

MICRO 4 les radios francophones publiques

LA LETTRE D'INFORMATION
DES RADIOS FRANCOPHONES PUBLIQUES

N° 330
JANVIER 2009

www.radiosfrancophones.org

RADIO FRANCE
RTBF
RADIO SUISSE ROMANDE
RADIO-CANADA

INTERVIEW

JEAN-PAUL PHILIPPOT, administrateur général
de la RTBF

« Radio, télé et Internet doivent s'enrichir mutuellement »

« Chaque nouveau média contribue à l'évolution de ses concurrents. » La radio doit « tenir compte de ses publics, d'où la nécessité de renforcer la présence radio sur Internet et de jouer la carte de la complémentarité », tout en organisant le travail des équipes. **PAGE 3**

L'économie dans tous ses états

La crise financière et économique qui saisit la planète a mis en lumière la nécessité d'expliquer les mécanismes économiques et les modes de contagion : *Micro 4* recense les créneaux dont disposent nos différentes radios pour le faire. **PAGE 2**

En quête d'Afrique

Un partenariat original : des journalistes de médias écrits ou électroniques de Suisse romande et de plusieurs pays africains travaillent en tandem, proposant leurs regards croisés sur le thème de l'eau. **PAGE 3**

Zoom

Le grand Prix du journalisme des RFP à Akli Aït Abdallah

Les Inuits : un peuple en détresse, du journaliste Akli Aït Abdallah (Radio-Canada) a remporté le Grand Prix du journalisme 2008 des RFP. Réalisé le printemps dernier dans le Grand Nord québécois, le reportage avait d'abord été diffusé sur *Dimanche magazine*. Akli y raconte la vie et les espoirs des habitants du village de Puvirnituq, qui expérimente un douloureux passage de la tradition à la modernité. Face à une croissance démographique rapide, les Inuits s'y entassent dans des maisons insalubres, où la promiscuité mène à la violence et à d'autres abus. Le Grand Prix du journalisme est attribué par un jury de 100 auditeurs provenant à part égale de la Suisse, de la Belgique, de la France et du Canada. Il est doté d'une bourse de 4 000 euros. Le Grand Prix est décerné par les RFP depuis 1963.



 www.radiosfrancophones.org

Avec la nouvelle année, le site des Radios Francophones Publiques fait peau neuve...
Nouvelles rubriques, nouvel habillage, nouvelle ergonomie.
• Tous les détails dans *Micro 4* de février.

AUDIENCE

En France, on écoute la radio plus longtemps...

■ Les habitudes d'écoute des Français évoluent. La dernière étude sur la radio de Médiamétrie, *l'Année radio 2007-2008*, donne de précieuses indications qui montrent, entre autre, que les jeunes sont encore 86,1 % à écouter la radio chaque jour.

Le dernier sondage Médiamétrie a donné d'excellents résultats pour Radio France qui obtient 25,7 % d'audience cumulée et une part d'audience de 21,6 %, avec, notamment, une forte progression de France Inter. Ce précieux indicateur permet de se situer par rapport à la concurrence, mais il doit aussi être observé au regard de l'évolution des habitudes d'écoute des Français.

Selon *l'Année radio 2007-2008* de Médiamétrie, l'audience cumulée des radios en semaine a légèrement reculé l'année dernière (de septembre à juin) pour s'établir à 82,7 %, mais la durée d'écoute quotidienne progresse. Elle atteint même son meilleur niveau depuis 2003, avec 2 h 59 d'écoute par jour en moyenne. On trouve même près de 14 millions de Français qui ont une durée d'écoute journalière supérieure à 3 h 15 ! En France, le pic d'écoute se situe toujours entre 8 h et 8 h 15 et le nombre global d'auditeurs est en hausse sur cette tranche matinale

(+ 256 000). L'écoute "hors domicile" poursuit sa progression, particulièrement sensible depuis 2002. Elle représente désormais 49,8 % de l'écoute totale. Une évolution qui profite surtout aux stations musicales. En effet, parmi les cinq stations les plus programmées par les auditeurs équipés d'un autoradio, quatre sont des "musicales". Les plus gros consommateurs de radio sont les jeunes et les catégories socio-professionnelles supérieures (les fameux CSP+). Contrairement à une idée reçue, les jeunes ne se contentent pas de télécharger sauvagement de la musique : entre 13 et 19 ans, ils sont encore 86,1 % à écouter chaque jour une radio. De leur côté, cadres et catégories socioprofessionnelles supérieures sont 92,8 % à ne pas manquer leur rendez-vous quotidien. L'étude révèle aussi un intérêt croissant pour l'écoute de la radio sur Internet, en direct ou en différé : elle a attiré 1,2 millions d'auditeurs supplémentaires l'an dernier.

Annette Ardisson, Radio France

Une nouvelle méthode, l'audiomètre, pour mesurer l'écoute dans la région de Montréal

Une nouvelle méthode automatisée est utilisée, depuis l'automne, pour mesurer l'écoute radiophonique dans la région de Montréal, le plus important marché de la francophonie canadienne. Les données montrent que les deux chaînes hertziennes de Radio-Canada tirent leur épingle du jeu. La Première Chaîne est la deuxième radio en part de marché, mais la première par la durée d'écoute. Espace musique franchit les 400 000 auditeurs, soit un public plus vaste que celui qui lui était attribué par la méthode de calcul précédente, par

cahier d'écoute. L'audiomètre sera bientôt mis en service dans d'autres grandes villes canadiennes. Une bonne partie de l'auditoire de Radio-Canada, réparti sur un vaste territoire, continuera cependant d'être mesuré par cahier d'écoute, une méthode qui a l'avantage d'être meilleur marché. Même si l'audiomètre permet théoriquement de divulguer des résultats quotidiens, les radiodiffuseurs canadiens se sont entendus pour que la publication des données n'ait lieu qu'une fois par mois.

Luc Simard, Radio-Canada



CRISE

L'économie dans tous ses états

■ La crise financière et économique qui saisit la planète a mis en lumière la nécessité d'expliquer les mécanismes économiques et les modes de contagion : Micro 4 recense les créneaux dont disposent nos différentes radios pour le faire.

À Radio-Canada

Les médias mettent les bouchées doubles

Effondrement de la bourse, faillites à la chaîne, chômage galopant, les États qui volent au secours de la finance et de l'industrie : l'année 2008 fut décidément l'*annus horribilis* de l'économie. Pour étancher la soif de savoir du public, nos médias ont mis les bouchées doubles. À Radio-Canada, c'est le journaliste et animateur Gérald Fillion qui s'est imposé comme le premier informateur économique. Gérald est multiplateforme. On peut le lire sur le web, dans un carnet personnel. On l'entend en fin de journée, comme chroniqueur radiophonique dans *L'heure des comptes* (Première Chaîne). Puis on le voit à la télé, à la barre de l'émission *RDI en direct sur l'économie* (sur le Réseau de l'information, la chaîne d'info continue). Et il a

sa place réservée au Téléjournal de fin de soirée. « *Je suis un bon produit de convergence* » affirme-t-il, sourire en coin. Son défi est de rester intéressant. L'économie est un sujet aride. Comme peu de gens y voient clair, cela peut vite devenir ennuyant. « *L'économie est toujours importante, mais elle n'est pas toujours intéressante* » admet Gérald. Alors, il tente d'expliquer les choses simplement, en évitant le jargon. Et en contournant les limites de chaque média : la radio a horreur des chiffres et, à la télé, ce qui ne se montre pas en images a peu d'intérêt. Malgré ces différences, 80 % des nouvelles qu'il rapporte sont les mêmes à la radio et à la télé. Les 20 % restants sont adaptés aux particularités de chaque média.



Gérald Fillion,
le premier informateur
économique
à Radio-Canada.

© RADIO-CANADA

Parce qu'il est clair mais aussi parce qu'il est perspicace, Gérald est en demande. Fin novembre, il expliquait au micro de Christiane Charette (Première Chaîne) que le Canada, semblant encore échapper à la crise, finirait lui aussi par s'enfoncer dans l'ornière où étaient déjà tombés les États-Unis et l'Europe. Il n'a fallu que quelques semaines et un train de statistiques déprimantes pour qu'il ait raison ! Dans le contexte actuel, Gérald sent que son rôle est important : « *On dit souvent que tout est politique, mais on voit maintenant que tout est économique, aussi* ».

Luc Simard, Radio-Canada

À Radio France

L'économie est partout

Sur France Info, outre les 17 points quotidiens sur les cours de la bourse, cinq rendez-vous sont consacrés à l'économie au sens strict : *Tout Info tout éco* (plutôt pédagogique). À *la une de l'économie* (les dernières nouvelles du jour et les manœuvres en cours). *Patron, chef d'entreprise* (l'interview d'un grand capitaine d'industrie). *D'une France à l'autre* (la gestion des collectivités locales) et *Questions d'argent* (conseils aux petits épargnants). Sur France Inter la tendance est plus au décryptage dans *Le journal de l'éco* à 6 h 50 et *L'éco du jour* à 7 h 48, au billet éditorial et même, une fois par

semaine, au débat entre deux chroniqueurs extérieurs, l'un réputé "de gauche", l'autre plus libéral. Toutefois, c'est la très emblématique *Rue des entrepreneurs*, qui tient le haut du pavé économique tous les samedis entre 9 h 10 et 10 h, depuis 1983 ! Seule émission de ce type dans le paysage audiovisuel français... avec celle de France Culture *L'Économie en question*, le lundi entre 11 h et midi. L'une et l'autre démontrent que l'économie est partout : consommation, science, environnement et même histoire...

Annette Ardisson, Radio France

À la RSR

L'économie au front



Sylvie Belzer,
responsable
de la rubrique
économique

© RSR

« *Du 15 septembre à la mi-octobre, nous étions au front en permanence !* » Sylvie Belzer, responsable de la rubrique économique, ses collègues et le correspondant de la RSR à Washington ont enchaîné les réactions à chaud, les analyses prospectives et les

émissions spéciales. À la RSR, la crise financière a pris beaucoup de place à l'antenne, mais circonscrite dans le cadre des émissions existantes. Il faut dire que l'inquiétude était vive en Suisse lorsque l'implication et les graves déboires de l'UBS, principale banque du pays, ont été connus dans toute leur ampleur. Les correspondants locaux ont ainsi relayé l'émotion de la rue. Les pages économiques du site internet de la RSR ont aussi suscité beaucoup d'intérêt, avec une sensible augmentation de leur consultation, et la rédaction a connu un afflux de courrier inhabituel. « *Il y aura nécessairement un impact sur l'économie réelle en général et sur le secteur bancaire en particulier, et nous nous préparons à une année 2009 où les sujets économiques continueront à dominer.* »

Doron Allalouf, RSR

À la RTBF

Nom de code : info à 360°

À la RTBF, la crise est vécue comme le reste de l'information : à 360° ! *Info 360°*, c'est le nom de code de la réforme qui intègre davantage nos rédactions, radio, TV et Internet. Chaque média continue, bien sûr, d'assurer la couverture quotidienne de l'actualité selon ses besoins et ses moyens propres, mais tous se retrouvent en outre régulièrement pour "monter" des opérations transversales communes, des "journées info 360°" au cours desquelles une thématique est évoquée en profondeur, du

reportage diffusé le matin en radio, à la soirée spéciale en TV, en passant par les déclinaisons web. Le grand dérèglement de l'économie mondiale ne pouvait évidemment pas échapper à cette approche éditoriale. À ce jour, la RTBF y a déjà consacré trois opérations, dès septembre, lorsque les prémices de la crise se faisaient sentir, en octobre au plus fort du krach, et en décembre pour vérifier, sur le terrain, les dégâts subis par l'économie "réelle".

Dominique d'Olive, RTBF

NOMINATIONS

RADIO-CANADA



... Isabelle Albert accède à la direction de la Première Chaîne. Entrée à Radio-Canada en 1977, elle a été journaliste dans les magazines d'affaires publiques de la télévision. Forte de 12 ans d'expérience en gestion, elle œuvrait depuis 9 ans dans le secteur Culture et variétés de la télévision. Dans ses fonctions, elle a supervisé des émissions culturelles, des jeux questionnaires, des magazines et des galas.

RADIO FRANCE



... Emmanuel Laurentin producteur de *La Fabrique de l'Histoire* à France Culture, reçoit le Prix Philippe Caloni. Créé en 2007 par l'association Périculture et la SCAM (Société civile des auteurs multimédia), ce prix couronne un journaliste reconnu pour son éclectisme, en particulier dans l'exercice de l'interview ou de l'entretien. L'an dernier, le prix avait récompensé Frédéric Taddei. En 2006, Emmanuel Laurentin a été la cheville ouvrière d'une série de dix émissions coproduites par les RFP: *Mécaniques terroristes*. Il prépare actuellement, dans le même cadre, une histoire des indépendances africaines.



... Pascal Dervieux rejoint l'équipe de France Inter et remplace Valérie Cantié (en congé sabbatique), à l'émission *Interception* qu'il pilotera en tandem avec Lionel Thompson. Grand reporter, Pascal Dervieux a été envoyé spécial permanent à Moscou de 1996 à 2003. Depuis son retour, il était affecté à la rédaction de France Info.

... Serge Lagache, sénateur socialiste du Val-de-Marne, a été nommé par la Haute Assemblée, administrateur de Radio France, en remplacement de Jean-François Picheral, qui ne s'était pas représenté aux dernières élections. Docteur en médecine, Serge Lagache est vice-président de la commission des Affaires culturelles du Sénat.

Valérie Millot
une nouvelle fois
primée

La jeune harpiste québécoise Valérie Milot, lauréate – notamment – du prix Jeune Soliste 2009 des Radios Francophones Publiques, vient d'ajouter un nouveau prix à une liste déjà impressionnante: le Prix spécial pour la meilleure interprétation de l'œuvre contemporaine au Concours international de harpe de la Cité des arts de Paris (en novembre 2008).



WEB RADIO

RADIO Ô • La radio de tous les accents

Pour la première fois, toutes les musiques d'Outre-mer sont accessibles en ligne, sur Radio Ô. La web radio de RFO propose une programmation originale, reflet de la diversité et de la richesse des musiques de l'Outre-mer. Du Pacifique à l'Atlantique, en passant par l'Océan Indien, entre modernité et tradition, Radio Ô se fait l'écho de tous les sons venus du monde entier. C'est un flux musical continu qui fait aussi place à l'information sur l'Outre-mer, avec six rendez-vous quotidiens.

www.rfo.fr

//Enligne

RSR • Théâtre. <http://theatre.rsr.ch/>, ou lorsque Couleur 3 s'essaie au théâtre radiophonique.

RADIO FRANCE • 15 568 858. C'est le nombre de visites cumulées sur le site www.radiofrance.fr, sur la période septembre-octobre 2008, soit une augmentation de 47 % en un an.

INTERVIEW

JEAN-PAUL PHILIPPOT, Administrateur général de la RTBF et Président de l'Union européenne de radio-télévision depuis le 1^{er} janvier.

« Radio, télé et Internet doivent s'enrichir mutuellement »

« Chaque nouveau média contribue à l'évolution de ses concurrents. » La radio doit « tenir compte de ses publics »... « d'où la nécessité de renforcer la présence radio sur Internet et de jouer la carte de la complémentarité », tout en organisant le travail des équipes.

Les « nouveaux médias » sont au cœur du développement des services publics de l'audiovisuel. La radio est-elle un moteur ou un parent pauvre dans ce scénario ?

La radio a plus vocation à être un moteur qu'à être un parent pauvre dans ce scénario. Il ne faut pas perdre de vue que l'arrivée d'un nouvel acteur dans le secteur des médias n'a jamais signifié la mort de ses prédécesseurs. La radio n'a pas tué la presse écrite et la télévision n'a pas sonné le glas des journaux et de la radio. Les nouvelles technologies liées au web et à ses déclinaisons n'enterreront pas les médias traditionnels. Chaque nouveau média contribue à l'évolution de ses concurrents avec un leitmotiv pour chacun d'entre eux : s'adapter, en tenant compte de ses publics, ou disparaître.

A quoi la radio doit-elle s'adapter ?

Quand on parle de convergence dans notre secteur, on doit tenir compte de deux dimensions. Il y a d'abord la dimension technologique liée à la numérisation de nos moyens de production, de postproduction et de diffusion. Le second volet de la convergence est lié aux destinataires de nos contenus. Toutes nos productions ont pour vocation de converger vers les mêmes publics mais à des moments différents de leur « consommation média ». La chronologie des médias évolue. Ceux qui n'en tiennent pas compte sont menacés. D'où l'importance de jeter des ponts entre nos médias, de jouer la carte de la transversalité.

Comment voyez-vous cela concrètement ?

La radio donne le « la » lors de son prime time matinal. Elle reste un média chaud tout au long de la journée pour relayer ce qui fait l'événement, au sens large. Le web est un concurrent sérieux pendant ce laps de temps. D'où la nécessité de renforcer notre présence radio sur l'internet et de jouer la carte de la complémentarité. La radio, par ailleurs, garde un second temps fort en fin d'après-midi pendant les déplacements des auditeurs. La télévision, parallèlement, doit redonner du sens à sa « grand-messe » du soir : le public n'attend pas ce rendez-vous pour se tenir informé. Radio, télé et internet doivent s'enrichir mutuellement. La numérisation le permet, techniquement, et notre organisation contribue à ce que les équipes le traduisent en termes de contenus délivrés aux publics.

Comment articulez-vous ces changements au sein de vos différents médias ?

La cohérence éditoriale de chacun des médias est primordiale. Chacun d'entre eux garde son identité spécifique. Les journalistes, par exemple, restent affectés à leur média d'origine mais sont en lien permanent les uns avec les autres. Chaque média fonctionne avec des budgets affectés. Internet s'appuie sur les contenus radio et télé pour se développer dans une logique de partage et de transparence des flux de circulation de l'information et des contenus. Cela permet d'être cohérents tout en restant différents.

N'y a-t-il pas un risque de dilution des contenus ?

Au contraire ! Le rapprochement de nos rédactions dans un espace commun (*N.D.L.R. : la newsroom*) a renforcé la collaboration des équipes. Le partage des contenus, de site à site et en temps réel est un apport formidable en termes de circulation de l'information. Cela permet de travailler sur des thématiques de façon beaucoup plus riche que par le passé en développant une stratégie « d'antenne » événementielle. Et ce n'est qu'un début puisque nous nous apprêtons à renforcer le travail d'équipe par cellules radio/TV/internet de façon à encore améliorer nos émissions et l'interactivité avec nos publics.

Propos recueillis par Patrick Langendries, RTBF



JEAN-PAUL PHILIPPOT : « La cohérence éditoriale de chacun des médias est primordiale. »

EN BREF

MUSIQUE CLASSIQUE

... ❖ **Schubertiade d'Espace 2.** La RSR connaît les années sans Schubertiade d'Espace 2 (les paires) et les années avec (impaires). Comme nous abordons 2009, la préparation de cette grande fête de la musique classique s'accélère. La petite cité de Payerne se prépare à accueillir en septembre 1000 musiciens et 40 000 auditeurs qui se rencontreront alors que quelque 180 concerts sont d'ores et déjà prévus. Le site Internet vient ainsi d'être mis en ligne. www.schubertiade.ch

DIALOGUE INTERCULTUREL

... ❖ **RSR en direct sur iPhone.** Après l'application qui permet aux possesseurs d'un appareil mobile compatible, de lire les informations et d'écouter en différé la plupart des émissions de la RSR, voici une nouvelle application, réservée cette fois aux iPhone, qui permet d'écouter les cinq programmes produits par la RSR en direct. Deux qualités d'écoute sont proposées en fonction du type de connexion. L'application est disponible sur le site Apple Store, dédié à cet appareil.

ANNIVERSAIRE

... ❖ **Le Grand jazz fête ses 10 ans** • Début 2009, c'est au tour de Philippe Baron de fêter le 10^e anniversaire de son émission, *Le Grand jazz* (après les 20 ans du *Jeu des Dicos*, les 10 ans du *Monde est un Village* et les 20 ans des *Belges du Bout du Monde*!). Les festivités se concrétiseront par la réalisation d'une émission de deux heures, en direct d'un lieu de concert, avec interview d'artistes par Philippe Baron et captation en direct.

//Agenda

RTBF • MERCREDI 7 JANVIER > **Élection du manager de l'année 2008.** La Première sera aux premières loges de l'Auditorium 2 000 à Bruxelles pour cet événement, en collaboration avec le magazine *Trends*.

• SAMEDI 24 JANVIER > **Les Transardentes.** Pure FM sera en direct de ce festival électro, à Liège.

RADIO-CANADA • MERCREDI 21 JANVIER > **Scientifique de l'année 2008.** Radio-Canada dévoilera le nom du scientifique de l'année 2008. Cette distinction souligne une réalisation majeure d'un scientifique canadien pendant l'année écoulée. Elle est attribuée depuis 1987 par l'équipe des *Années lumière*, le magazine scientifique hebdomadaire de la radio. Le lauréat accordera une entrevue, enregistrée en public, qui sera diffusée aux *Années lumière*, le 25 janvier.

RADIO FRANCE • DU 17 AU 31 JANVIER > **Midem** (Marché international de la musique à Cannes). Toutes les musiques et une industrie scrutée à la loupe par toutes les chaînes et rédactions. France Inter est partenaire et Frédéric Lodéon sera son ambassadeur. L'émission *Carrefour de Lodéon* se déroulera en public, LES 19 ET 20 JANVIER, en direct du Palais Elisabeth.

• DU 29 JANVIER AU 1^{ER} FÉVRIER > **Festival international de la bande dessinée à Angoulême** Depuis longtemps la BD a obtenu ses lettres de reconnaissance sur France Inter, qui le prouve encore cette année avec quatre émissions en public : — LE 29 JANVIER à 17 h, enregistrement de la *Librairie Francophone* (Emmanuel Kherad et les Radios Francophones Publiques); LE 30 JANVIER, à 11 h : *Le Fou du roi*, de Stéphane Bern et à 18 h 15 *Et pourtant elle tourne* de Bruno Duvic. LE 31 JANVIER à 12 h 30, enregistrement d' *Alternatives* de Laurence Pierre.

RSR • DU 19 AU 25 JANVIER > **Les Journées cinématographiques de Soleure.**

RSR

En quête d'Afrique

■ Pour la deuxième année, un partenariat original est organisé: des journalistes de médias écrits ou électroniques de Suisse romande et de plusieurs pays africains travaillent en tandem, proposant leurs regards croisés sur le thème de l'eau.

Pour la Radio Suisse Romande, Nicole Ngaka de Radio Okapi à Kinshasa, en RDC, et Didier Schmutz ont fait micro commun, et réalisé leurs reportages en Suisse et au Congo, ensemble.

« Pour les Congolais, nous dit Nicole Ngaka, observer qu'un pays comme la Suisse connaît des problèmes comparables à ceux du Congo est toujours surprenant. » Y compris dans le domaine de l'eau, qui peut par exemple causer des inondations dévastatrices dans les deux pays. Mais comparaison n'est pas raison: ce qui reste exceptionnel en Suisse relève du quotidien au Congo. Nicole Ngaka n'a d'ailleurs pas diffusé les reportages réalisés en Suisse, « une réalité difficile à comprendre au Congo. »

À la RSR, c'est *Un dromadaire sur l'épaule*, l'émission quotidienne de voyages et de découvertes de La 1ère, qui a accueilli une semaine d'émissions. Une expérience très intéressante pour Cyril Dépraz, son producteur. « Le résultat de ce travail commun a donné des reportages très mélangés et dépourvus de préjugés. Les différences qu'on perçoit entre les deux journalistes ne sont pas d'ordre culturel; chacun y est allé simplement, avec sa propre personnalité. »

À Kinshasa, Nicole Ngaka présente une émission quotidienne dans



Nicole Ngaka, de Radio Okapi à Kinshasa.

laquelle les reportages présentent des problèmes, souvent quotidiens, vécus par la population. On cherche des solutions en contactant les autorités, ce qui n'est pas toujours facile. « En Suisse, quand on veut aller quelque part, il suffit de prendre le train ou le bus. Pour parler à quelqu'un, il suffit de l'appeler. Ici, il faut toujours demander des autorisations. Avec Didier, nous faisons le même métier, mais dans des réalités complètement différentes. » Plus qu'un échange, les initiatives comme "En quête d'Afrique" permettent de rapprocher les gens.

Doron Allalouf, RSR

• *En quête d'Afrique* est un partenariat de la Coopération suisse (DDC), du Centre romand de formation des journalistes (CRFJ), de l'Agence InfoSud, de la Fondation Hironde et des médias Suisses romands.

• Reportages et articles visibles sur www.tsr.ch/afrique

PROXIMITÉ

RTBF • « Appelez, on est là »



Une des spécificités de VivaCité qui en fait une vraie radio de service public est sa proximité avec ses auditeurs. L'émission d'info-service *Appelez, on est là!* est un bon exemple: chaque matin, **Serge Van Haelewijn**, entouré d'experts et de spécialistes reconnus, donne la parole aux auditeurs sur un sujet touchant à des domaines aussi variés que l'immobilier, la consommation, les litiges avec l'administration... Deux émissions spéciales: le 15 janvier, autour de l'automobile (à l'occasion du Salon de l'Auto de Bruxelles) et le 26 février, autour de l'immobilier (à l'occasion de Batibouw).



MICRO 4 • Rédaction en chef: Françoise Dost (secrétaire générale des Radios Francophones Publiques), avec Annette Ardisson (Radio France), Doron Allalouf (RSR), Luc Simard (Radio-Canada), Bénédicte Van Moortel (RTBF).

Réalisation: Caroline Paux (Solutions Presse). Assistante: Kooka Latombe

Micro 4/Les Radios Francophones Publiques, Maison de Radio France - bureau 2127, 116 av. du pdt. Kennedy, F-75220 Paris Cedex 16. Tél.: 33 (0) 1 56 40 27 41, télécopie: 33 (0) 1 56 40 44 53, courriel: radiofrancophones@radiofrance.com

