

MICRO 4

les radios francophones publiques

LA LETTRE D'INFORMATION
DES RADIOS FRANCOPHONES PUBLIQUES

N° 323
MAI 2008

www.radiosfrancophones.org

RADIO FRANCE
RTBF
RADIO SUISSE ROMANDE
RADIO-CANADA

INTERVIEW

CHRISTIANE CHADAL, directrice générale adjointe de Radio France, directrice du réseau France Bleu

« France Bleu : le local, une ardente obligation »

Christiane Chadal a pris la tête des 41 stations locales et 8 délégations régionales de Radio France, en début d'année. Pour cette femme de terrain (elle a dirigé France Bleu Loire-Occéan, France Bleu Provence et la délégation Sud-Méditerranée), l'équation est claire : plus l'identité de chaque station sera forte, plus le réseau sera fort. Mais identité ne signifie pas uniformité.

PAGE 3

La RTBF veut s'affirmer dans les nouveaux médias

La réorientation stratégique de la RTBF a été déclinée dans un plan baptisé "RTBF 2011". Elle mise, entre autres, sur le renforcement de son offre radio et télévision et le développement plurimédia.

PAGE 2

Des données invisibles dans les sons

Le "watermarking", un procédé d'estampillage inaudible, pour protéger les sons et mesurer l'audience.

PAGE 4

Zoom

Les travaux de la commission Multimédia



Thierry Zweifel, responsable du Multimédia RSR et président de la Commission Multimédia des RFP.

Comment la diffusion traditionnelle de programmes radio s'accommode-t-elle d'un monde où tout est image ? C'est l'une des questions débattues lors de la première réunion de la toute nouvelle commission Multimédia des RFP, les 26 et 27 mars à Bruxelles. Avec des pistes de réponse. Une captation vidéo, même sommaire, des meilleurs moments de radio permet d'exister sur les plates-formes communautaires. Une nouvelle grammaire

de l'image, fixe et mobile, se prête à une exploitation sur les nouveaux écrans où se mêlent les contenus professionnels et générés par les utilisateurs. La radio numérique terrestre accélère l'avènement de ces contenus qui ne constituent à proprement parler ni de la radio, ni de la télévision, mais... tout simplement du multimédia.

RADIO-CANADA

Pour une action cohérente et concertée en musique

■ Pour promouvoir la diversité musicale, Radio-Canada veut pouvoir s'appuyer sur toutes les composantes du groupe, télévision, radio et Internet, et crée un "comité Musique".

À Radio-Canada, la promotion de la musique ne sera désormais plus la responsabilité presque exclusive de la radio. La nouvelle politique musicale, qui sera bientôt mise en œuvre, fait appel à toutes les composantes du groupe : télévision, Internet et radio. C'est aux directions de ces secteurs, réunies au sein d'un comité Musique, qu'incombera la tâche de définir et d'encadrer les gestes à poser.

La philosophie du comité sera de se situer en amont de l'action, de prendre l'initiative plutôt que d'être à la remorque du milieu de la musique.

Une profonde mutation musicale

Ces changements surviennent sur fond d'une profonde mutation de l'industrie musicale. Le téléchargement de fichiers musicaux, légalement ou pas, permet au consommateur de bâtir sa propre programmation à partir d'une énorme variété de pièces. Parallèlement, comme le confirment les derniers résultats d'audience, les radios musicales privées montrent un essouffement certain. Peut-être est-ce là la conséquence de leur offre limitée et de leur choix de miser sur un nombre restreint de vedettes.

Le comité profitera de l'expérience d'Espace musique qui, depuis quatre

ans, fait un travail colossal pour promouvoir la diversité musicale et développer le talent canadien. La nouvelle structure s'appuie d'ailleurs sur les forces de chacune des composantes : la radio a du flair pour dénicher de nouveaux talents, la télé est une force rassembleuse sans égal et Internet est le roi de l'interactivité. Le comité Musique voudra aussi développer une programmation multiplateformes, qui s'appuiera sur la complémentarité de chacun des secteurs.

Un exemple : dès septembre, tous les contenus musicaux du groupe deviendront accessibles par une porte d'entrée unique sur Internet. C'est à la suite d'un examen minutieux de l'organisation d'autres diffuseurs publics, notamment la BBC, que la directrice d'Espace musique, Christiane LeBlanc, a proposé le modèle de responsabilité collective. C'est elle qui présidera d'ailleurs le comité Musique.

Luc Simard,
Radio-Canada



Christiane LeBlanc, directrice d'Espace musique, présidera le nouveau comité Musique.

RENDEZ-VOUS Le concert "Jeunes solistes des RFP", le 27 mai, à Québec

Le concert "Jeunes solistes des RFP" aura lieu le 27 mai au Palais Montcalm de Québec, en compagnie de l'ensemble Les violons du roy, dirigé par Bernard Labadie. Quatre musiciens se produiront dans le cadre de cet événement du 400^e anniversaire de Québec. Maude Gratton, une jeune claveciniste française, interprétera le concerto pour clavecin en ré mineur de Bach. Le violoncelliste belge David Cohen a choisi le concerto pour violoncelle n° 1 en do mineur de Haydn et le Suisse François-Xavier Poizat jouera le concerto pour piano n° 23 en la majeur de Mozart. La soprano canadienne Karina Gauvin complètera le tout sur des airs de Haendel. Ce concert sera diffusé sur les ondes belges, françaises, suisses et canadiennes.

ANNIVERSAIRE

Mai 68 pour toujours !

RADIO FRANCE Qui aurait dit, il y a 40 ans, que Radio France éditerait huit CD, DVD ou livres pour célébrer mai 68 ! Honneur aux archives de l'Ina (l'Institut national de l'audiovisuel) et à Caroline Cartier qui a rassemblé 55 minutes d' "Images sonores" historiques. La même Caroline Cartier propose "Cocktail Molotov, la bande-son de la révolte", un manifeste musical qui mêle tubes engagés et enragés de l'époque aux bruits de la rue. En coédition avec l'Ina, France Inter présente également "Mai 68 : les images de la télévision". Enfin, le très emblématique Daniel Cohn Bendit livre réflexions et souvenirs dans un CD d'entretiens sélectionnés par Florence d'Artois, "Ah les beaux jours ! À ces produits audiovisuels, il convient d'ajouter les livres signés Cabu, Sipahioglu (fondateur de l'agence SIPA), et, à l'écrit cette fois, Daniel Cohn Bendit, avec le sociologue Jean Viard et Stéphane Paoli.



UNE SÉRIE D'ÉMISSIONS SUR LA RSR

Si les affrontements parisiens de mai 68 ont marqué les mémoires, les nombreux mouvements contestataires survenus en Suisse la même année sont pour la plupart tombés dans l'oubli. Pourtant, comme aux quatre coins de monde, 1968 vit en Suisse l'expression d'une forte opposition à l'ordre social. Une série d'émissions, sur La 2ère et Espace 2, aborderont mai 68, à travers notamment les archives de la RSR. Les Radios Francophones Publiques sont également présentes, puisque 40 "capsules sonores" ont été réalisées par les quatre partenaires. Elles seront notamment diffusées dans la matinale d'Espace 2 jusqu'au 30 mai.

//En ligne

RADIO FRANCE • Revivre l'actualité au jour le jour de 1968. Vous pouvez revivre au jour le jour l'actualité de 1968 en France et dans le monde, sur le site de France Info, jusqu'à fin mai. Exemple : le 11 avril, Johnson promulgue une loi sur les droits civiques, le *fair housing act* interdisant la discrimination raciale sur l'ensemble du territoire des États-Unis, le chef de file du mouvement étudiant allemand, Rudi Dutschke, échappe à un attentat et les Beatles sortent un nouvel album... Sur la page d'accueil de radiofrance.fr, les cahiers multimédias présentent une chronologie exhaustive des événements. www.france-info.com

RSR • Les Journées littéraires de Soleure sur l'internet <http://journeeslitteraires.rsr.ch/>

RADIO-CANADA • Radio-Canada a remodelé en profondeur son site linguistique. Il offre une navigation différente et une meilleure organisation des informations. On y trouve quelque 10 000 fiches, de même que les sections Anglicismes, Prononciation, Grammaire, Lexique, Sports, Hyperliens, Documents, Formation et Région.

RTBF • Un blog pour relater les grands événements sportifs, les coups de gueule et les coups de cœur des journalistes sportifs radio-télé de la RTBF, des vidéos inédites voire insolites, des commentaires d'auditeurs et de téléspectateurs, et une série d'infos, tantôt sérieuses, tantôt décalées sur les émissions de sport de la RTBF. www.sportbf.be/ : prononcez spor-té-bé-ef!

STRATÉGIE

La RTBF veut s'affirmer dans les nouveaux médias

■ La réorientation stratégique de la RTBF a été déclinée dans un plan baptisé "RTBF 2011". Elle mise, entre autres, sur le renforcement de son offre radio et télévision et le développement plurimédia.

En 2007, la RTBF a mené, en interne, une réflexion stratégique à l'horizon 2011. Les années 2002 à 2007 ont été consacrées à asseoir les cinq chaînes radio et les deux chaînes de télévision du service public dans un paysage audiovisuel belge francophone hautement concurrentiel, à assainir la situation financière, à renforcer la capacité de production propre et à investir dans les infrastructures et outils de production.

Aujourd'hui, en 2008, les enjeux sont d'un autre ordre. Des attentes de consommation nouvelles apparaissent, suscitées par les innovations technologiques et les nouveaux médias. Le tiers du public de la RTBF est internaute au quotidien. Le paysage concurrentiel se modifie, avec de nouveaux acteurs, à la fois concurrents et partenaires potentiels. L'enjeu



pour la RTBF est de continuer à atteindre et fidéliser le public le plus large possible, dans un environnement médiatique en mutation.

RTBF 2011 est la réponse de la RTBF face à ce nouvel environnement. Basée sur une stratégie mixte, RTBF 2011 repose à la fois sur les médias traditionnels et les médias émergents ou en croissance, tout en veillant à préserver l'équilibre financier. Elle part du principe que l'environnement médiatique de 2008 à 2011 verra une coexistence et une interpénétration de différents médias, qu'il faut réussir à exploiter.

Marie-Anne Baron,

Communication interne, RTBF.

Les quatre axes stratégiques

Cette stratégie repose sur quatre axes. Les deux principaux sont identitaires et les autres constituent des leviers :

- **Consolider l'offre en radio et en télévision**, en termes d'audience, de spécificité de service public, de qualité des programmes, notamment par l'événementiel.
- **Agir et exister sur les nouveaux médias**, par des offres nouvelles pertinentes cherchant à fidéliser les publics de la RTBF, en attirer d'autres et exploiter la richesse des contenus.
- **Générer des revenus et une rentabilité supplémentaires**, en compensant la stagnation des revenus publicitaires en radio et en télévision par des sources nouvelles de revenus.
- **Maîtriser les coûts**, en adaptant sans ressources supplémentaires le fonctionnement de la RTBF pour permettre une production de contenus enrichie et déclinée de manière multiple.

ORGANISATION La RTBF crée un pôle plurimédias "Info 360"

Dans sa stratégie à 4 ans "RTBF 2011", l'Info 360 constitue un axe-clé (le chiffre 360 renvoyant au cercle formé par 360°). Dans le cadre de ses missions de service public, la RTBF ambitionne d'être la première et la plus fiable source d'information en Communauté Française de Belgique, tous médias confondus. Concrètement, il s'agit de déclinier et de proposer de l'information sur les différents médias (radio, TV, Internet, SMS...) sans perdre en qualité. Pour y

parvenir, les rédactions seront rassemblées en juin au sein d'une newsroom commune. L'Info 360° passe aussi par de nouveaux outils technologiques, de nouveaux modes de fonctionnement et des changements organisationnels dont la création d'une direction unique de l'information et des sports, un renforcement de l'identité Info RTBF (cohérence éditoriale) et le lancement d'un site Internet info fort, exploitant du contenu audiovisuel. /B.V.M.

NOMINATIONS

RADIO FRANCE

➔ **Jean-Michel Kandin**, directeur général adjoint, chargé des techniques et des technologies nouvelles. Il remplace Sylvain Anichini, qui change de société.

Agé de 48 ans, Jean Michel Kandin, qui a participé dès 1978 au mouvement des radios libres, vient du groupe Lagardère où il a notamment conduit le projet de radio numérique.

➔ **Marc-Olivier Dupin** • directeur de France Musique. Compositeur, il a dirigé auparavant le Conservatoire national de musique et de danse de Paris. Il a également été conseiller auprès du ministre de l'Éducation nationale, au sein de la mission pour l'éducation artistique et l'action culturelle, puis directeur général de l'Orchestre national d'Île de France.

Ont également été nommés à France Musique :

➔ **Marc Voinchet** directeur adjoint chargé des programmes et de l'antenne. Il a été successivement animateur dans des radios associatives, journaliste et producteur à France Culture. Depuis 2006 il était conseiller de programme à la direction de France Culture.

➔ **Olivier Morel-Maroger**, directeur adjoint chargé de la production et du développement. Diplômé en droit des affaires, Olivier Morel-Maroger a poursuivi parallèlement des études musicales. De 1999 à 2004, il a été, aux côtés de Pierre Bouteiller, chargé des retransmissions et coproductions à France Musique. Depuis 2004 il était adjoint au Secrétaire général de Radio France.

➔ **Ariane Chanteloup-Gombert**, adjointe au directeur, chargée des programmes et de la production. Titulaire d'un diplôme supérieur de musicologie, elle a travaillé pour diverses émissions de France Musique avant de rejoindre la direction de la chaîne en 2004.

DIRECT

Les vingt ans du *Jeu des dictionnaires*



Le 6 juin de 7 heures à 16 heures, l'équipe *Jeu des dictionnaires* de Jacques Mercier débarque sur La Première pour *La Journée Infernale*. De 16 à 18 heures, un *Jeu des dictionnaires anniversaire* réalisé en public et

diffusé en direct réunira la première équipe de l'émission culte : Philippe Geluck, Marc Moulin, Jean-Pierre Hautier, Jean-Jacques Jespers, Soda, Raoul Reyers, Virginie Svensson et Jacques Mercier.

INTERMÉDIAS

Une plateforme Internet participative dédiée aux médias... d'ici et d'ailleurs

Passionné de presse écrite, de radio, de télé et d'internet, Alain Gerlache a lancé interMédias, une plate-forme Internet participative, dédiée à tous les médias d'ici et d'ailleurs. Cette plate-forme, accessible sur www.intermedias.be, a également donné son nom au magazine télé mensuel, présenté un lundi par mois à 22 heures sur la Une tandis qu'une version radio se décline sur La Première, un vendredi par mois, de 10 heures à 11 h 30.

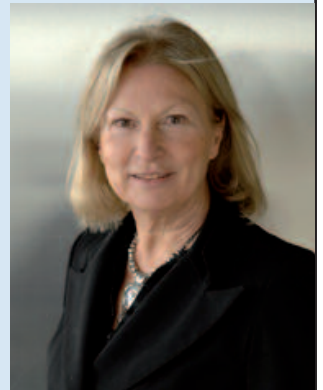
Un beau modèle de convergence médias...

INTERVIEW

CHRISTIANE CHADAL, directrice générale adjointe de radio France, directrice du réseau France Bleu

« France Bleu : le local, une ardente obligation »

■ Christiane Chadal a pris la tête des 41 stations locales et 8 délégations régionales de Radio France, en début d'année. Pour cette femme de terrain (elle a dirigé France Bleu Loire-Océan, France Bleu Provence et la délégation Sud-Méditerranée), l'équation est claire : plus l'identité de chaque station sera forte, plus le réseau sera fort. Mais identité ne signifie pas uniformité.



CHRISTIANE CHADAL : « Nous allons travailler sur un ton France Bleu, à la recherche d'une écriture plus proche des gens »

■ Votre première tâche a été de faire l'inventaire des 41 radios locales, qu'est ce qui vous a surpris ?

Le travail d'inventaire effectué par les délégations régionales a mis en évidence l'importance des différences en termes de volume d'antenne, de moyens, de contenus spécifiques et de résultats... "C'est historique", nous dit-on ! Au terme de 25 ou 27 ans d'existence, il est temps de gommer ces disparités. Cela se fera progressivement, mais c'est indispensable. Le travail sur les antennes vise à mettre en cohérence l'information, les contenus et la musique pour un public adulte et populaire. Ce travail doit se faire rapidement pour que l'auditeur reconnaisse tout de suite "la marque" France Bleu. Une antenne locale parle "déjà chez elle", mais dans un cadre commun, celui du réseau. Les délégués régionaux et l'encadrement mettent en place des écoutes en régions afin de conduire cette politique.

■ Entre singularités locales et "marque" nationale quel est l'équilibre idéal ?

Nous avons l'ardente obligation de faire du local, de trouver notre identité dans le cadre du réseau. Mais soyons clairs : les fondamentaux du réseau doivent être adaptés aux spécificités de chaque région. La marque France Bleu apporte de la puissance et renforce la visibilité de ce réseau.

■ Comment les définissez-vous ?

Le contenu local est l'élément premier : France Bleu prend soin de son public et l'accompagne dans sa vie quotidienne. Pour fidéliser l'auditeur, il faut des rendez-vous fixes sur l'antenne pour donner des repères notamment en matière de service. Il faut moins de roulement. Tout ce qui est patrimonial doit être mis en avant. La répartition entre info locale, à l'heure ronde, rappel des titres au quart d'heure, et info nationale et internationale à la demi-heure, doit être un signe de reconnaissance.

■ Y aura-t-il des infléchissements ?

Nous travaillons sur le ton et l'écriture. Historiquement, les locales ont d'abord imité France Inter puis France Info. Nous allons travailler sur un ton France Bleu, à la recherche d'une écriture plus proche des gens, afin que l'information soit plus "racontée" et que le journal soit moins la "grand-messe".

■ Et la musique ?

Actuellement la programmation musicale fait le grand écart avec le contenu éditorial qui touche un public populaire de 40 à 60 ans. Notre volonté est d'afficher le patrimoine de la musique et de la chanson française en début d'heure et à la demi-heure. Nous avons fait le choix d'un rendez-vous thématique le samedi et le dimanche après-midi sur les découvertes locales et régionales. Pour le flux de la semaine, nous faisons tester une base musicale auprès d'un échantillon représentatif de notre public. Je souhaite que l'auditeur de France Bleu fredonne nos chansons et respire la bonne humeur.

Propos recueillis par Annette Ardisson, Radio France

EN BREF

RADIO FRANCE

...❖ **Radio France reste le premier groupe radiophonique de l'hexagone**, avec 25,9 % d'audience cumulée, selon le sondage Mediamétrie réalisé de janvier à mars. En tête du groupe : France Inter, avec 9,8 % d'audience cumulée (plus de 5 millions de d'auditeurs quotidiens), suivie de France Info, 9,2 %. France Bleu obtient 6,5 %. En France, au premier trimestre, 42 500 000 personnes de 13 ans et plus ont écouté la radio chaque jour (moins que l'an dernier), mais la durée d'écoute a légèrement progressé et atteint 3 heures par jour.

RADIO SUISSE ROMANDE

...❖ **L'écrivain Eugène, Prix des auditeurs 2008.** Réuni à Lausanne samedi 5 avril 2008, le jury du Prix des Auditeurs de la RSR, composé de 25 auditrices et auditeurs, a attribué son prix 2008 à l'écrivain Eugène pour "La Vallée de la Jeunesse", un roman autobiographique. Eugène, d'origine roumaine, est actuellement en résidence à l'Institut suisse de Rome. Il compte une douzaine de livres à sa bibliographie, ainsi que du théâtre. Le prix lui sera remis au Salon international du livre et de la presse, à Genève, le samedi 3 mai.

RADIO-CANADA

...❖ **Excellents résultats d'écoute.** Les derniers résultats de la maison BBM, parus le 7 avril, indiquent que la forte écoute de Radio-Canada se consolide. Avec 1 309 000 auditeurs en portée totale, la radio occupe 19,8 % de part d'écoute francophone. Il s'agit de la deuxième performance dans les annales, après le sommet de 20 % atteint l'automne dernier. La Première chaîne obtient 15,7 % de part d'écoute et Espace musique 3,2 %. La méthode de recueil des données par cahiers d'écoute, en vigueur depuis plus de 60 ans, cédera graduellement le pas, dès cet automne, à la captation automatique au moyen d'un appareil portable appelé ppm (portable personal meter).

PRIX

...❖ **Prix Bayeux-Calvados 2008 des correspondants de guerre.** L'appel à candidatures pour cette 15^e édition est ouvert jusqu'au 6 juin prochain. Les reportages radio, photo, télévision et presse écrite doivent avoir été réalisés entre le 1^{er} juin 2007 et le 31 mai 2008, et concourent respectivement pour une dotation de 7 600 €. Les travaux du jury sont présidés par un grand reporter expérimenté qui connaît bien le terrain. Cette année, pour la première fois dans l'histoire du Prix, la présidence reviendra à une femme : Antonia Rados.

//Agenda

FRANCE INTER • Du 14 au 25 mai > **Festival de Cannes.** Nombreuses émissions décentralisées. Dernières nouvelles et rétrospective sur le site officiel : www.festival-cannes.fr

RSR • Du 30 avril au 4 mai > **Tour de Romandie cycliste**
Du 30 avril au 4 mai > **Salon international du livre et de la presse de Genève**

Du 23 mai au 7 juin > **Festival d'humour Morges-sous-rire**

Du 2 au 4 mai > **Les journées littéraires de Soleure**

RADIO-CANADA • 11 mai > **Prix des lecteurs de Radio-Canada.** Le nom du vainqueur sera dévoilé dans le cadre de l'émission *Vous m'en lirez tant*, sur la Première chaîne. Le Prix vise à faire découvrir des écrivains qui vivent en milieu francophone minoritaire ou qui y sont nés. Le jury est composé de lecteurs de partout au Canada.

www.radio-canada.ca/regions/prixdeslecteurs/

INNOVATION

Des données invisibles dans les sons

■ Le "watermarking", un procédé d'estampillage inaudible, pour protéger les sons et mesurer l'audience

Watermarking, estampillage, filigrane ou marquage... Il s'agit du procédé qui consiste à ajouter des données inaudibles dans des sons, ou invisibles dans des images. Une machine doit pouvoir ensuite identifier la présence de ces données en écoutant le son ou en lisant le fichier. Une sorte de logo invisible, en quelque sorte... Le filigrane a deux applications intéressantes. Ainsi, il est imaginable d'estampiller tous les sons contenus dans des archives, afin de les protéger en cas de litige. C'est ce que fait l'Ina en France, dont les documents diffusés via l'Internet sont ainsi tous marqués.

Marquer le son

D'autre part, le watermarking permettrait de compléter la mesure d'audience. Le système des montres Radiocontrol, utilisé en Suisse, identifie et mesure l'écoute en direct ; le marquage des sons permettrait de mesurer aisément l'écoute en différé, ce qui inclut la radio à la demande sur l'Internet ou le podcasting. Le watermarking permet aussi de faire la distinction entre les vecteurs : FM, DAB, satellite, internet, etc. La mise en œuvre d'un tel système est relativement simple.

Il faut tout d'abord introduire le filigrane dans le son, une opération qui consiste à intégrer un encodeur sur le chemin du son. Le filigrane comprend, de manière codée et absolument inaudible, les indications du programme, de l'heure et du vecteur. Comme pour les montres Radiocontrol, il y a, à l'autre bout de la chaîne, un panel représentatif d'auditeurs qui porte sur soi un appareil qui reconnaît ces marques. Il enregistre les données, qui sont transmises à l'organisme qui s'occupe du dépouillement. Pour la Suisse, le principal problème est d'avoir un système d'identification clair à l'échelle européenne, puisqu'on y capte de nombreux programmes étrangers. Le watermarking a été développé, à l'origine, aux États-Unis. Ce système est utilisé au Canada ou en Belgique néerlandophone par la VRT. En France, Thompson a développé un système pour Mediamétrie, qui sera introduit cette année pour la radio, et qui est à l'étude pour la télévision. Malte ou Singapour ont déjà introduit le watermarking. En Suisse, le procédé est actuellement à l'étude.

Doron Allalouf, RSR

ÉMISSION SPÉCIALE

L'Actualité francophone planche sur "l'intégration des immigrants"

Les journalistes de *l'Actualité francophone* se sont retrouvés exceptionnellement à Paris début avril pour réaliser, sous la houlette de Sylvain Desjardins (Radio-Canada), une émission spéciale consacrée à l'intégration des immigrants : quel sens donne t-on au terme « intégration » dans nos différents pays, quelles sont les politiques menées, sur quoi met-on l'accent ? Une comparaison étayée par la participation d'experts et les reportages de Joane Arcand (Radio Canada), Robin Cornet (RTBF), Philippe Duvoux (Radio France), Frédéric Filippin (Radio Suisse Romande) et Marie Laure Josselin, correspondante au Sénégal.



Les journalistes de *l'Actualité francophone* dans un des studios de Radio France.

© H. BERAUD

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 : radiosfrancophones@radiofrance.com

les radios francophones publiques