

MICRO 4 les radios francophones publiques

LA LETTRE D'INFORMATION
DES RADIOS FRANCOPHONES PUBLIQUES

N° 328
NOVEMBRE 2008

www.radiosfrancophones.org

RADIO FRANCE
RTBF
RADIO SUISSE ROMANDE
RADIO-CANADA

INTERVIEW

BERNARD MEILLAT, Directeur de Musiq'3 - RTBF « Ça bouge à Musiq'3 »

Avec la volonté de s'inscrire dans l'actualité culturelle belge, d'en être le soutien et un acteur, en variant davantage les musiques, Musiq'3 veut toucher aussi le public plus jeune.

PAGE 3

Radio-Canada veut promouvoir la diversité à l'antenne

Radio-Canada lance un plan d'action pour s'ouvrir aux minorités.

PAGE 2

RSR-Espace 2 montre qu'elle renouvelle son image

PAGE 2

Les émissions religieuses à la radio

Si Radio France, la RSR et la RTBF ouvrent leurs antennes chaque semaine aux émissions religieuses, Radio-Canada a abandonné l'option depuis 1989.

PAGE 2

Zoom

Francosonik : une webradio internationale des RFP pour les nouveaux talents

Coproduction des radios jeunes des Radios Francophones Publiques : Pure FM (RTBF), le Mouv' (Radio France), Couleur 3 (RSR) & Bande à Part (Radio-Canada), la webradio Francosonik diffuse les jeunes talents émergents des quatre communautés dans un programme musical unique. Lancée fin septembre en Belgique, la webradio Francosonik le sera de façon échelonnée d'ici la fin de l'année dans les trois autres pays participant au projet. Francosonik pourra être écoutée au départ du site web des chaînes concernées (dès maintenant sur www.purefm.be) et offrira une fenêtre internationale aux jeunes artistes de la francophonie. Francosonik sera aussi le label attitré d'événements spéciaux, podcasts,



webcasts, retransmissions multiplexes, toutes au service de la diversité et des talents internationaux. Francosonik offrira ainsi un tremplin aux nouveaux talents de chaque communauté, le plus souvent pour leur toute première diffusion en radio, l'aide aux nouveaux artistes faisant partie des priorités du service public.

RÉGIONS

FIP se "déparisienise"

■ De nouvelles zones de diffusion et une réorganisation des antennes déjà existantes pour la radio d'accompagnement musical de Radio France.

À partir du 3 novembre, la radio d'accompagnement musical de Radio France fait peau neuve, de manière à refléter la vie culturelle de toutes les régions françaises. Aux quatre FIP historiques que sont Paris, Nantes, Bordeaux et Strasbourg, s'ajoutent maintenant de nouvelles zones de diffusion en FM : Rennes, Montpellier, Aix-Marseille, Toulouse. Parallèlement se développe l'écoute sur la toile, en augmentation de 20 %, le téléphone mobile et le réseau câblé. FIP a maintenant autant d'auditeurs sur ces nouvelles fréquences et ces nouveaux canaux qu'en région parisienne, or c'est la même offre éditoriale qui leur est proposée. D'où la nécessité d'être moins "parisien" et d'offrir des places de spectacles ou de recommander des manifestations culturelles à Marseille,



Montpellier et ailleurs... C'est là qu'intervient la réorganisation des trois FIP régionaux que sont Nantes, Bordeaux et Strasbourg. Les équipes sont appelées à concourir à la nouvelle antenne en faisant remonter une sélection d'événements culturels locaux et en développant sur la toile la rubrique "Sortir avec FIP" déclinée ville par ville en multimédia. Nantes, Bordeaux et Strasbourg conservent quatre créneaux spécifiques le matin et une antenne dédiée à la proximité entre 16 heures et 20 heures. Quant à l'antenne nationale, débarrassée des embouteillages sur le périphérique parisien (les points de circulation sont maintenant l'apanage du réseau France Bleu), elle reste fidèle aux fondamentaux qui ont fait son succès :

- Une programmation musicale éclectique, fondée sur la qualité des enchaînements, qui permet de passer d'un univers classique à celui du rap, en travaillant tous les genres et toutes les époques.
- Une animation reconnaissable entre toutes, avec des voix féminines indissociables de la programmation musicale, non seulement par le timbre mais aussi par la manière d'intervenir, "calée" sur la musique.
- Une prescription culturelle rigoureuse
- L'absence de publicité et de préoccupation marchande, comme aime à le souligner les auditeurs.

Annette Ardisson, Radio France

INTERNET

Une nouvelle zone audio-video sur Radio-Canada

Annoncée en mai (*Micro 4* n° 323), la nouvelle zone musique de Radio-Canada regroupe maintenant sur le web tous les contenus de la radio et de la télé. Le site offre des actualités musicales, des concerts et plusieurs émissions sur demande d'Espace musique, de La Première Chaîne et de Bande à part. Une autre section est réservée aux "révélations" de Radio-Canada, soit des jeunes musiciens auxquels le radiodiffuseur se propose d'offrir un soutien particulier dans la prochaine année. La section vidéo permet de voir des extraits, sélections d'émissions musicales de la télé comme *Studio 12* et *M comme musique*. On trouve aussi des blogues, des chroniques et un palmarès des chansons les plus populaires sur les antennes de Radio-Canada.



NOMINATIONS

RADIO FRANCE

➤ **Guy Durieux devient secrétaire général aux rédactions, délégué aux ressources humaines journalistes.** Entré en 1985 à Radio France fréquence Nord, il a dirigé ensuite Radio France Bourgogne, Radio France Isère et, dernièrement France Bleu Pays d'Auvergne et la région Grand Centre. Guy Durieux prendra ses fonctions le 1^{er} décembre.

➤ Il succède à **Antoine de Galzain nommé directeur de France Bleu Ile-de-France.** Antoine de Galzain a fait toute la première partie de sa carrière dans les radios locales de Radio France. En 1997, il participe à la création du Mouv'. En 1998, il est nommé rédacteur en chef à France Info, puis envoyé spécial permanent à Madrid de 2000 à 2005. De retour en France, il est nommé directeur adjoint du réseau France Bleu avant de rejoindre la Direction des ressources humaines.

➤ **Guy Hemmer, son prédécesseur, est nommé directeur de 107.7-Programme Radio France.** 107.7 est une radio dédiée au trafic sur les autoroutes, et développée en collaboration avec la SANEF (Société des Autoroutes du Nord et de l'Est de la France). Elle diffuse des informations pratiques en français et en anglais.

© CH. ABRAMOVITZ

© CH. ABRAMOVITZ

© CH. ABRAMOVITZ

// En ligne

**RSR • Concours de Genève.**

Piano et violoncelle sont au programme cette année. La RSR, partenaire de cette prestigieuse manifestation, offrira en téléchargement les finales et les éliminatoires des candidats.

<http://concoursgeneve.rsr.ch/>



RADIO-CANADA • Web TV. Début octobre, Radio-Canada a lancé TVPTV, un concept de webtélé éclaté réalisé par l'humoriste Ghislain Taschereau. Une nouvelle webémission est mise en ondes tous les mercredis pendant huit semaines. Chacune est composée de clips, de parodies, de doublages et d'entrevues. www.radio-canada.ca/tvpt



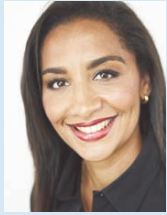
RADIO FRANCE • La crise financière expliquée aux néophytes. "Les mots de la crise", "L'histoire des crises", "La genèse" de celle-ci, et une "Bibliographie" qui survivra à l'actualité, c'est sur le site www.france-culture.com

Toujours sur le site de France Culture: douze propositions pour l'Europe de 2020, fruit de la rencontre de 500 jeunes européens, à Nantes, pour affirmer leur vision de l'Europe de demain.

OUVERTURE

Promouvoir la diversité à l'antenne

■ Radio-Canada lance un plan d'action pour s'ouvrir aux minorités.



© DR

Le Canada a accueilli environ un million et demi d'immigrants depuis le début de la décennie. Les trois quarts font partie, selon la définition de la loi canadienne, des minorités visibles, soit celles « qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche ». Malgré des diplômes et de l'expérience de travail, ces gens se dénichent rarement un emploi dans les médias. « *Nous sommes vus comme inatteignables, élitistes* », dit Nadia Rousseau, Première conseillère stratégique à la diversité pour les Services français de Radio-Canada. « Aux yeux des nouveaux arrivants, les médias ne semblent offrir que des emplois compétitifs et précaires, moins simples et codifiés que les professions d'instituteurs ou de commerçants. »

Pour que Radio-Canada soit dans la moyenne du secteur des communications, selon l'analyse d'Industrie Canada, 7 % de son effectif devraient provenir des minorités visibles. Or, en dépit des efforts consentis depuis un quart de siècle, la proportion n'est que de 2 %. Le

radiodiffuseur public se propose d'atteindre la cible de 7 % d'ici 2013.

Dans ce but, un plan d'action, assorti d'une batterie de moyens, a été adopté cet automne. Les gestionnaires seront d'abord sensibilisés à l'obligation et à l'utilité de prendre le virage de la diversité. Par la suite, certaines pratiques d'embauche seront modifiées. Tout comité de sélection pour un emploi serait tenu de recevoir au moins un candidat issu des minorités. Autre exemple, les tests d'entrée du service de l'information cesseront d'être uniformes pour toutes les catégories d'emploi. Ils seraient plutôt adaptés selon la fonction (chercheur, reporter, etc.) et le lieu d'embauche (les stations régionales ou le réseau). Mais l'embauche ne suffit pas : il faut encore s'assurer de garder les nouveaux venus. À cet effet, le plan d'action envisage de développer le "mentorat". À terme, l'objectif est de faire en sorte que Radio-Canada, et particulièrement l'antenne, offre un reflet plus juste de la société.

Luc Simard, Radio-Canada

RSR

Espace 2 montre qu'elle renouvelle son image



Dans la presse, sur ses publications, bientôt à la télévision et ailleurs encore : Espace 2 renouvelle son image et lance une campagne de communication qui s'appuie sur la variété des contenus.

Objectifs : faire savoir que la chaîne culturelle ne donne pas que dans la musique, et attirer un public plus jeune, friand de sorties et d'informations culturelles.

Mieux faire connaître la chaîne et son univers, et notamment faire passer le message qu'Espace 2 n'est pas seulement la chaîne de la musique classique : ce sont les objectifs fixés à cette nouvelle campagne de communication. Avec son programme varié, qui fait place au jazz, aux musiques du monde, à l'actualité culturelle, au théâtre, à la littérature et aux arts en général, Espace 2 peut intéresser tout le monde. Le programme offre ainsi une porte d'entrée pour chacun. À partir de là, la chaîne invite les auditeurs à explorer les autres émissions.

Le slogan de la campagne, d'ailleurs, est *Enfin une chaîne de variétés!* La campagne s'appuie visuellement sur des cercles, qui pourraient symboliser des ondes (certains parlent des sillons de disques vinyles!). Pour la petite histoire, la graphiste est partie du petit cercle qui encadre le E dans le logo d'Espace 2, et l'a multiplié à l'infini. Dans la réalisation graphique, ces cercles concentriques entourent un mot – "musiques", "littérature", "programme" – et, par un effet visuel, le font vibrer différemment à chaque fois. La campagne est actuellement visible en presse et en affichage, bientôt sur un spot TV, et se décline sur les publications de la chaîne. Et pour le côté ludique, on distribue des badges avec les motifs de la campagne. Au final, se réjouit Liliane Beuggert, responsable de la communication d'Espace 2, nous avons une campagne qui est plus modulable que la précédente, et qui peut facilement s'adapter à des situations différentes. C'est en quelque sorte à l'image du désir de rendre la chaîne plus accessible... **Doron Allalouf, RSR**

TÉMOIGNAGE

« Un passage que je n'oublierai pas »

Sébastien Berriot, journaliste à France Bleu Cotentin, a échangé son poste pendant deux mois avec Hugues de Roussan de Radio-Canada, dans le cadre des RFP. Une expérience qui lui a donné de l'air et a enrichi sa pratique.

« Plongé dans le bain : après une semaine de formation technique et de découverte de la Maison de Radio-Canada à Montréal, mon premier reportage est consacré à la vie animale sauvage dans le centre-ville de la métropole québécoise. Me voilà parti sur la trace des faucons, renards, castors et autres coyotes qui vivent au cœur de Montréal. J'ai le privilège de travailler pour *Desautels*, l'une des émissions phares de la Première Chaîne, pilotée en fin d'après-midi par l'animateur-journaliste Michel Desautels. Premier constat fort agréable, le reporter dispose d'un espace conséquent pour s'exprimer et traiter les sujets en profondeur, avec des reportages quotidiens pouvant aller jusqu'à 15-20 minutes. Il vient les présenter en direct pendant l'émission. Le deuxième mois, changement de décor : direction la "salle des Nouvelles" où les bulletins s'enchaînent toutes les demi-heures en fonction du décalage horaire de chaque région. Le rythme est soutenu et la machine parfaitement huilée. Pour un journaliste français, le fonctionnement semble au premier abord un peu compliqué : les acteurs sont nombreux et le travail de préparation très compartimenté, contrairement à ce qui se fait en France. Les bulletins, sobres, visent l'efficacité avec des sons très courts, parfois moins de 15 secondes. La rédaction apprécie mes reportages "à la Française" avec ambiance et parfois quelques... longueurs. Bilan pour moi : une expérience très enrichissante, la découverte d'une façon différente de travailler et un accueil formidable à Radio-Canada. Un passage que je n'oublierai pas. » Sébastien Berriot, Radio France.

INTERVIEW

BERNARD MEILLAT,
Directeur de Musiq'3 - RTBF

« Ça bouge bien à Musiq'3 »

■ Avec la volonté de s'inscrire dans l'actualité culturelle belge, d'en être le soutien et un acteur, en variant davantage les musiques, Musiq'3 veut toucher aussi le public plus jeune. Rencontre avec le directeur de la radio, Bernard Meillat.



© CASSANDRE STURBOIS

BERNARD MEILLAT : « L'évolution est prudente, il y a un équilibre à garder à la fois pour ne pas contrarier les auditeurs fidèles et pour respecter nos missions essentielles. »

■ Ca bouge bien à Musiq'3 pour la nouvelle saison radio !

Effectivement ça bouge beaucoup, avec deux étapes marquantes. D'abord, la dynamisation de la tranche du matin où, autour d'informations culturelles enrichies, se greffe une programmation musicale plus diversifiée, en rapport avec l'actualité. La volonté de Musiq'3 est de s'inscrire dans l'actualité culturelle belge, d'en être un soutien et un acteur. Ainsi, Musiq'3 n'hésite pas à casser la grille en créant des événements sur le terrain et sur l'antenne, comme ce fut le cas en octobre à l'occasion des 30 ans de la mort de Brel, traités sous l'angle particulier de *Brel et la musique classique*.

■ Que nous promettent ces prochaines semaines ?

Fin novembre nous "emmenons" nos auditeurs tout un week-end à New York, avec des concerts de l'Orchestre Philharmonique et des opéras du Metropolitan, en allant de Broadway aux grands clubs de jazz, avec un détour au MoMA pour une exposition Van Gogh... Une nouvelle édition de *Babel Live*, création de Musiq'3 sur l'idée de l'unité fondamentale de la musique, est prévue en janvier et mêlera musique du monde, jazz, musique électronique et classique.

■ Vous touchez un public de plus en plus jeune...

Les jeunes auditeurs sont difficiles à conquérir, mais nous essayons d'aller vers eux. Nous avons lancé depuis deux ans *Musiq'Académies*, une émission qui va au-devant des jeunes musiciens et des amateurs de tous âges. Nous allons sur le terrain, nous organisons avec les conservatoires de Bruxelles des concerts qui sont enregistrés, puis diffusés ou podcastés, nous encourageons les jeunes à aller au concert, à écouter la musique à la radio.

Nous allons aussi là où on ne nous attend pas, comme à l'exposition Star Wars où nous avons organisé un concert John Williams dans le décor de l'expo. C'est un travail de longue haleine, il faut modifier l'image de la chaîne en douceur. Les premiers résultats sont encourageants.

■ Est-ce dans cet esprit que Musiq'3 s'ouvre à d'autres genres musicaux ?

Nous varions davantage les musiques, mais sans mélanger tout ! Les tranches de l'actualité y sont ouvertes car elles sont multiples, par définition. Entre 7 heures et 9 heures, nous diffusons du jazz, des chansons, des musiques du monde ou de film. Dans la journée, nous avons des rendez-vous dédiés aux "autres" musiques, auxquels s'ajoutent quelques thématiques, des concerts ou des événements spéciaux. Nous prenons aussi le risque d'un magazine de musique contemporain le samedi après-midi. Mais, le reste du temps, la programmation reste plus classique. L'évolution est prudente, il y a un équilibre à garder, à la fois pour ne pas contrarier les auditeurs fidèles et pour respecter nos missions essentielles.

■ Comment Musiq'3 évolue-t-elle en interne ?

Une évolution intéressante, et inévitable, est celle des métiers qui ont tendance à se rejoindre : les techniciens peuvent mieux utiliser leur créativité et leur culture musicale, au point de produire complètement certaines émissions, tandis que les producteurs deviennent des "techniciens" pour réaliser leurs montages. Nous essayons de créer une dynamique sur ces changements, de susciter des échanges fructueux.

Propos recueillis par Fabienne Pasau, RTBF

TANDEM

SUISSE-CANADA • Émissions scientifiques communes autour du CERN

L'entrée en service du collisionneur de particules du CERN (Centre européen de recherche nucléaire), le 10 septembre, a donné lieu à une collaboration sans précédent des émissions scientifiques *Impatience* (La Première, RSR) et *Les années lumière* (La Première Chaîne, Radio-Canada). La journaliste canadienne Chantal Srivastava s'est rendue en Suisse et a participé à l'édition d'*Impatience* le jour de l'entrée en service. En retour, le journaliste suisse Emmanuel Gripon a pris part à l'émission spéciale que *Les années lumière* ont consacrée à l'événement. Ce travail en tandem a eu lieu dans la foulée des échanges de reportages scientifiques auxquels la RSR et Radio-Canada ont procédé dans la dernière année.

FLUX

RSR • L'offre de podcasts RSR revisitée

L'offre de podcasts de la Radio Suisse Romande est abondante avec près de 80 flux disponibles à l'abonnement, dans de nombreux domaines. Cette abondance pouvait rendre l'utilisation de ce service difficile pour les visiteurs. Une page entièrement revisitée offre désormais un accès aisé à tous les flux. S'abonner via iTunes ou utiliser le flux RSS dans n'importe quel programme adapté peut se faire facilement. Particularité de cette offre : les cinq derniers éléments de chaque flux sont disponibles pour l'écoute immédiate. Cela permet de proposer chaque jour une sélection de sons aux visiteurs.

EN BREF

SUCCÈS

...✚ **C'est vous qui le dites!** Depuis la rentrée, l'émission *C'est vous qui le dites!* présentée par Benjamin Maréchal, cartonne! Interactive, l'émission invite les auditeurs à réagir sur différents sujets de société. Elle atteint régulièrement 5 000 à 6 000 appels par émission, le record ayant été battu début octobre avec 8 500 appels pour le thème « *Avez-vous honte du métier de vos parents?* », du lundi au vendredi sur VivaCité, de 9 h à 11 h.

EN PUBLIC

...✚ **La Librairie francophone au Salon du livre de Montréal (19 au 24 novembre).** Enregistrée le 20 novembre, l'émission aura Denise Bombardier pour invitée vedette. Elle sera sur le plateau de Radio-Canada en compagnie de Manon Trépanier, la libraire québécoise attirée de l'émission, devant le public du Salon du livre. Denise Bombardier a publié cette année chez Albin Michel, *Nos chères amies*, un livre sur l'amitié, et c'est ce thème qui sera le point de départ de l'émission.

DIFFUSION

...✚ **France Inter et France Info plébiscitées une nouvelle fois par les cadres actifs.**

Selon une étude d'Ipsos Média, France Inter est la station la plus écoutée par cette catégorie socioprofessionnelle avec 17,1 % d'audience cumulée, soit plus de 1 200 000 cadres à l'écoute par jour. France Info arrive en deuxième position avec 15,4 %, soit 1 151 000 cadres auditeurs quotidiens.

Enquête réalisée auprès de 4 820 cadres actifs du 24 octobre 2007 au 25 avril 2008, sur la tranche 5 heures-24 heures du lundi au vendredi.

PRIX

...✚ **Le Prix Goretta 2008 a été attribué à Lucile Solari (RSR),** pour son reportage "*Mon mari devient une femme*". Elle a pu y recueillir le témoignage rare d'une personne confrontée au changement de sexe de son conjoint.

Le prix Goretta, créé en 1986, récompense un entretien radiophonique qui privilégie la mise en valeur, l'écoute et le respect de l'interlocuteur. Il est ouvert aux professionnels des radios locales de Suisse romande et aux collaborateurs des Radios Francophones Publiques.



© RSR

//Agenda

RADIO-CANADA • DU 19 AU 24 NOVEMBRE > **Salon du livre de Montréal.** De nombreuses émissions de Radio-Canada y diffuseront en direct et en public. Le thème de cette année: *l'amour au cœur du livre.*

RADIO FRANCE • 14 NOVEMBRE > Maison de Radio France: Kurt Masur et l'Orchestre National de France répètent la symphonie N° 2 de Bruckner, devant un public scolaire et d'étudiants du conservatoire. Cette répétition sera suivie d'une rencontre avec le chef. Directeur musical de l'ONF pendant quatre ans, Kurt Masur est désormais son directeur honoraire, mais l'histoire d'amour continue: cette saison, il dirigera la formation qu'il a emmenée vers les sommets à Bonn, Baden-Baden, Frankfort, Milan et Vienne.

RTBF • 17 NOVEMBRE > **show case** de Daran en exclusivité pour Classic21.

ÉMISSIONS THÉMATIQUES

Les émissions religieuses à la radio

RADIO FRANCE • France Culture s'ouvre aux différentes religions chaque dimanche

Le cahier des charges de Radio France stipule que la société contribue à l'expression et à l'information des familles spirituelles et philosophiques. Les émissions religieuses, prévues par ce même cahier des charges, sont réalisées sous la responsabilité des représentants désignés par les hiérarchies des différents cultes, mais prises en charge financièrement par la société dans la limite d'un plafond annuel fixé pour chaque émission. C'est ainsi que France Culture diffuse successivement le dimanche à partir de 8 heures *Orthodoxie et tradition*, *Service protestant*, *Maison d'étude*, consacrée à la culture juive, *Divers aspects de la pensée contemporaine*, confiée en alternance aux diverses familles maçonniques et aux libres penseurs, puis à 10 heures, une *Messe catholique* en direct. La chaîne présente en outre à 18 h 10, *Culture d'Islam*, qui n'est pas à proprement parler une émission religieuse, mais vise à lever la méconnaissance des références islamiques par une approche philosophique et culturelle.

RSR • L'information religieuse présente depuis de nombreuses années

La plus ancienne émission de la Radio Suisse Romande est *Le culte protestant*, diffusé depuis 1923. Ce serait ainsi l'une des plus anciennes célébrations radiodiffusées du monde! Il fut bientôt complété par des *Causeries catholiques*, mais il fallut pourtant patienter jusqu'en 1940 pour que la messe soit proposée tous les dimanches. Parallèlement aux offices, l'information religieuse prit rapidement un caractère œcuménique, et s'est développée dans les différents programmes de la RSR.

En Suisse romande, le Centre catholique de radio et de télévision (qui fête ses 50 ans cette année) et l'Office protestant des médias sont liés à la RSR par une convention. Les journalistes des émissions religieuses traitent leurs sujets selon les mêmes critères d'éthique professionnelle que leurs collègues des autres services; ils travaillent en outre de manière œcuménique et accueillent l'expression d'autres religions.

RTBF • 1 h 20 d'émissions "concedées" par semaine

Les émissions "concedées"... ce terme un peu sibyllin désigne, tant en radio qu'en télévision, l'ensemble des émissions confiées aux associations représentatives reconnues, plus clairement aux associations religieuses et philosophiques, idéologiques et politiques, économiques et sociales. Héritières d'une tradition qui remonte à 1937, les émissions catholiques, protestantes, orthodoxes, israélites et laïques bénéficient de moyens de production et d'un temps d'antenne global d'environ 1 h 20 par semaine, sur La Première. S'y ajoutent bien sûr la messe chaque dimanche matin ainsi que cinq émissions spéciales de trente minutes pour les catholiques et pour les protestants, à l'occasion des fêtes religieuses.

RADIO-CANADA • Depuis 1989, il n'y a plus d'émissions religieuses à l'antenne

Lors de sa création, en 1937, Radio-Canada diffuse déjà une première émission religieuse, *L'Heure dominicale*. 10 ans plus tard, en 1947, deux émissions religieuses quotidiennes s'ajoutent, *Méditation*, le matin, et *Pensées de la nuit*, le soir. Puis viendra une longue série d'émissions religieuses dont les dernières à être lancées seront *Dialogue* (1969) et *Le Matin de la fête* (1975). *Dialogue* est la dernière à quitter l'antenne, en 1989. Depuis, la radio ne diffuse plus d'émissions religieuses. La télé continue cependant de le faire avec *Second Regard* et *Le Jour du Seigneur*, toutes deux diffusées le dimanche.

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