

# MICRO 4

LA LETTRE D'INFORMATION  
DES RADIOS FRANCOPHONES PUBLIQUES



les radios  
francophones  
publiques

N° 343

MARS 2010

[www.radiosfrancophones.org](http://www.radiosfrancophones.org)

RADIO FRANCE

RTBF

RADIO SUISSE ROMANDE

RADIO-CANADA

## INTERVIEW

GILLES MARCHAND, DIRECTEUR DE LA RADIO  
TÉLÉVISION SUISSE

### « La marque RTS sera synonyme de qualité et d'originalité »

Gilles Marchand est, depuis le 1er janvier dernier, Directeur de la RTS - Radio Télévision Suisse -, qui réunit la Radio et Télévision Suisse Romande. Celle-ci produira des émissions de radio, de télévision et des contenus multimédias.

PAGE 3

### RTBF Relations orageuses entre la RTBF et les éditeurs de la presse écrite

PAGE 2

### Radio-Canada Espace musique se régionalise

PAGE 4

## Zoom

### tou.tv fait une entrée fracassante sur Internet



Lancée à la fin de janvier, TOU.TV, la webtélé de divertissement créée par Radio-Canada, connaît un succès fulgurant. Une semaine après son lancement, le site comptait déjà 750 000 branchements. Avec 2 000 heures d'émissions, TOU.TV s'impose comme la première destination Web de télévision francophone sur demande. Elle offre des téléseries, des magazines d'information, des émissions de variété, des films, des spectacles, des séries jeunesse et des webséries. Les internautes ont accès gratuitement aux émissions en version intégrale. Pour lancer ce nouveau service, Radio-Canada s'est adjoint des diffuseurs partenaires dont TV5 Monde, RTS et RTBF.

/L.S., Radio-Canada

## LES RFP

### Huis Clos sur le net: au-delà du bruit, une expérience à analyser



■ L'expérience commune des Radios Francophones Publiques a eu un fort impact dans les médias. L'heure est à l'analyse.

Rarement opération commune des Radios Francophones Publiques n'avait suscité pareille curiosité, et pourtant, au départ, il s'agissait plutôt d'une expérience d'entomologistes : cinq jeunes journalistes, retirés dans un gîte du Périgord (il y a pire comme retraite), et s'astreignant à n'avoir comme sources



Janic Tremblay, Benjamin Muller, Anne-Paule Martin, Nour-Eddine Zidane et Nicolas Willems (de g. à dr.).

d'informations que leurs réseaux Facebook et Twitter. Objectif : voir quelles informations ils en tiraient et surtout quelle vision du monde ils percevaient en se privant volontairement des autres médias et de la possibilité d'aller sur le terrain. L'analyse sociologique de l'expérience est en cours car ses initiateurs ont décidé de se donner le temps d'analyser la matière recueillie. D'ores et déjà, nous disposons du "vécu" de nos cinq confrères : Janic Tremblay pour Radio Canada, Nicolas Willems, pour la RTBF, Anne-Paule Martin pour la Radio Télévision Suisse, Benjamin Muller pour France Info et Nour-Eddine Zidane pour France Inter. Premier sentiment, commun à tous les cinq : la frustration de ne pouvoir vérifier eux-mêmes l'information. « Il existe une contradiction entre la rapidité du dispositif et le côté chronophage de son utilisation, écrit Nicolas Willems : cela demande beaucoup de temps pour recueillir, trier, vérifier et croiser les informations ». Frustration accentuée par la limite des 140 signes de Twitter. « La brièveté du message permet d'aller à l'essentiel mais ne permet pas de resituer le contexte, d'où la difficulté de hiérarchiser l'infor-

mation », notent Nour Eddine Zidane et Janic Tremblay. Pourtant tous en conviennent : c'est un formidable outil d'alerte dont nul journaliste ne devrait se passer... À condition de se constituer le bon réseau. Anne-Paule Martin met en avant un autre avantage : la possibilité de trouver le bon interlocuteur. « C'est grâce aux réseaux sociaux que nous avons pu retrouver le contact de Carel Pedre », ce journaliste haïtien qui a continué à informer le monde du tremblement de terre à Haïti quand plus rien ne fonctionnait. « Un appel a été lancé sur Twitter. Très rapidement, une chaîne s'est mise en route. Quelques heures après, Carel Pedre renvoyait un message pour donner son numéro de téléphone... ». Insuffisants, certes, mais complémentaires et donc indispensables. « Les réseaux sociaux ne sont pas encore investis suffisamment par les médias francophones, conclut Nicolas Willems. J'ai été frappé par les tensions qui existent entre médias traditionnels et nouveaux médias. Les méfiances mutuelles sont encore présentes des deux côtés. Il paraît important de dépasser cette guerre d'un autre temps. »

Annette Ardisson, Radio France



Le 21 janvier à Paris, remise du trophée "Le Big Bang en 3 mn" au scientifique Christophe Galfard (au centre), par Luc Simard (Radio-Canada, à dr.) et Mathieu Vidard (France Inter, à g.). Le Big Bang en 3 mn est une émission-jeu spéciale diffusée en 2009 sur les RFP.

## AUDIENCES

### La RTBF consolide sa position au-delà des 32 %

Les derniers chiffres d'audience radio ont été publiés en février par le Centre d'Information sur les Médias. Il s'agit de la vague 19 allant de mi-août à la mi-décembre 2009. Le service public a trois raisons de se réjouir. Tout d'abord, la position de la RTBF radio (cinq chaînes) se consolide au-delà des 32 %, la 2<sup>e</sup> meilleure performance historique dans l'étude actuelle, et une hausse de +2 % par rapport à la vague 18 (31,5 %). La croissance de la part d'audience moyenne annuelle de la RTBF est continue : de 26,3 % en 2006 à 31,7 % en 2009. Soulignons l'excellent résultat de **Classic 21**, qui bondit de 6,1 à 7,5 % de part de marché, niveau jamais atteint précédemment, grâce à l'augmentation de sa durée d'écoute et à 6 000 auditeurs supplémentaires (total : plus de 258 000 auditeurs chaque jour), fruit du travail sur son offre spécifique "rock'n pop". Enfin autre bon résultat : la relance de **Musiq'3** qui, avec sa nouvelle grille de septembre dernier, a progressé de 21 % en nombre d'auditeurs quotidiens (86 000) et de 2 % en part de marché (1,7 %). **VivaCité** est relativement stable, toujours à la 3<sup>e</sup> place des stations belges francophones. **La Première** est en léger recul, vraisemblablement moins portée par l'actualité que lors de vagues précédentes, tout en restant la 4<sup>e</sup> radio la plus écoutée en nombre d'auditeurs. La radio "jeune" **Pure FM** régresse un peu, après une progression ininterrompue de ses auditeurs pendant six vagues.

### La RSR, la radio la plus écoutée en Suisse

Les programmes de la RSR se portent bien en Suisse romande, puisqu'en 2009, ils réunissaient 59,9 % des parts de marché. **La 1ère-RSR** en représente à elle seule 39,9 %, **Option musique** 10 %, **Couleur 3**, 6,5 %, **Espace 2** 3,4 % et le programme anglophone **WRS** 0,3 %. La 1ère-RSR est la radio la plus écoutée auprès de toutes les tranches d'âge, sauf chez les 25-34 ans où Couleur 3 lui ravit cette place. Ces résultats ne sont pas comparables avec les années précédentes, à la suite d'un changement de base de calcul. Les programmes de la RSR restent de loin les préférés des Romands, puisque son premier concurrent, **BNJ FM**, regroupement de trois programmes privés régionaux, atteint 5 % de parts de marché. La publication des résultats 2009 s'est faite dans le cadre de la nouvelle Radio Télévision Suisse (RTS), et a pour la première fois réunit les audiences radio, télévision et Internet.

## //En ligne



**RADIO-CANADA • Nouveau site Internet pour RCI** Radio Canada International (RCI) dispose depuis peu d'un tout nouveau portail Internet. Le site reflète la nature multiculturelle de la chaîne et permet de mieux soutenir la participation citoyenne, en particulier celle des nouveaux arrivants du Canada. [www.rcinet.ca](http://www.rcinet.ca)



**RSR • La chronique de Pascal Couchepin** Conseiller fédéral à la retraite et ancien président de la Confédération, disponible chaque semaine en téléchargement. [www.rsr.ch/podcast/la-1ere/temps-retrouve](http://www.rsr.ch/podcast/la-1ere/temps-retrouve)

## RTBF

# Relations orageuses entre la RTBF et les éditeurs de la presse écrite

■ La présence en hausse de la RTBF sur le Web et la place de la publicité sur les sites... cause de toutes les discordes.

En Belgique, l'hiver peut être rude. Les températures parfois polaires n'excluent pas cependant les coups de tonnerre. C'est que les relations entre la RTBF et les éditeurs de presse privés ont été orageuses en ce début d'année. La dépression trouve son origine dans une signature... graphique. Le 12 janvier, la RTBF présente en effet son nouveau logo. Au nom de l'entreprise faisant clairement référence aux deux médias historiques de l'audio-visuel s'ajoute un « .be », symbole d'une activité également développée sur le Web.

### Une concurrence déloyale ?

La réaction des éditeurs privés est immédiate. Ils accusent la RTBF de concurrence déloyale : l'opérateur public n'est pas financé pour venir marcher sur leur terrain, celui d'Internet. Et ils en appellent au pouvoir de tutelle, la Communauté française, afin qu'elle tranche la question. Celle-ci a cependant déjà reçu de multiples réponses.

- La première est inscrite dans les textes. Le contrat (de gestion) de la RTBF avec la Communauté française prévoit son activité sur Internet, avec notamment le développement d'un portail de référence.

- La deuxième tient en l'identité des éditeurs privés : le principal opérateur audiovisuel de la Communauté française - RTL -



allié à des groupes de presse écrite.

- La troisième réponse renvoie à la situation catastrophique vécue par celle-ci. La chute, parfois vertigineuse, des ventes de l'édition "papier" n'est pas compensée par les revenus tirés du net. Bref, la crise est là, mais elle ne date pas de la présence affirmée de la RTBF sur le net. Elle découle de nombreux facteurs, dont un marché atypique et étroit lié à la baisse significative des revenus publicitaires. Précisément, dans le refroidissement des relations entre la RTBF et les éditeurs de presse privés, la publicité occupe une place particulière. Puisque c'est l'autorisation accordée à l'opérateur public de faire de la pub sur le Web qui semble crispier patrons de journaux et de chaînes privées. Proportionnellement, la RTBF est cependant un poids léger dans un paysage dominé par Google ou Youtube. Et se partager ses ressources publicitaires ne résoudrait pas les soucis des médias écrits. C'est la raison pour laquelle la RTBF plaide aujourd'hui pour des collaborations, des échanges et partenariats, sachant que chacun s'enrichit de l'expertise de l'autre.

Bruno Deblander, RTBF

## Rendez-vous le 20 mars pour la Journée internationale de la Francophonie

Afin de célébrer la Journée internationale de la Francophonie et le 40<sup>e</sup> anniversaire de la Francophonie, les Radios Francophones Publiques s'unissent une nouvelle fois pour donner à entendre, sur leurs antennes respectives, "les langues françaises". Loin des analyses linguistiques et des discours officiels, cette journée du 20 mars aura pour vocation de susciter de la curiosité, de l'étonnement, des émotions... et un intérêt pour la pluralité et la diversité des langues françaises, de ses accents... Il ne s'agit pas de bouleverser la programmation habituelle des chaînes, mais d'intégrer, dans la plupart des émissions, des sons "francophones", c'est-à-dire de courtes archives, des extraits de films, de chansons, de lectures de textes. Ces sons seront issus de tous pays, de toutes régions.

Ils refléteront diverses époques, divers milieux ou classes sociales... En dépit des différences de contextes, grammaire, vocabulaire ou prononciation, on se comprend, on parle la même langue. Une "banque de sons" sera proposée sur le site intranet de l'association des Radios Francophones Publiques (accès sécurisé). Les différentes radios francophones - notamment les généralistes - pourront y choisir les sons qui viendront émailler et enrichir leurs émissions, tout au long de la journée. Samedi 20 mars, en partenariat avec l'OIF et l'INA, la musicalité des langues françaises résonnera sur les antennes des radios francophones. Les Radios Francophones Publiques programmeront également ce jour-là, pour l'occasion, des chansons 100 % francophones.

40 ans

## SOLIDARITÉ

## Radio-Canada témoigne de la reconstruction en Haïti

Dans les heures qui ont suivi le séisme du 12 janvier dernier, Radio-Canada dépêchait simultanément plusieurs envoyés spéciaux en Haïti. Depuis, des équipes successives de la radio et de la télé se sont succédées, faisant de cette couverture la plus vaste opération du service de l'information depuis longtemps. Son ampleur est à l'échelle de l'intérêt manifesté par les auditeurs, qui s'explique par les liens étroits qui existent entre Haïti et le Canada. Avant la catastrophe, 6 000 Canadiens habitaient en Haïti, dont 5 000 Québécois. Par ailleurs, le Canada compte des dizaines de milliers de citoyens d'origine haïtienne, qui vivent surtout à Montréal. Le déploiement de Radio-Canada se fait dans le contexte d'un service d'information intégré, comprenant la radio, la télé et l'Internet. Même s'il est trop tôt pour tirer les conclusions, le travail unifié de tous les médias a permis d'aplanir plus facilement les nombreuses embûches logistiques et techniques, en plus d'offrir à l'auditoire une couverture diversifiée et complémentaire. La présence journalistique de Radio-Canada en Haïti se poursuivra sous une forme inédite : deux journalistes multimédias se suivront, à raison d'un mois chacun, jusqu'à la mi-mai.

/Luc Simard, Radio-Canada

## Haïti : en parler encore et toujours !

Chaque mois, sur le blog "Défi Futur" de Pascal Delannoy (Radio France) et sur France Info, rendez-vous avec des journalistes, producteurs, techniciens des Radio Francophones Publiques, pour ne pas oublier Haïti. Trop souvent, en effet, les auditeurs nous font le reproche de quitter trop vite un événement pour un autre : comment chacune des radios membres continue-t-elle à suivre la situation ? Quelles sont les initiatives les plus pertinentes pour la reconstruction ? Où en sont les dons, leur concrétisation ? Toutes questions qui interpellent les pays francophones plus que jamais.

La première émission, le 14 février, a réuni Akli Aït Abdallah, de retour d'Haïti pour Radio Canada, qui a expliqué l'importance de la communauté canado-haïtienne au Québec, Françoise Baré, grand reporter à la RTBF, qui a parlé d'un projet de reconstruction de petites unités de vie par une association d'architectes belges, Gaëtan Vannay, chef du service étranger de la RSR, qui a évoqué le financement, et Alain Faucher, chargé de production à Radio France, qui a parlé de la remise en état des émetteurs en Haïti par son équipe, celles de TDF et de France Télévision.

/Annette Ardisson, Radio France

## ANNIVERSAIRE

Radio-Canada fête ses 75 ans. L'ancien

animateur du *Téléjournal*, Bernard Derome et la jeune animatrice Rebecca Makonnen seront les présidents d'honneur des célébrations du 75<sup>e</sup> anniversaire de Radio-Canada. Bernard Derome est l'une des personnalités canadiennes les plus connues et respectées du public. Rebecca

Makonnen anime *Studio 12*, le grand plateau de création musicale et elle aussi chroniqueuse culturelle à l'émission matinale de la Première Chaîne. Créée le 2 novembre 1936, Radio-Canada aura 75 ans en 2011. Le programme des célébrations est en cours d'élaboration.



Rebecca Makonnen



Bernard Derome

## INTERVIEW

GILLES MARCHAND, DIRECTEUR DE LA RADIO  
TÉLÉVISION SUISSE

## « La marque RTS sera synonyme de qualité et d'originalité »

■ Gilles Marchand est, depuis le 1<sup>er</sup> janvier dernier, Directeur de la RTS - Radio Télévision Suisse -, qui réunit la Radio et Télévision Suisse Romande. Celle-ci produira des émissions de radio, de télévision et des contenus multimédias.

## ■ Qu'est-ce qui a incité radio et télévision suisses romandes à se rapprocher ?

Le virage stratégique a été pris compte tenu du contexte financier, bien sûr, mais avant tout pour adapter nos entreprises aux nouvelles habitudes de consommation des médias. Pour ce faire, nous nous sommes fixé trois objectifs : gagner en efficacité, pour économiser dans une logistique commune des moyens que nous allons investir dans les programmes ; gagner en impact, et améliorer conjointement la perception des programmes de radio et de télévision dans le public ; gagner en intelligence, et faire le pari qu'ensemble, nous serons meilleurs.

## ■ La RTS s'est choisi une structure transversale...

Nous avons estimé qu'en maintenant des directions distinctes pour chaque média, nous conserverions des cloisonnements qui ralentiraient le rapprochement. Mais il n'y a pas de fusion de nos productions : nous continuerons à faire de la radio, de la télévision et du multimédia, avec, à chaque fois, des écritures et des programmations spécifiques.

## ■ En revanche, la RTS conserve deux rédactions pour les news...

Cela distingue la RTS de ce qui a notamment été fait au Canada et en Belgique. Nous avons écarté l'hypothèse d'un "centre news" unique après de longues hésitations, mais cela correspond aussi à nos particularités. La RTS est active sur deux sites, avec de forts ancrages régionaux. Nous devons aussi limiter nos investissements dans les infrastructures et bâtiments. Nous avons donc choisi une "convergence en réseau", qui permettra de nombreuses collaborations. Les deux rédactions en chef sont d'ailleurs chapeautées par une direction de l'actualité commune qui veillera à ces coopérations et au maintien de la diversité éditoriale.

## ■ Le multimédia gagne en visibilité, comme troisième média de RTS.

Oui, nous allons continuer à développer notre offre multimédia de manière très déterminée, mais dans les limites de notre législation. Notre concession nous interdit en effet de développer des contenus internet propres ; ce que nous offrons en ligne doit être lié à nos produits radio et télévision. C'est la raison pour laquelle la RTS n'aura pas de rédaction multimédia autonome mais des "Web éditeurs" qui travailleront avec les productions radio et TV.

## ■ Quelle place occupe le service public dans l'environnement actuel ?

Nous devons bien sûr répondre aux besoins du public, mais avec une vraie stratégie de l'offre. Nous continuerons à proposer des contenus originaux, inattendus. La marque RTS sera synonyme de qualité et d'originalité. Le public doit reconnaître ces qualités dans nos productions et dans la qualité de nos programmations. Et c'est justement en rassemblant les équipes de l'audiovisuel public, que nous trouverons les moyens pour y parvenir.

## ■ Les organismes internationaux de radio ou de télévision (RFP, CTF...) devraient-ils se poser eux aussi la question d'une fusion ?

Trois des quatre partenaires des Radios Francophones Publiques se sont engagés dans cette voie. De mon côté, je plaide pour le développement de passerelles entre les organismes et entre les médias. C'est en échangeant sur nos réalités professionnelles que nous avançons. Le monde est de moins en moins cloisonné, nous devons intégrer cette donne de manière ouverte et sereine. L'audiovisuel public a de formidables atouts, à commencer par la qualité de ses productions et sa solide relation avec les publics. Il faut parier sur ces forces et s'ouvrir. La stratégie du repli n'offre pas de perspectives. Propos recueillis par Doron Allalouf, RSR



Gilles Marchand : « L'audiovisuel public a de formidables atouts... »

## NOMINATIONS

## Radio France



→ **Julien Delli Fiori**, directeur de FIP. Il participe à la création de la station en 1971 avant d'en devenir rapidement l'un des présentateurs de jazz. À partir de 1991, il produit *Night and day* sur France Inter, popularisant tous les grands festivals de jazz. En 2002, il est nommé conseiller artistique auprès du directeur de France Inter, chargé de la couleur d'antenne. Dernièrement il présentait, sur cette même chaîne, *Ascenseur pour le jazz*.



→ **Dominique Pensec**, directrice des éditions de Radio France. Titulaire d'une licence de lettres, Dominique Pensec a commencé sa carrière à Radio France comme animatrice. Nommée directrice du réseau FIP en 1994, elle a notamment développé la politique des concerts et l'activité discographique qui en découle.



→ **Olivier Morel-Maroger**, directeur délégué de France Musique, chargé de la production et du développement. Entré à Radio France en 1992, il a exercé de 2004 à 2008 les fonctions d'adjoint au Secrétaire général de Radio France. Depuis mai 2008 il était directeur adjoint de France Musique.

## EN BREF

## FORMATION

→ **Master sur les ondes d'Espace 2** pour la deuxième année, avec la RSR-Espace 2 et le Conservatoire de musique de Lausanne. Les étudiants ont dans leur projet de fin d'études l'organisation d'un concert, l'établissement du programme, la présentation et le jeu en public et en direct. Objectif pour les étudiants : acquérir des compétences utiles à la gestion de leurs carrières ; pour Espace 2, cela constitue une vingtaine de concerts offerts au public : 22-26 février ; 26-30 avril.

## JOURNÉE DE LA FEMME

→ **Les femmes prennent les rênes de la rédaction RSR** à l'occasion de la journée internationale de la femme. Du 8 au 12 mars, les postes de responsables de rubriques, productrices et rédactrices en chef adjointes seront tous occupés par des femmes de la rédaction de la RSR. Cette semaine vise à créer une émulation au sein de la rédaction. Afin d'en tirer les meilleurs bénéfices, l'ensemble du projet fera l'objet d'une étude par un observateur extérieur.

## // Agenda

**RTBF** • DU 4 AU 8 MARS > **Foire du livre** à Tour & Taxis, Bruxelles. 4 MARS, 14 H-17 H : enregistrement de la *Librairie Francophone*.

• LE 25 MARS > **Showcase K's Choice** à Bruxelles, en collaboration avec Pure FM.

**RSR** • 5 AU 14 MARS > **Festival des Droits humains** à Genève.

• DU 13 AU 20 MARS > **Festival de Films de Fribourg**.

• 20 MARS > **X-Treme Verbier**, compétition de ski extrême.

• DU 19 AU 28 MARS > **Festival Archipel** de Genève.

**Radio-Canada** • DU 22 AU 26 MARS > **Le combat des livres**, compétition au cours de laquelle des personnalités défendent leur livre préféré. Le combat est animé par Christiane Charette (Première Chaîne, de 9 h à 11 h).

**LES RFP** • DU 26 AU 29 MARS > **Forum Babel Med musique**. À Marseille, le 26, concert de 20 h à minuit : les producteurs des émissions consacrées aux musiques du monde sur les RFP, Didier Melon et Étienne Bours (RTBF), Françoise Degeorges (Radio France), Vincent Zanetti (RSR) et Dan Bernham (Radio-Canada), se retrouveront autour d'une scène francophone. Au programme : Lo Cor de la Plana (chants contatataires occitans), Insingizi (chant a capella zoulou), El Hijo de la Cumbia (Dj argentin), Cuncordu e Tenore de Orosei (Polyphonies sardes).

## RADIO-CANADA

## Espace musique se régionalise

■ Pour se rapprocher de ses auditeurs, la chaîne musicale de Radio-Canada entreprend une réorganisation majeure.

À compter de septembre, Espace musique créera des antennes distinctes dans une dizaine de régions du pays. De 9 h à 16 h en semaine, une période cruciale pour les radios musicales, chaque nouvelle antenne se moulera à l'heure locale. Pendant cette période, la chaîne cessera donc de diffuser dans tout le Canada un programme unique calqué sur l'heure de Montréal. Cela corrigera des anomalies familières aux auditeurs d'un pays qui compte six fuseaux horaires. Actuellement, l'émission matinale d'Espace musique réveille les auditeurs de Montréal à 6 h mais elle surprend ceux de Vancouver à... 3 h ! De même, l'auditeur montréalais peut déguster l'apéro sur fond de jazz à 17 h pendant que le Vancouverois reçoit le jazz (et l'apéro ?) à 14 h.

## Six mois de "chantier"

La presque totalité de l'auditoire percevra le changement, de l'Atlantique au Pacifique, en passant par le Québec. Comme les autres régions, Montréal aura sa propre programmation. De façon à conserver son identité, l'offre musicale de la chaîne demeurera cependant commune à toutes les antennes. Les animateurs locaux y ajouteront une touche originale en commentant l'actualité artistique de leur coin de pays et en offrant des services, comme l'heure et la



météo. Deux fois par jour, des capsules de 30 secondes seront diffusées pour annoncer les manifestations culturelles locales. Ce chantier doit être complété en un temps record, soit à peine six mois. Pendant ce laps de temps, il faut mettre sur pied une nouvelle infrastructure technique pour décupler le signal de la chaîne, en ce moment unique. Il faut aussi embaucher une vingtaine d'animateurs (deux par région), qui deviendront autant de nouveaux visages de la chaîne. Le site Internet d'Espace musique doit en outre être adapté pour offrir aux internautes le programme approprié pendant la période régionale. Enfin, il faut concevoir des bulletins de nouvelles adaptés, avec des contenus régional, national et international. La régionalisation marque la troisième étape du développement d'Espace musique, après sa naissance (en 2004) et l'adoption du style musical "multigenres" (en 2007).

Luc Simard, Radio-Canada

## ÉVÉNEMENT

## RTBF • La fête au Palais

Après le succès de l'an dernier, Musiq'3 organise à nouveau **la Fête au Palais** le dimanche 21 mars 2010. La radio classique s'installe toute la journée de 10 heures à 19 heures au Palais des Beaux-Arts de Bruxelles. Un stand et un studio permettront de rencontrer le public et de proposer de multiples activités ludiques, gastronomiques, littéraires et musicales pour petits et grands, sous le signe du

Mexique... Trois concerts seront également diffusés en direct. Musiq'3 profitera de l'occasion pour faire découvrir au public la webradio pour enfants "C'Top" : ensemble, les deux radios proposeront un atelier radio permettant à chaque enfant de devenir un « C'TOP reporter ». Les meilleurs reportages seront diffusés, pendant la journée, sur Musiq'3!

**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