CONTACT

RCL Radio
17 rue Rapide
85100 Les Sables-d'Olonne
Mail : contact@rclradio.fr
Web : rclradio.fr

Par Olivier Malcurat [@oliviermalcurat](https://twitter.com/oliviermalcurat)

RCL Radio : une station disparue depuis 1998 au profit de RFM Vendée. Mais son souvenir est encore très vif chez de nombreux Vendéens. Les deux derniers salariés de la station et une poignée d'anciens ont décidé de la recréer... vingt-cinq ans après.

"Nous démarrons sur le Web en attendant un appel à candidatures pour le DAB+." Marc Brisson.

Née en 1982 à l'initiative d'une bande de copains des Sables-d'Olonne, Radio Côte de Lumière a connu son heure de gloire. De Talmont-Saint-Hilaire à Saint-Gilles-Croix-de-Vie, elle diffusait sur tout le pays des Olonnes et même plus largement puisqu'on la captait de Nantes à La Rochelle.

En novembre 1986, "un sondage la classe première radio du pays des Olonnes", se souvient Schoop, la mémoire de la FM. En 1990, l'association devient SAS et la station prend le nom de RCL Radio. Cinq ans plus tard, un profond désaccord entre direction et salariés débouche sur une grève du personnel. La radio est à vendre.

Les salariés font une offre. Finalement, les groupes Lagardère et RTL récupèrent les quatre fréquences : La Roche-sur-Yon et Challans pour Europe 1, Saint-Gilles-Croix-de-Vie pour RFM et Les Sables-d'Olonne pour RTL2. L'équipe de RCL Radio poursuit l'activité radio au profit de RFM Vendée (cat. C) dont elle assure les décrochages locaux jusqu'en avril 2006, lorsque la station bascule en catégorie D.

UNE ÉQUIPE NOSTALGIQUE

L'histoire aurait pu s'arrêter là, mais c'était sans compter sur la passion des salariés de l'époque. Rappelons qu'ils avaient proposé de racheter la radio ! Marc Brisson et Elric Huguet du Lorin, les deux derniers salariés de la station, et quelques anciens de RCL Radio n'ont pas dit leur dernier mot. Nostalgiques de la grande époque des années 1980, ils ont l'ambition de relancer RCL Radio. "Lorsque RCL Radio a fermé, c'était le tout début de l'automatisation, se souvient Marc Brisson, président de l'association Vendée Com Média qui porte le projet de faire renaître RCL Radio. On travaillait encore avec des cassettes,

des cartouches et des CD... Mais depuis, la technologie a évolué et le numérique nous offre de nouvelles perspectives. Aujourd'hui, on peut monter une structure avec des coûts moindres." Le 21 juin prochain, jour de la Fête de la musique, sera aussi le jour de la renaissance de RCL Radio. D'abord sur le Web et sur une application dédiée. Et peut-être un jour en DAB+. "Dès qu'il y aura un appel à candidatures, nous postulerons !" affirme Elric Huguet du Lorin, à qui l'Arcom a bien fait comprendre qu'il n'y avait aucune chance de relancer un jour RCL Radio en FM.

RELANCER UNE MARQUE FORTE

Le souvenir de RCL Radio ne s'est jamais effacé des cœurs vendéens. "Dans l'inconscient collectif, la marque RCL Radio n'a pas été oubliée", témoigne Marc Brisson. Le nouveau projet s'inspire fortement de l'ADN de RCL Radio dans les années 1980 et de ce qui a fait son succès. "Nous faisons le pari de relancer une radio extralocale, avec un programme musical mais aussi de l'info de proximité sur la région des Olonnes", souligne Elric Huguet du Lorin, prenant à témoin le succès de NOV FM, dans le nord-ouest de la Vendée. "Nous diffuserons aussi les offres d'emploi de la région et notamment celles des entreprises qui soutiennent notre initiative par du mécénat", ajoute Marc Brisson.

Dès le départ, RCL Radio emploiera deux salariés. La programmation balaiera plus de quarante ans de musique, des années 1980 à aujourd'hui. Le logo va être légèrement modernisé tout en restant très proche de celui des années 1980, "dont les gens se souviennent", selon Marc Brisson. Nous allons apporter de la nouveauté tout en gardant l'âme de l'ancien". L'association a bien l'intention d'embarquer

des jeunes dans l'aventure, "pour qu'ils nous aident à appréhender la radio d'aujourd'hui. Le démarrage va prendre un certain temps. Il nous faudra trois ans pour atteindre notre vitesse de croisière".

REPÈRES HISTORIQUES (AVEC SCHOOP)

1982 – 2 septembre : création de Radio Côte de Lumière.

1983 – 22 septembre : Radio Côte de Lumière n'est plus autorisée aux Sables-d'Olonne. Elle interrompt sa diffusion, suscitant un élan de soutien de la population : manifestations, pétition...

1984 – 1^{er} janvier : Radio Côte de Lumière recommence à émettre.

1986 – Radio Côte de Lumière devient RCL et étend sa diffusion avec trois nouvelles fréquences. Novembre : le pylône de la station est déboulonné. La station porte plainte.

1990 – La radio associative devient SARL et prend le nom de RCL Radio. 25 juillet : les studios sont détruits par un incendie.

1995 – Grève des salariés en désaccord avec la direction. La radio est à vendre. Les salariés présentent une offre. Les groupes Lagardère et RTL sont sur les rangs et remportent la mise.

1998 – L'équipe de RCL assure les décrochages de RFM Vendée sur la fréquence des Sables-d'Olonne.

2001 – L'autorisation de RFM Vendée (cat. C) est transférée à RFM Entreprises (cat. D). Fin du programme local.

2022 – Création de l'association Vendée Com Média.

2023 – Renaissance de RCL Radio sur le Web.

LES NOUVELLES RADIOS NÉES DU DAB+ (2/12)

Par Olivier Malcurat [@oliviermalcurat](#)

L'arrivée du DAB+ a été une opportunité de se lancer pour les nouveaux acteurs, mais aussi de se diversifier pour les acteurs déjà autorisés. Les radios "DAB+ natives" sont très éclectiques. La Lettre Pro de la Radio vous propose de les découvrir tout au long de l'année.



KISS FM WEST COAST

Plusieurs années après son lancement sur Internet, Kiss FM West Coast arrive sur les ondes grâce au DAB+. Avec un catalogue de plus de 2 000 titres, elle met à l'honneur la musique américaine, des Bee Gees à Joe Cocker en passant par les Beatles, Bob Dylan, Bruce Springsteen, Dire Straits, Fleetwood Mac et même la country music. *"Ce sont des titres connus du grand public, des versions originales mais aussi des reprises, explique Olivier Cordier, programmeur de Kiss FM West Coast. Cela va des années 1960 aux années 2000 avec un cœur de programmation*

dans les années 1970-1980. Il faut s'imaginer dans une grosse voiture américaine, sur la route entre Los Angeles et San Francisco." Cerise sur le gâteau : la voix d'antenne est celle du comédien américain Pete Gustin. *"Nous voulions une grosse voix américaine, comme celles que l'on entend dans les bandes-annonces de films."* Une radio 100% anglophone en France ? Pour contourner le problème, Kiss FM West Coast diffuse depuis l'émetteur DAB+ de Monaco, qui n'est pas soumis aux quotas de chanson francophone et qui couvre un territoire d'un million d'habitants, de la frontière italienne à Saint-Tropez. •

CROONER RADIO

CROONER RADIO

Depuis 2009, Crooner cultive l'élégance. Son fondateur, Jean-Baptiste Tuzet (passé par Radio France et RTL notamment), fait partie des militants avant-gardistes qui appelaient de leurs vœux l'avènement du DAB+ en France. Son ambition : proposer un programme de grande variété internationale haut de gamme. *"C'est comme dans un hôtel, c'est du 5 étoiles ! explique-t-il. Crooner, c'était un rêve. C'était aussi le titre de ma première émission sur France Inter. C'est une radio de niche, dans la trempe de TSF Jazz. De la musique haut de gamme, des rubriques de grande qualité comme Media Inside ou Fly Me To The Brands, le talk-show hebdomadaire Crooner and friends... Les jeunes ne veulent plus entendre huit à dix minutes de publicité par heure pour écouter un titre qu'ils n'ont pas choisi !"*

Dans ce sens, Crooner développe d'autres sources de revenus comme le podcast ou une offre de radios événementielles. Dès le départ, ses ambitions sont nationales. *"On ne savait pas que le DAB+ ne démarrerait qu'en 2023 !"* Entre-temps, il y a eu quelques événements surprise, "Drive Surprise sur les Champs-Élysées" en 2014 avec 100 Rolls-Royce et Bentley.

Ciblant les CSP+, Crooner revendique 0,2% sur Paris, soit 20 000 auditeurs par jour et 2 millions par mois sur le digital. •



CINEMUSIC RADIO

Comme son nom l'indique, CINEMUSIC Radio est une radio thématique entièrement dédiée au cinéma et aux musiques de film. Mais elle s'intéresse aussi aux séries, aux jeux vidéo, à l'univers du spectacle, aux arts, à la pop culture et aux loisirs. *"Il n'existait pas de radio autour de cette thématique musicale et rédactionnelle, explique Arnaud Klein, président de l'association qui pilote CINEMUSIC Radio. La musique à l'image est très populaire et a pris beaucoup d'importance ces dernières années."* Deux ans et demi après son lancement, la station dispose de 30 000 titres en rotation.

"Nous avons une programmation éclectique : pop, rock, jazz, soul... Une programmation orchestrale, spécifique au cinéma. Nous avons fourni un gros travail pour accompagner notre programmation via les données associées et raccrocher chaque titre au film ou à la série auquel il se rapporte. Nous avons aussi retravaillé plus de 2 000 pochettes de disques, dont certaines sont introuvables." Aujourd'hui, CINEMUSIC Radio est le fruit du travail de cinq passionnés qui ne manquent pas d'idées pour la développer, notamment grâce au podcast. *"Nous faisons les choses au fur et à mesure, avec les moyens d'une structure associative."* •

Adaptabilité

PREMIÈRE RADIO ÉQUIPÉE D'UN LOGICIEL POUR NON-VOYANTS



Christophe Frot, journaliste, animateur et réalisateur à France Maghreb 2.



CONTACT

France Maghreb 2
Web : francemaghreb2.fr

Par Emmanuelle Pautler [@EmmanuellePautl](#)

Radio généraliste commerciale située à Belleville, dans le 20^e arrondissement parisien, France Maghreb 2 a récemment ajouté des fonctionnalités logicielles pour animateurs non-voyants, développées en partenariat avec les sociétés WinMedia et Accessolutions.

France Maghreb 2, réseau national privé, diffuse sur 9 fréquences FM et 19 fréquences DAB+. Son équipe est composée de quatre salariés, de chroniqueurs bénévoles d'horizons différents (élus, avocats, chefs d'entreprises), et ses émissions de talk et sa grille musicale s'adressent à un public franco-maghrébin. Elle est aussi écoutée à l'étranger, sur Internet et via son application.

Christophe Frot, réalisateur, animateur et journaliste non-voyant, dans la station depuis 2005, anime du lundi au vendredi, de 16h à 18h, *Le Grand Forum*, qui "brasse l'actualité avec des débats et analyses".

Tarek Mami, fondateur et directeur de France Maghreb 2, voyant les avancées dans le domaine de la radio pour les personnels en situation de handicap, comme dans la station Vivre FM, a recherché des solutions logicielles adaptées pour Christophe Frot, dont l'émission a une audience importante et est diffusée sur YouTube. France Maghreb 2 étant équipée de la suite logicielle WinMedia depuis son adhésion aux Indés Radios en 2007, Tarek Mami s'est naturellement adressé à la société WinMedia pour envisager une adaptation logicielle pour journalistes non-voyants.

L'ADAPTATION D'UN LOGICIEL

Benjamin Gianelli, chef de projet chez WinMedia, a été l'interlocuteur de France Maghreb 2, avec Frédéric Brugnot, créateur en 2004 de la société Accessolutions qui développe des logiciels pour personnes non voyantes ou malvoyantes exerçant dans des horizons professionnels très variés. "Au départ, je ne connaissais pas particulièrement ce logiciel radio mais bien les besoins d'une personne malvoyante, Christophe Frot m'a expliqué ses attentes et c'était pour moi un nouveau challenge pour le rendre accessible", déclare Frédéric Brugnot, ingénieur informaticien,

lui-même non-voyant, et dont la société de 18 personnes compte 1/3 de non-voyants, 1/3 de malvoyants et 1/3 de personnes voyantes. "Frédéric Brugnot a très rapidement compris le fonctionnement de WinMedia. Il a choisi d'interfacer le logiciel de lecture d'écran NVDA entre WinMedia et l'utilisateur malvoyant. Avec les informations de navigation et les timings disponibles dans son casque, l'utilisateur est désormais autonome de la production à la diffusion. Cela, également grâce à de nombreux raccourcis clavier dédiés ou grâce à l'utilisation des fader-starts", précise de son côté Benjamin Gianelli.

"Frédéric Brugnot a adapté les différents raccourcis du WinMedia et nous avons été formés sur le tas. J'ai appris à m'en servir avec quelques réunions Zoom. Cela m'a apporté un certain confort, déclare Christophe Frot. Avec la synthèse vocale gratuite NVDA, je peux faire un certain nombre de choses, et avec le logiciel de programmation musicale WinMedia, je peux regarder ce qu'il y a dans la playlist, programmer une chanson dans la base et l'ajouter dans la playlist, suivre ce qui passe à l'antenne. L'intérêt est de montrer aux gens et aux professionnels qu'on peut faire de la radio comme n'importe quels journaliste et animateur."

ENTRE ENTRE 1 À 10 JOURS DE TRAVAIL POUR ADAPTER UN LOGICIEL

"Dans ce genre de logiciel radio, il y a pas mal de fonctionnalités qu'il faut rendre accessibles", explique Frédéric Brugnot. "Nous sommes développeurs d'accessibilité pour non-voyants, en règle générale, ce n'est pas l'éditeur du logiciel mais l'utilisateur lui-même qui exprime ses besoins spécifiques et nous mettons en place des solutions techniques pour y répondre. Le logiciel NVDA utilisé par de nombreux non-voyants permet de faire parler ce qui se trouve sur l'écran de l'ordinateur. J'écris ensuite un

programme complémentaire : l'idée est de tout rendre accessible avec le clavier de l'ordinateur, les non-voyants n'utilisant pas la souris", explique Frédéric Brugnot.

"Il y a un logiciel que je ne connais pas, et c'est chaque fois un nouveau challenge pour le rendre accessible. Je suis toujours surpris de constater une contradiction en radio : tous les logiciels liés au son, pour la diffusion et le montage, sont très visuels, et très mal adaptés aux personnes non voyantes, ajoute-t-il. En France, il y a beaucoup de non-voyants, et de plus en plus de grosses sociétés veulent intégrer des personnes handicapées, or nous sommes très peu sur ce secteur de l'accessibilité : pour chaque client, il faut compter entre 1 à 10 jours de travail selon les demandes. Nous essayons d'évaluer ce qui est le plus important pour l'utilisateur déficient visuel, en fonction de notre disponibilité, et aussi du budget qui aura été attribué pour cela."

DES ATTENTES À LONG TERME

Le souhait de Christophe Frot serait de tout contrôler à distance, y compris de chez lui, comme les animateurs pendant le confinement. "Tout ce qui est graphisme reste un problème pour moi. Je rêverais que 100% du logiciel me soit adapté. Cela m'a apporté un confort supplémentaire, mais je reste assez frustré de ne pas pouvoir tout faire en radio comme une personne voyante. J'arrive à gérer et envoyer un son d'un autre ordinateur, avec l'aide du logiciel de production Sound Forge, efficace et simple d'utilisation, avec lequel je fais du montage. Mais je ne peux pas faire de la programmation musicale pure. Je peux juste envoyer la pub et stopper le morceau en cours", ajoute Christophe Frot, qui aimerait davantage de raccourcis clavier, y compris via d'autres logiciels. France Maghreb 2, première radio à adapter sa suite logicielle d'antenne pour son personnel non voyant, lui a ouvert la voie de l'autonomie. •

Signal

LA PROFESSION MÉCONNUE DE TECHNICIEN D'ANTENNE : LE TRAVAIL DE L'OMBRE

Par Capucine Méreaux

Rarement explicitées, trop souvent camouflées, découvrons les multiples facettes d'un métier primordial au sein d'une radio : le passionnant quotidien d'un technicien d'antenne ! Alliant fameuses techniques du son et des images, coordination groupale ainsi qu'aspects communicationnels à l'égard des auditeurs, ce professionnel doit faire preuve de polyvalence. Et sinon... Quelles sont les perspectives d'évolution lorsque l'on embrasse une carrière de technicien d'antenne ?

Audience oblige, le travail du technicien d'antenne représente une véritable nécessité afin que les émissions soient diffusées de manière audible et agréable à l'intention de l'audimat. Maillon essentiel de la radio, il a notamment la charge de l'ensemble des opérations techniques obligatoires dans le but de fournir un contenu de qualité. Prise de son, mixage et mise en ondes du programme... Ces actions variées permettent un certain équilibre acoustique afin que toutes sonorités s'accommodent et se superposent convenablement. Comme tout ingénieur du son, le technicien d'antenne est un as des différentes sonorités et sait en extraire les vertus. Matière première de ses réalisations sonores, le son représente l'identité propre de la radio, à défaut de pouvoir retransmettre des images comme à la télévision.

SE FORGER UNE IDENTITÉ AUDITIVE PAR LE SON

Grand artisan de ce savoir-faire, le technicien d'antenne doit établir le public cible afin de divulguer des ambiances sonores adéquates marquant les esprits. En coordination groupale permanente, il peut notamment intervenir dans l'association de diverses images avec certaines sonorités. Ce métier aux multiples facettes implique des qualités évidentes de technicité tout comme des vertus en rédaction. Cependant, quel est le type d'études à envisager dans le but de côtoyer cet univers ? Bien que pluridisciplinaires, les écoles relatives au secteur de l'audiovisuel s'avèrent devenir la meilleure option afin d'emmagasiner le plus de compétences ! Techniques du son, gestion d'une communauté, détails techniques et numériques... Autant vous dire que tout y est réuni.

UNE OUVERTURE COMMUNICATIONNELLE

Outre ses fameuses appétences techniques, ce professionnel de la radio doit faire preuve de créativité rédactionnelle. Effectivement,

le technicien d'antenne peut se soustraire aux différentes tâches de community management. Qu'est-ce que cette fonction très connectée ? Le community manager effectue la création de contenus via les réseaux sociaux pour bâtir une communauté de fidèles suiveurs. Ses responsabilités de communication sont bien entendu réduites au sein de grandes radios. Néanmoins, mis à part ces missions de mise en valeur de sa société, cette profession polyvalente peut également exiger la gestion des appels et SMS des auditeurs. Autant dire que les missions se retrouvent grandement diversifiées. De plus, encore une fois, il faudra souligner les capacités relationnelles indispensables à ce professionnel pour que les différentes actions de la radio s'érigent en une entité synchronisée. En effet, comme tout organisme médiatique, un fil directeur insufflé par une ligne éditoriale est primordial avec l'objectif de contenus cohérents. Ainsi, le technicien d'antenne doit s'adapter à ces exigences, assister aux réunions groupales, et instaurer d'éventuelles nouveautés.

DE TECHNICIEN D'ANTENNE À RÉALISATEUR RADIO

Comme n'importe quel corps de métier, des évolutions de carrière peuvent avoir lieu, permettant de gagner en compétences et surtout en responsabilités. C'est bien entendu le cas pour la profession de technicien d'antenne dans l'univers de la radio. Quelle est donc la possibilité la plus logique afin de propulser sa carrière professionnelle ? L'évolution la plus évidente consiste à devenir réalisateur radio, où vous gagnerez assurément en expériences riches d'enseignements.

En quoi consiste ce fameux quotidien de réalisateur radio ? Réalisateur radio vous serez, porteur de projets vous deviendrez. Dans le domaine radiophonique, les projets sont en constante mouvance... Ainsi, il faut savoir être créatif et se démarquer dans le but de combler les attentes de votre public cible. Un peu à la manière d'un architecte réalisant minutieusement ses plans, le réalisateur radio réfléchit au scénario que prendra

son émission. Il est important de définir en amont les contours du projet afin de mieux contourner les aléas de l'audiovisuel.

Planification, prises d'antenne, prises de vue, diriger ses collègues... Autant de particularités qui rythment le quotidien enrichissant d'un réalisateur radio. Outre l'ensemble de ces aspects, il ne faut surtout pas négliger le contexte législatif du secteur propre à l'audiovisuel. Qu'ai-je le droit de diffuser ? Quelles sont les règles à respecter durant la prise d'antenne ? Toutes ces interrogations sont bien évidemment à prendre en compte pour le réalisateur.

Savoir-faire et imagination perpétuelle sont les maîtres-mots d'un technicien d'antenne remplissant pleinement sa mission. Ayant plusieurs casquettes, il s'accommode d'une grande polyvalence. Nul doute que ce métier méconnu du grand public pourrait potentiellement vous plaire...

TÉMOIGNAGES EN DIRECT DU TERRAIN : UNE MANIÈRE DE DÉVOILER DAVANTAGE SON UNIVERS !

Pour donner suite à cet écrit relatant les différents aspects de la profession de technicien d'antenne, quoi de mieux que des témoignages de ces artisans de l'ombre ? Afin de vous faire une idée un peu plus définie de ce métier, découvrons ensemble les interviews de Thomas Poillot et Pierre Bouillin, tous deux techniciens d'antenne à destination du monde radiophonique !

THOMAS POILLOT : UN PROFIL DE MUSICIEN CHEVRONNÉ MÊLÉ À UNE NÉCESSITÉ DE TECHNICITÉ !

"Je suis technicien réalisateur dans une radio. Cela consiste à gérer une émission, quelle qu'elle



Thomas Poillot en plein enregistrement de sa séquence.

soit, enregistrée en live avec des invités ou pas. Je suis chargé de diffuser les éléments sonores derrière la console et d'organiser l'émission de A à Z en amont avec l'animateur pour que ce soit agréable pour l'auditeur.

J'ai choisi ce métier parce que j'étais musicien et j'aime bien la technique. C'est un métier qui regroupe les deux.

J'ai fait un BTS électronique, enchaîné avec un BTS dans une école de radio qui est en deux ans. Au fur et à mesure des stages dans différentes radios, j'ai trouvé ma place dans une radio en tant que technicien réalisateur et ça continue depuis trois ans.

L'émission se prépare avec l'animateur. On organise, en fait, tout le conducteur de A à Z avec les musiques qu'on va diffuser. Pendant l'émission, je suis à la console, c'est moi qui diffuse les éléments et qui ouvre les micros. Le but, c'est de rendre à l'auditeur exactement ce qui se passe dans les studios. Essayer d'avoir un niveau correct pour les voix ! Qu'il n'y ait pas une en dessous, une au-dessus, que cela ne sature pas, que ce soit agréable à écouter. Pour les musiques, qu'il n'y ait pas un élément qui choque tout d'un coup l'auditeur.

Les qualités qu'on attend d'un technicien réalisateur, c'est d'être rigoureux parce qu'on est le premier auditeur. On a la responsabilité de l'émission, pas de ce qu'on dit mais de ce qu'on fait. Il faut aussi être rapide, être à l'écoute de ce qui se passe dans l'émission en permanence.

Ce que je préfère dans le métier que je fais, c'est être en contact en permanence avec les gens. Vraiment, c'est un métier de communication avant tout et aussi le contact avec les artistes, c'est plutôt sympa, en général ça se passe

vraiment bien, il y a quelque chose qui se crée. De faire aussi de la prod son, de créer un élément sonore de 10 à 30 secondes qui nous appartient. C'est un ensemble d'éléments qui font que le métier à la radio est sympa.

Orchestrer une émission et les sons qui la composent, c'est le rôle de ce professionnel, à la fois technicien d'antenne et réalisateur radio."

PIERRE BOUILLIN : TECHNICIEN RADIO PAR UNIQUE VOCATION !

"Cela a débuté dès tout-petit, j'écoutais la radio le soir sans que mes parents le sachent. Donc forcément, j'ai eu envie de savoir comment

cela se passait et comment cela se faisait exactement.

Cela fait voyager car nous n'avons pas les images ! Comme j'écoutais des disques, je rêvais d'être entouré de ma grosse console et de ma guitare électrique tout en chantant. Puis, en 1996, j'avais une année de formation dans la maison de la radio avec différents chefs opérateurs et là c'est la caverne d'Ali Baba !

Durant la prise d'antenne en direct, tu es en binôme avec l'animateur et c'est toi qui lances les sons par rapport à la pendule. Tu prends des décisions aussi un peu tout seul et la partie de ce que j'appelle technicien, c'est ce qu'on fait en amont. Les préparations, les enregistrements, les mixages et les fers à souder...

Il faut un minimum cette petite touche artistique car ce sont souvent des musiciens qui font ce métier ! On nous donne une matière brute, une voix enregistrée, après à toi de l'habiller ! C'est le technicien qui trouve l'habillage qui va bien, le petit bruitage qui va bien, l'effet de la voix etc. L'amplitude horaire débute à cinq heures du matin puisqu'il faut de la préparation. Celle-ci s'étend jusqu'à sept ou huit heures du soir.

Il existe deux parties : la partie « directs » où on gère l'ouverture des micros envoyant des sons, c'est là qu'il faut aller très vite !

Un petit cauchemar de technicien d'antenne serait d'arriver dans un endroit avec une console inconnue et de devoir prendre l'antenne quasiment à l'instant ! Tous les jours, on remet le métier sur la table, il faut trouver ce qui peut faire vibrer l'auditeur. Il faut donc chercher un son ou une ambiance, on se remet toujours en question..." •



Pierre Bouillin réalisant les derniers réglages nécessaires au bon déroulement de l'émission.



RADIO SCOOP S'OFFRE MAX RADIO À GRENOBLE



Par Loïc Couatarmanach @lcouat



CONTACT

Groupe Radio SCOOP
2 F rue des Draperies
69450 Saint-Cyr-au-Mont-d'Or
Tél. : 04 72 85 67 67

Yannick, il est la voix
du Max Morning.
© Max Radio.

CONTACT

Contacts presse :
Guillaume Blaichet, responsable
communication et événementiel,
gblaichet@radioscoop.com
Céline Boucharlat, rédactrice en chef,
cboucharlat@radioscoop.com
Renaud Burloux, directeur délégué,
rburloux@radioscoop.com

Au siège de Radio Scoop, à Saint-Cyr-au-Mont-d'Or dans la métropole de Lyon, c'est l'effervescence. Le groupe vient d'acquérir la radio grenobloise Max FM, renommée Max Radio. De quoi donner une nouvelle dimension à l'entreprise qui possède aussi la radio lyonnaise Impact FM.

Et de trois. Après l'acquisition d'Impact FM en 2019, c'est au tour de Max Radio de rejoindre le groupe Radio Scoop. Cette radio grenobloise, présente aussi à Chambéry en DAB+, offre un programme up tempo. Si la cible est similaire à celle de Radio SCOOP, plutôt féminine âgée de moins de 45 ans, Max Radio a quand même une programmation musicale différente de la Lyonnaise. Moins de titres "variété" pour accentuer des titres plus électro. Si l'on peut entendre Vianney, Jenifer, Matt Pokora, Christophe Maé ou Zazie sur SCOOP, on mettra en avant David Guetta, Boris Way ou encore Offenbach sur Max Radio. La team DJ est la force de cette antenne à Grenoble.

"Notre format est feel-good avec un ton très positif", annonce Renaud Burloux, le directeur délégué. La grille s'articule autour de trois axes. Une matinale incarnée par Yannick Kaisse, un transfuge de la radio parisienne Ado, qui a choisi l'air de la montagne pour réveiller Grenoble, les après-midi de flux avec Loïc et les fins de journées animées par deux amoureux de musique électro, Nico Batik et Adrien Jougler. Les deux animateurs, aussi DJ, sélectionnent leurs coups de cœur européens et les découvertes de la scène mondiale. Pas de bulletin d'information pour laisser plus de place au rythme. "L'information est le plus souvent anxiogène et ne correspond pas à l'esprit positif que veut véhiculer Max Radio."

UN "MAX" DE DJ STARS EN INVITÉS

Pour faire grandir cette antenne, la direction a de fortes ambitions avec de nouveaux rendez-vous. "On va se servir du carnet d'adresses de SCOOP pour faire venir de grands DJ sur Max Radio." Des sets DJ sont déjà disponibles en podcast sur le site de la radio. Le collectif Bon Entendeur, The Supermen Lovers et Mathieu Koss sont déjà venus dans les studios pour

offrir des sessions de mix.

Le site Internet, max.radio, offre aussi sept webradios dédiées aux années 90, 2000 et 2010. D'autres programmes sont également consacrés au RnB, au groove, à la scène électro suédoise et à la French Touch. De quoi régaler les auditeurs digitaux de la radio grenobloise. Multiplier la présence de la marque Max Radio sur le digital avec différentes thématiques permet d'engendrer de nouveaux auditeurs et d'assurer une bonne visibilité.

UN "MAX" D'ÉVÈNEMENTS SUR LE TERRAIN

La radio souhaite également sortir à la rencontre des Grenoblois. "Max Radio a une audience fidèle, mais trop communautaire. Notre ambition, avec ce rachat, est de faire connaître la radio à tous les Grenoblois." La méthode pour truster l'audience : une campagne de communication sur les bus de la métropole et la mise en place d'événements avec la venue d'artistes. L'objectif est bien sûr de faire de Max Radio un programme leader sur sa zone de diffusion. L'événementiel va être décisif pour la réussite de la nouvelle station du groupe. En effet, la concurrence est forte à Grenoble. De nombreuses marques veulent briguer le terme de "Radio de Grenoble" et surtout de radio numéro 1. Sur les ondes comme sur les streams s'affichent Alpes 1, Hot Radio, Radio Isa ou Virage Radio en catégorie B déjà bien implantée. De plus, Grenoble est l'une des villes moyennes qui possèdent le plus de radios en catégorie C. Déjà présentes physiquement dans la ville : Chérie FM, Europe 2, Nostalgie et NRJ. Une situation que connaissent bien les équipes de SCOOP car Lyon est la ville qui dépasse Paris en nombre de radios locales. "L'expérience de Radio SCOOP devrait être bénéfique pour Max Radio et les équipes sont motivées."

Max Radio souhaite mettre en avant les sportifs de la région sur son antenne avec notamment un partenariat avec le Grenoble Foot (GF38). L'équipe antenne offre des places de matchs à domicile de l'équipe qui évolue en Ligue 2. Dans les rues de Grenoble, il est possible de croiser "Le micro de Max", une pastille vidéo sur les réseaux sociaux où les passants répondent à des questions dans l'air du temps. Une captation très suivie sur Instagram et Facebook. Une proximité très importante pour la direction de Max Radio. •

LE GROUPE RADIO SCOOP SUR LE DIGITAL

Philippe Perez, PDG du groupe, a installé durablement ces stations sur le digital. Avec ses 25 webradios et flux de direct, Radio SCOOP génère 606 910 écoutes actives dans le monde* avec une durée d'écoute de 54 min 55 s. Impact FM : 11 flux pour 237 543 EAM** et 41min 51 s DEM**. Enfin, Max Radio et ses huit flux génère 19 676 EAM pour 50 min 9 s DEM. Multiplier la marque sur le digital, c'est avoir une vitrine de contenus. Radio SCOOP met en avant ses 17 podcasts sur son site Internet, son application et sur l'application Radioplayer France, l'application officielle des radios françaises. La dernière pandémie a induit des transformations dans tous les domaines et notamment celui de l'écoute de la radio. Aujourd'hui, en France, 8,3 millions d'individus écoutent la radio sur des supports numériques, soit 15,1% des plus de 13 ans. Une part en très nette progression car ils étaient 12% il y a cinq ans. Une transformation que le groupe Radio SCOOP a bien comprise.

* ACPM.

** EAM : écoutes actives dans le monde.

DEM : durée d'écoute dans le monde. •

15 PRINTEMPS POUR K6FM



CONTACT

K6FM
14 rue Pierre de Coubertin
21000 Dijon
Tél. : 03 80 66 10 50
Web : k6fm.com

Par Loïc Couatarmanach @lcouat

Née le 17 janvier 2008 à Dijon sous l'impulsion de Patricia Puig et de Franck Pelloux, K6FM est la seule radio locale commerciale à construire ses programmes depuis la capitale de Bourgogne. L'antenne s'attache à mettre en avant la proximité grâce à des infos locales 7J/7. Son ADN dijonnais lui concède un succès grandissant depuis 15 ans.

K6FM est née d'une blague. "Mes ex-collègues de la plateforme Europe 2 que j'avais montée à Dijon avaient l'air de s'ennuyer, et par hasard j'ai vu un appel à candidatures. En rigolant, je leur ai proposé de monter un dossier. Finalement, on a obtenu la fréquence", explique Franck Pelloux. C'est ensuite avec sérieux que ces professionnels de la radio ont mis tout en œuvre pour la diffusion des premiers sons le 17 janvier 2008 à 5h du matin. Au bout de six mois d'existence, K6FM enregistre 5 000 auditeurs. "Il y avait une forte attente. Je ne le savais pas, mais dans les années 80, il existait une radio qui s'appelait Radio K6. Quand on a fait une campagne d'affichage, les gens qui ont gardé un bon souvenir de cette antenne ont cru que cette radio revenait. Ça a dû nous aider."

L'audience mensuelle de K6FM représente aujourd'hui 60 000 auditeurs. "Au classement général, on est juste derrière Nostalgie, et on est deuxième sur les CSP+ juste derrière France Inter sur les 40 radios présentes en FM et DAB+." Franck Pelloux insiste sur le fait que cette réussite est basée sur le travail d'une équipe qui compte six salariés à plein temps et de nombreux intervenants qui sont le socle des programmes.

K6FM FAIT DES PETITS

Plus qu'une radio, c'est un média. La structure veut occuper le terrain sur le DAB+. En plus d'une fréquence numérique à Dijon pour K6FM, l'équipe a postulé pour une fréquence étendue avec un nouveau programme. "On a décidé de créer K6 Région qui deviendra K6BFC (Bourgogne-Franche-Comté)." Cette radio émet de Dijon à Mâcon et jusqu'à proximité de Bourg-en-Bresse. Ce programme plus adulte que K6FM devrait posséder une aura plus régionale. "On y diffuse par exemple du Daniel Balavoine ou du France Gall qui ne sont pas diffusés actuellement sur K6FM." Une troisième radio, K6 Côte d'Or réserve un programme aux artistes de la région avec un réseau social :

k6cotedor.com. C'est un réseau destiné à promouvoir la musique du département. Les artistes viennent sur ce site pour mettre en avant leur talent. Ce site est le miroir de la diversité artistique locale. Pour le moment, K6 Côte d'Or est écoutable uniquement sur le Web.

UN DIRECTEUR À L'AFFÛT DE NOUVELLES FRÉQUENCES

"Ça fait dix ans que des auditeurs écrivent à l'Arcom pour avoir une fréquence à Beaune. On est à 30 km de Beaune et on ne nous capte toujours pas dans cette ville. La bonne nouvelle, c'est qu'un appel à candidatures est en cours pour deux fréquences sur cette zone. On espère avoir une de ces fréquences."

Si le patron de K6FM attend les 20 ans "pour faire un énorme truc", les 15 ans seront fêtés avec un plateau d'artistes nommé K6FM Live le 28 avril prochain à Genlis. "On garde la surprise pour la liste des artistes", annonce Franck Pelloux. Il faut dire que dans le passé, la radio a pu accueillir des artistes comme Cock Robin, Julie Zenatti, Vianney, Boulevard des Airs, Axel Bauer, Imany, Murray Head, Chimène Badi ou Alain Chamfort. Les K6FM Lives sont des moments très attendus par les auditeurs.

UNE MASCOTTE SUR ROUES POUR UN ANNIVERSAIRE

Une nouvelle mascotte arrive pour être présente sur les événements. "Je vous donne l'info en avant-première, on va acheter un vieux van Volkswagen qu'on va décorer de façon sympathique aux couleurs de K6FM avec un studio mobile à l'intérieur." Ce studio sur roues sera mis à disposition des partenaires pour des animations et des directs avec la sortie sur le terrain des journalistes et des animateurs de K6FM. Aujourd'hui, le programme dijonnais de K6FM est présent sur le digital avec de nombreux podcasts et des vidéos d'information présentes sur les réseaux sociaux. "Quand on a commencé en janvier 2008, c'était le début de la crise des subprimes. Les plus grosses banques du monde déposaient le bilan. Ce n'était pas le bon moment pour monter une radio. Les premières années ont été difficiles." Mais grâce au travail de l'équipe, la radio a vite pris les galons de la réussite. "Après 15 ans, on peut voir que tous les indicateurs sont au vert. Les finances sont bonnes et les audiences sont là."

Rendez-vous dans 15 ans pour fêter les 30 ans, et un peu avant, les 20 ans en 2028 ! •



Imany en concert privé organisé par K6FM pour Octobre Rose en 2022. © K6FM.

2022 : L'ANNÉE DE TOUS LES RECORDS POUR SLATE PODCASTS

Slate^{FR}
PODCASTS

Slate Podcasts est aujourd'hui numéro un dans le classement des marques de podcasts les plus téléchargés avec 14 millions de téléchargements en France et près de 18 millions dans le monde pour 2022. Retour sur une success-story.

"Il faut qu'un podcast Slate ne soit pas complètement hors-sol par rapport à ce qu'on fait sur le site."
Christophe Carron

Par Clara Authiat

Tout commence avec *Transfert*. En 2016, Charlotte Pudlowski, alors rédactrice en chef de Slate.fr, décide de lancer un podcast qui donne à entendre des récits intimes d'anonymes. Si cette production reste encore embryonnaire au sein de la rédaction, la graine est plantée. C'est plus tard, en 2018, sous la direction de Christophe Carron que Slate.fr lance officiellement Slate Podcasts. "À ses débuts, c'était vraiment au stade de l'expérimentation, confie Christophe Carron, mis à part *Transfert* qui marchait bien, c'était comme une sorte de laboratoire au sein de Slate." Dès sa création, Slate Podcasts décide d'employer une équipe dédiée à la création des podcasts.

Aujourd'hui, ils sont une équipe de six, accompagnée de collaborateurs extérieurs, pour produire la dizaine de podcasts réguliers de Slate Podcasts. "Quand je suis arrivé en 2017, j'ai voulu faire du podcast le deuxième pilier du magazine, en plus de l'écrit", explique le directeur des rédactions Slate. Cinq ans plus tard, les résultats sont là. *Transfert* comptabilise 13,5 millions de téléchargements dans le monde (dont 10,8 millions en France), et est devenu le podcast le plus écouté, toutes catégories confondues, selon le classement de l'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM).

LES SAISONS S'ENCHAÎNENT ET FIDÉLISENT

Un succès qui a mis la lumière sur l'ensemble des programmes originaux de Slate Podcasts qui ont, eux aussi, connu une progression record de leur audience durant l'année écoulée. *Le monde devant soi*, avec Jean-Marie Colombani et Alain Frachon, présenté par Christophe Carron, qui décrypte chaque vendredi l'actualité politique, internationale comme française, a totalisé plus d'un million de téléchargements dans le monde en 2022. Cela a également été une année remarquable pour *Mansplaining*, le podcast de Thomas Messias qui interroge les masculinités, qui a quant à lui atteint les 930 000 téléchargements en 2022, ou encore pour les deux podcasts d'Anaïs Bordages et Marie Telling : *Peak TV* et *AMIES*. Pour chaque podcast, les saisons s'enchaînent et fidélisent une communauté de passionnés de plus en plus importante d'année en année.

L'ADN DE SLATE PODCASTS

Avec ce studio de podcasts, Slate.fr duplique sa singularité. "On a une ligne éditoriale qui est identique, c'est-à-dire qu'à partir de faits anecdotiques ou intimes, on ouvre vers des sujets plus larges. Ça, c'est quelque chose qu'on fait à l'écrit et qu'on essaye d'appliquer dans nos podcasts", explique Christophe Carron. Les thématiques traitées restent relativement les mêmes : l'international, les

questions de discrimination, de féminisme... "Nous ne sommes pas allés sur des terrains qui n'étaient pas les nôtres. Il faut qu'un podcast Slate ne soit pas complètement hors-sol par rapport à ce qu'on fait sur le site", clarifie-t-il. Des rubriques du site ont même été adaptées en podcasts, tout en y ajoutant des histoires inédites, comme le podcast *C'est compliqué* de Lucile Bellan ou plus récemment *Ça tourne pas rond* de la psychologue et psychanalyste Mardi Noir. Mais Christophe Carron précise que "ce qui est à l'écrit ne doit pas forcément se retrouver en podcast, et inversement".

Pour l'année 2023, plusieurs nouveaux podcasts sont au programme. Pas encore baptisés, les concepts sont eux déjà posés. Il y aura un podcast où Jean-Marie Colombani raconte 30 ans de vie politique française à travers son expérience de journaliste au *Monde*, avec de nombreuses anecdotes sur les présidents de la V^e République et le journalisme tel qu'il se faisait dans les années 80. Puis on écouterait une série de podcasts sur le paranormal proposée par deux amies journalistes, une qui n'y croit pas du tout et une qui y croit, et qui se mettent en situation en visitant des maisons hantées. Et enfin, on s'immergerait dans l'univers de la franc-maçonnerie, avec un franc-maçon qui lève le voile sur la réalité de ce groupe. Apparemment, Slate Podcasts entend bien poursuivre avec la recette qui a fait son succès.



INTÉGRATION TOTALE

Zetta. GSelector. Revma. Aquira. RCSCloud. NetCom2go. RCS2GO.
Diffuseur Programmation musicale Streaming CRM Publicitaire Zetta Cloud Planification publicitaire Mobile

PAUL WEYLAND, GRAND MAÎTRE INTERNATIONAL DE LA PUB RADIO



Depuis 1997, Paul Weyland forme des milliers de commerciaux dans 16 pays, dont la Suisse...



CONTACT

Paul Weyland Communication
Strategies
P.O. Box 163474
Austin, Texas 78716 USA
Tél. : +1 (512) 657-9227
Web : paulweyland.com
Mail : paul@paulweyland.com

Par Michel Colin [@MichelColin](#)

Paul Weyland est écrivain, conférencier, formateur, spécialisé dans le développement marketing des entreprises grâce à la publicité radio. Il vit à Austin, au Texas, et donne des séminaires et des keynotes (hilarants) partout dans le monde. En 1998, Paul est venu travailler à Genève et a été un déclencheur du succès commercial phénoménal du groupe One FM. Ses deux livres (Successful Local Broadcast Sales et Think Like An Ad Man, Sell Like A Mad Man) sont des références incontournables tant pour les commerciaux médias que pour les entrepreneurs. Dans cet interview, Paul nous livre quelques-uns de ses plus précieux secrets.

LLPR - Selon vous, quelles sont les qualités indispensables pour réussir dans la vente d'espaces publicitaires radio ?

PW - À mon avis, plusieurs traits de caractère sont nécessaires pour réussir dans la vente de publicité radio. L'empathie pour les autres et le désir d'aider. L'ego, la capacité de se défendre et de défendre ses idées... Ne pas prendre un refus comme réponse et s'éloigner trop rapidement. Les compétences en résolution de problèmes : la capacité d'analyser et de résoudre des situations compliquées. La capacité d'écouter les autres et de poser de bonnes questions. La persévérance : la capacité d'échouer, mais ensuite de se remettre sur pied, de réfléchir et de réévaluer en fonction de ce que vous avez appris de votre expérience, de faire des ajustements et de réessayer jusqu'à ce que vous réussissiez. La flexibilité : la capacité de changer d'avis... et de plan, en fonction de nouvelles informations. La capacité de raconter une bonne histoire. Comme je le dis en anglais : "You can't sell it if you can't tell it" (vous ne pouvez pas le vendre si vous ne pouvez pas le raconter).

LLPR - Que recommandez-vous aux vendeurs radio pour surmonter les difficultés du marché publicitaire local actuel, la morosité ambiante ?

PW - Apprenez à arrêter de vendre des espaces publicitaires et vendez plutôt des idées créatives. Les clients sont avides de

nouvelles idées pour vendre leurs produits ou services. Quel que soit le média que vous vendez, si vous pouvez convaincre un client sans l'ombre d'un doute que votre plan pour sa réussite est meilleur que son plan, il finira par vous donner les clés et "vous laissera conduire la voiture".

LLPR - Comment décririez-vous votre méthode de vente en quelques mots ?

PW - Utiliser un gros titre pour obtenir une rencontre avec un décideur, puis élaborer une stratégie originale à long terme pour ce client. Je propose à la fois une stratégie créative et un budget. Si possible, je "mets la table", je propose quand et où la réunion aura lieu, puis je contrôle la réunion en fixant l'ordre du jour.

LLPR - Pouvez-vous décrire une vente dont vous êtes particulièrement fier ?

PW - Un concessionnaire automobile était quelque peu hostile et ne voulait pas me parler au début. Puis il m'a donné cinq minutes. Mais il a tellement aimé mon idée créative que nous avons passé une heure et demie ensemble. En fin de compte, il a renvoyé son agence de publicité et a dépensé 25 000 \$ par mois avec nous tant qu'il est resté en activité, soit près de trois ans.

LLPR - Quelles sont vos sources d'inspiration ? Celles que vous recommandez aux commerciaux radio ?

PW - Rejoignez un groupe Toastmasters dans votre ville. C'est l'une des meilleures choses que j'ai jamais faites. Vous apprendrez à communiquer beaucoup plus efficacement avec les autres. Vous apprendrez à réfléchir avec confiance, que vous parliez à une personne ou à mille. Le livre *Positioning: The Battle for Your Mind* de Trout et Ries (Le Positionnement, la conquête de l'esprit) est toujours une lecture incontournable pour les communicants. *Think and Grow Rich* (Réfléchissez et devenez riche) de Napoleon Hill. *The Creative Act: A Way of Being* (L'acte créatif, une manière d'être), le nouveau livre de Rick Rubin sur la créativité. Je devrais mentionner mes propres livres, *Think Like An Ad Man*, *Sell Like A Mad Man* (Pensez comme un publicitaire, vendez comme un fou) et *Successful Local Broadcast Sales* (Réussir la vente de pubs radio locales). •

PAUL WEYLAND EN 5 CHIFFRES

Quand avez-vous commencé à vendre de la publicité radio ? **1979**

Quel a été votre record de ventes annuel ? **2,5 millions de dollars**

Depuis combien de temps formez-vous des vendeurs ? **1997**

Combien de vendeurs avez-vous formés ? **Des milliers**

Dans combien de pays différents ? **16 pays** •

jingles imaging

21JUN
21JUN.FR
PRODUCTION

instrus habillage

VINCENT CERUTTI MALIKA MÉNARD

06H - 10H



NUMÉRO 1 SUR LA CHANSON FRANÇAISE

