

MICRO 4 3 les radios francophones publiques

LA LETTRE D'INFORMATION
DES RADIOS FRANCOPHONES PUBLIQUES

N° 283

OCTOBRE 2004

www.radiosfrancophones.org

RADIO FRANCE

RTBF

RADIO SUISSE ROMANDE

RADIO-CANADA

INTERVIEW

« C'est la qualité qui prime »

Depuis le début de l'année, les flashes horaires d'information des trois chaînes dites "musicales" de la RSR sont identiques. Mesure de simplification et de rationalisation, c'est lors de la refonte totale du programme de *Couleur 3* que ce projet a été mis sur pied. Ce changement ne risquait-il pas de gêner, voire de rebuter les publics très différents de ces chaînes ? Interview de Claudia Bruno.

PAGE 3

De la couleur et de l'audace pour Espace musique

Lancement réussi de la nouvelle chaîne musicale de Radio-Canada.

PAGE 2

La RTBF tient bon le "CAP 48"

La RTBF organise sa grande opération caritative en faveur des handicapés, jusqu'au 17 octobre.

PAGE 4

> Les élections américaines vues par les radios francophones

PAGE 4

> Relais radio vers les Jeux de la Francophonie 2005

PAGE 3

Zoom

Classic 21 en pôle position

La dernière mesure d'audience radio (CIM vague 5bis) a délivré ses résultats fin août. Sondage encore partiel pour les nouvelles radios de la RTBF mais déjà un constat évident : *Classic 21* cartonne. D'emblée 5,9 % de parts de marché (résultats extrapolés) avec des pointes à 8 %, un cœur de cible touché de plein fouet et même un peu plus jeune que prévu. Pour une nouvelle radio au format inédit (rock classique), cette entrée en matière est plus qu'encourageante...



FRANCE INFO 2004

« Qu'y a-t-il de nouveau dans les nouvelles ? »



■ Après avoir multiplié les chroniques l'an dernier (plus de quatre-vingt par semaine), *France Info*, pour sa dix-septième année, joue la mise en perspective.



Michel Serres (à gauche) et Michel Polacco : « Toujours surprendre l'auditeur... »

Sans renoncer à sa vocation, l'information « chaude » (davantage de directs), ni à son format (rapidité et variété), France Info entend remettre en perspective les faits, ou les phénomènes, traités au fil des jours, et leur donner un sens. *Le sens de l'Info*, c'est d'ailleurs le titre de la nouvelle rubrique animée par Michel Polacco lui-même (directeur de la station), avec le philosophe Michel Serres. Chaque dimanche pendant 7 minutes (diffusion à 18 h 15, 20 h 15 et 22 h 15), le duo entend « poser des balises, donner du recul stratégique » à cette actualité qui nous submerge parfois. S'agit-il d'épiphénomène, d'anecdote à l'échelle du temps, ou bien de l'entrée dans une nouvelle ère, du début d'un nouveau cycle ?

C'est ce qui a séduit Michel Serres, intellectuel au parcours atypique (de l'école navale à l'académie française, professeur à Standford et à la Sorbonne). « Je me sens quelques fois mal à l'aise avec l'actualité », expliquait-il lors de la première émission. « La question que je me pose volontiers c'est : qu'il y a-t-il de nouveau dans les nouvelles ? »

De son côté, Michel Polacco, l'auto-didacte passionné de sciences, souhaitait non seulement renouer avec les risques de l'antenne, mais aussi rappeler que le doute est un réflexe de base que la profession tend à oublier. « Nous vivons dans un monde qui ne s'interroge pas assez, qui ne doute pas assez, où le conventionnel et l'institutionnel sont omniprésents » martèle-t-il. Alors sont au politiquement correct ? C'est en tous cas la devise affichée de cette séquence.

Dans le même esprit de mise en perspective, et toujours sur 7 minutes, *Retour sur France Info* (le samedi à 13 h 17 et 19 h 17), présenté par Antoine Cormery, consiste à reprendre une information de la semaine et à en suivre le parcours : voir comment elle a été traitée à l'antenne, non dans un but d'autocritique, mais pour mieux analyser sa progression, avec l'éclairage d'un spécialiste.

Toujours surprendre l'auditeur : tel est le souci de Michel Polacco. « Sinon... une fois qu'il a écouté les nouvelles, il risque d'aller voir s'il n'y a pas de surprise chez les autres ! »

Annette Ardisson, Radio France.

COPRODUCTION NORD/SUD

Relais radio vers les Jeux de la Francophonie 2005

Trois radios, trois continents, un projet commun : permettre aux auditeurs de *La Voix du Sahel* (Niamey), de *France Bleu Alsace* (Strasbourg) et de *Radio-Canada Manitoba* (Winnipeg) de se connaître, grâce à des rendez-vous radiophoniques sur trois thèmes inspirés des Jeux de la Francophonie, dont la cinquième édition aura lieu au Niger en décembre 2005. Une course à relais, où trois coureurs se passeront le bâton :

- Tout d'abord Pierre Guérin (*Radio-Canada*) pour les épreuves culturelles – musique, chansons, contes et littérature – diffusées en novembre 2004.
- Il transmettra le témoin à Thierry Kallo (*France Bleu*), qui parlera d'épreuves et d'athlètes au printemps 2005.
- Puis, Mohammed Idee Maïga (*La Voix du Sahel*) se lancera vers la ligne d'arrivée en présentant, à l'automne 2005, des reportages sur les préparatifs de la tenue de jeux internationaux. Un beau travail d'équipe, avec des entrevues, des sons, chansons et musiques illustrant les régions, sur les trois thèmes.

/G. Fréchette, Radio-Canada Manitoba.

PROGRAMMES

RTBF • VivaCité : une ardeur d'avance

Les programmes de VivaCité, la chaîne généraliste de proximité de la RTBF, avaient déjà subi une refonte le 19 avril. Pour la rentrée de septembre, le directeur de la chaîne, Éric Gilson, a voulu dynamiser certains contenus : apparition d'un nouveau rendez-vous familial *Les enfants d'abord*, (8 h-8 h 30) et d'un créneau consacré au tourisme et aux voyages, *Carnets de bord*, (11 h-13 h) le dimanche matin ; de nouvelles voix également, avec notamment celle de Stéphane De Groot sur VivaBruxelles. VivaCité renforce encore son ancrage régional en proposant chaque jour à 17 h deux journaux de 4 minutes : un pour la Wallonie, l'autre pour Bruxelles. Les décrochages locaux sont mieux identifiés et rebaptisés. Dans la capitale, où un sérieux bras de fer se prépare avec la concurrence privée, un effort promotionnel particulier vient renforcer cette présence : campagne d'affichage (20 m² et sur les bus bruxellois), spots sur les télévisions locales, etc.

COMMUNICATION

De la couleur et de l'audace pour Espace musique

■ Lancement réussi de la nouvelle chaîne musicale de Radio-Canada.

Le 7 septembre, les Canadiens ont pu entendre les premières notes d'**Espace musique**, la radio musicale qui a remplacé la Chaîne culturelle. Diffusée de l'Atlantique au Pacifique, **Espace musique** a bénéficié d'une campagne nationale de publicité, de promotion et de relations publiques qui, si elle ne peut rivaliser avec les radios privées en terme de budget, a su créer l'événement par son originalité. Pourtant, le mandat des Communications pour la nouvelle chaîne était complexe. Comment, en effet, signifier le changement au grand public tout en rassurant les inconditionnels de Radio-Canada ? Comment faire comprendre le positionnement d'**Espace musique** (la diversité musicale) quand la tendance générale est à la concentration et à l'uniformité ? La réponse à ces questions tient en deux mots : création et intégration.

Création

Nos concepteurs publicitaires à l'interne ont eu carte blanche pour développer le logo, la plateforme graphique et la campagne. Ils ont façonné pour Espace musique une image forte, chaleureuse, résolument moderne et audacieuse, comme en témoignent

le slogan "*Changez d'airs*" et la couleur "*rubine*". Le concept et ses déclinaisons ont ensuite été testés en groupes de discussion et chaudement applaudis par les journalistes et employés de la chaîne. C'est un bon départ.

Intégration

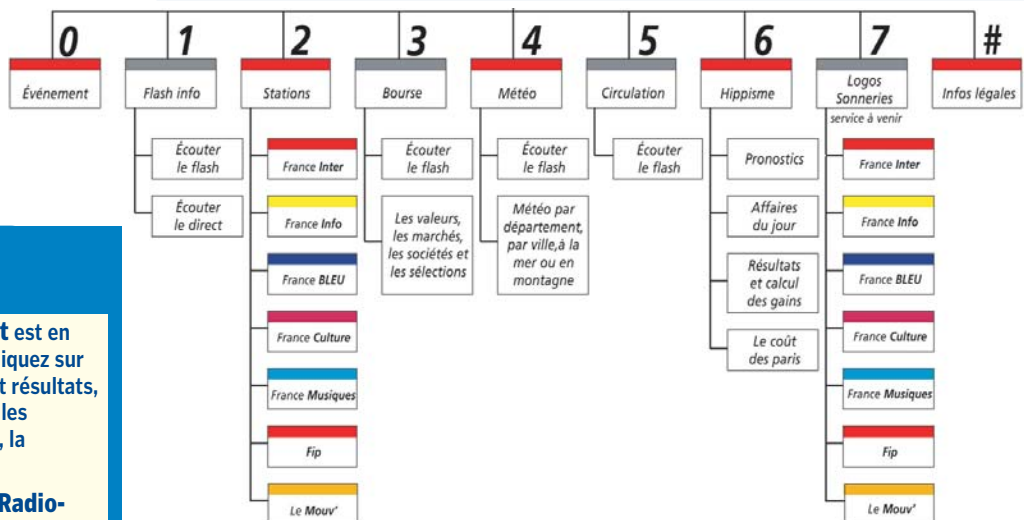
En fait, la campagne de lancement proprement dite complète un vaste plan de communication-marketing intégré, mis en place dès mai 2004 avec l'annonce de la refonte de la Chaîne culturelle. Depuis quatre mois, tous les vecteurs de communication ont été mis à contribution pour préparer et accompagner les auditeurs et les employés dans le virage de la radio publique : la publicité au sens traditionnel bien entendu, mais aussi la promotion (actions de « *street marketing* » et de marketing direct), les relations publiques, les relations de presse et les communications internes. Chacune de nos actions a permis de véhiculer un niveau de message, mais toutes ont convergé vers un seul but : le succès d'Espace musique.

Guylaine Bergeron

Radio-Canada - Première Directrice, Promotion et Stratégie de diffusion,

//En ligne

- ▶ **Radio France • La Webradio du sport** est en ligne : sur le portail www.radiofrance.fr, cliquez sur [Radio France Sport]. Prévisions, directs et résultats, mais aussi dossiers thématiques, tels que les métiers ou l'économie du sport, le dopage, la formation etc.
- ▶ **Radio-Canada • Le site Internet de Radio-Canada**, www.radio-canada.ca/athenes, a enregistré un nombre record de visites dans la journée du 24 août, soit 517 574 consultations alors que pendant toute la période des jeux d'Athènes 5,3 millions de visites ont été recensées.
- ▶ **RSR • La fête des musiques suisses** de la RSR a son site internet, qui présente un large panorama des musiciens de ce pays. [www.rsr.ch/labelsuisse]



32 30 Tout Radio France par téléphone

Accessible depuis tous les réseaux de téléphone mobile (Orange, SFR, Bouygues) ou fixe, le **3230** est un numéro unique qui permet d'accéder à tous les services et à toutes les chaînes de Radio France. En voici le menu. Outre les services fixes (comme

l'indication des fréquences dans telle ou telle zone), le **3230** permet d'entrer en contact avec sa station préférée pour un jeu ou un événement exceptionnel (sportif ou autre) : il suffit d'appuyer sur la touche **0** ! Prix de la communication : 0,34 € la minute.

NOMINATIONS

RADIO-CANADA • Marc Thibeault est nommé au poste de Conseiller linguistique dédié exclusivement aux régions... Il a pignon sur rue au centre régional d'Ottawa. Il veillera au maintien de la qualité de la langue à l'antenne et conseillera les équipes de la radio et de la télévision. Il se joint à l'équipe de conseillers déjà en place, Nathalie Bonsaint et Guy Bertrand.

RADIO-CANADA • Marie-Paule Rouleau devient reporter national de la radio au Parlement fédéral à Ottawa... Sa connaissance approfondie de nombreux dossiers politiques et économiques, sa détermination à dénicher des nouvelles et son expérience de la couverture politique seront des atouts dans ses nouvelles fonctions.

RADIO FRANCE • Jean-Luc Aplogan, chargé de mission du Président pour la diversité culturelle et l'intégration... Il a été nommé par Jean-Paul Cluzel, p.-d.g. de Radio France. De nationalité béninoise, Jean-Luc Aplogan, 42 ans, a été notamment correspondant de Reporters sans frontières, de la *Lettre Afrique Expansion*, plus récemment du quotidien *La Croix* au Nigéria. Depuis 1990, il était correspondant permanent de RFI au Bénin et au Nigéria.

EN BREF

RSR • Fin des émissions de Swissinfo • Radio Suisse internationale/Swissinfo va cesser ses émissions fin octobre. Elles avaient commencé en 1935, et ont été diffusées depuis en plusieurs langues. Les activités de cette unité d'entreprise se déploieront dès lors uniquement sur l'internet.

Option Musique en FM en Valais • Option Musique, le quatrième programme de la RSR, est diffusé en ondes moyennes, l'écoute en FM n'étant possible que dans la région de Genève. Une décision de l'autorité de régulation OFCOM permettra d'étendre cette couverture au Valais, où un émetteur OM vieillissant pourra être remplacé par 3 stations FM.

Qualité des appareils de réception en baisse • A la demande de l'Office fédéral suisse de la communication, l'autorité néerlandaise de planification des fréquences (Nozema) a effectué une étude sur la qualité de réception des appareils disponibles sur le marché. Les analyses montrent que la qualité moyenne de ces récepteurs de type courant est en baisse. Ces radios peinent à distinguer deux stations de fréquence proche. Cela rend donc plus difficile une éventuelle densification de la bande FM.

Radio France • Pour la quatrième année consécutive, Le Mouv' s'associe au Printemps de septembre à Toulouse et organise un concert gratuit le 2 octobre, dans le cadre des Soirées Nomades. En direct sur Le Mouv. [www.lemouv.com]

• Zoé Varier a reçu le premier prix ex aequo de l'œuvre de l'année décerné par la SCAM (Société civile des auteurs multimédia) pour *Écoutez... des anges passent*, diffusé sur France Inter la saison dernière. Zoé reprendra le micro en février prochain, après bébé...

RTBF • Cinémascope sans image... Diffusion dans *Par où dire*, de Pascale Tison, sur La Première, du 27 septembre au 12 octobre, de *Disparition d'une famille*. C'est la psychanalyse accélérée et bouleversante d'une famille. Alain Bienenstock et Richard Kalisz mènent l'enquête, insistent et écoutent. Tous deux revisitent les lieux, commentent et ajustent leur souvenir l'un à l'autre. Si *Disparition d'une famille* est hantée par la judéité et par le fil brisé des origines, ses personnages sont les héros d'une mémoire reconstituée, aléatoire et sensitive où nous nous reconnaissons. (Également en ligne sur le site internet de RTBF La première).

INTERVIEW

Claudia Bruno, responsable des enquêtes qualitatives à la Radio Suisse Romande

« C'est la qualité qui prime »

■ Depuis le début de l'année, les flashes horaires d'information des trois chaînes dites "musicales" de la RSR sont identiques.

■ Mesure de simplification et de rationalisation, c'est lors de la refonte totale du programme de *Couleur 3* que ce projet a été mis sur pied.

■ Ce changement ne risquait-il pas de gêner, voire de rebuter les publics très différents de ces chaînes ?

Interview de Claudia Bruno.

■ Pourquoi une enquête sur les flashes info des chaînes musicales ?

Claudia Bruno : L'information sur Espace 2, Couleur 3 et Option Musique est la même depuis le début de l'année. L'enjeu est de pouvoir satisfaire trois publics différents, qui recherchent priori une information différente. Notre mandat était de tester la perception des auditeurs des trois chaînes, et vérifier si leur fournir une même information était une mission possible... ou non !

■ Comment s'est déroulée l'enquête ?

Nous avons procédé à une enquête téléphonique auprès des publics de chacune des chaînes, au total trois fois 500 personnes. Cela permet de comparer les résultats, et suffit pour obtenir des données fiables.

■ On craignait des résultats mitigés, mais ce fut un raz-de-marée favorable. Les chiffres permettent-ils de dire pourquoi ?

Sur le principe, les auditeurs sont très favorables à ces flashes horaires. Mais ensuite, nous leur avons demandé pourquoi : la première raison qui apparaît, c'est le besoin de rester informé. La radio est ainsi un système de veille, qui travaille en tâche de fond. En seconde position vient l'idée que cela va de soi : on ne peut pas concevoir un programme radio sans information.

■ On attendait en particulier un rejet plus net des auditeurs de Couleur 3, la chaîne "jeune", qui a toujours cultivé un ton impertinent et décalé.

C'est vrai, pourtant leur adhésion est du même ordre que celle des autres catégories. Mon interprétation, c'est que pour les jeunes aussi, l'information est quelque chose de sérieux, qu'il ne faut absolument pas prendre à la légère.

Cela dit, les flashes horaires sont très soigneusement intégrés dans les programmes. D'une certaine manière, "l'image" de chacune des chaînes déteint sur les flashes. Sur Couleur 3 en particulier, on rajoute un fond sonore qui identifie la chaîne.

Il est d'ailleurs intéressant de noter que la plupart des gens trouvent que les flashes d'information ponctuent ces programmes musicaux, plutôt que d'en casser le rythme.

■ Pourtant, tout ces flashes sont signés "Radio Suisse Romande"...

Nous avons demandé aux trois publics ce que cela signifiait pour eux. Parmi les trois propositions suivantes : qualité et fiabilité, service public, et lourdeur institutionnelle, ce sont toujours les deux premières qui prédominent.

■ N'y a-t-il pas de problème avec le ton ?

Non ! À 89 % et plus, les publics en sont satisfaits. C'était une bonne surprise pour des programmes si différents, tant sur le plan de la philosophie que de la présentation. En fait, les principales variations entre les différents publics se concentraient sur la durée des informations : certains en veulent encore plus, d'autres moins...

Propos recueillis par Doron Allalouf

RSR



Claudia Bruno : « Pour les jeunes aussi, l'information est quelque chose de sérieux, qu'il ne faut absolument pas prendre à la légère. »

COUVERTURE

Les élections américaines vues par les radios francophones

L'ancien Premier ministre Pierre Elliot Trudeau disait qu'entre le Canada et les États-Unis, c'est comme une souris qui dort avec un éléphant. La souris veut évidemment savoir quand l'éléphant va se retourner...

L'intérêt, et donc la couverture, seront grands du côté de la radio de Radio-Canada. Dans la semaine qui précède l'élection, toutes les émissions aborderont le sujet d'une manière ou d'une autre. On parlera beaucoup économie, mais également des particularités du système politique américain. Ce dispositif sera complété par une série de reportages dans différents États américains dans les semaines qui précèdent, et par des émissions consacrées aux résultats le matin et le lendemain du vote.

Pour France Inter, France Info et France Culture, une trentaine de personnes seront concernées par les émissions consacrées aux élections américaines. Elles prépareront en particulier les trois journées spéciales des 1^{er}, 2 et 3 novembre. On y évoquera le regard des États-Unis sur le monde et sur lui-même. Mais ces grands rendez-vous seront précédés par une série de reportages, de chroniques et d'interviews, diffusées à partir du 11 octobre.

En Belgique, la Rédaction du journal parlé va dépêcher ses envoyés spéciaux outre-Atlantique. Ils iront, en particulier, tâter le pouls de plusieurs villes américaines à la veille de l'élection. Toute la matinée du 3 novembre fera l'objet d'une opération spéciale, en direct de Washington. Une grande émission dans laquelle on fera notamment une place aux Belges qui résident aux États-Unis.

En Suisse enfin, on a décidé de croiser les regards sur les interrogations des Américains et sur leurs choix. À Lausanne, Los Angeles et Shanghai, on abordera avec sa sensibilité propre des questions telles que la sécurité internationale et intérieure, la famille, l'économie, l'immigration, la protection sociale... *Le monde selon l'Amérique* aura lieu du 11 au 22 octobre; et sera relayé par un traitement dans les tranches horaires normales.

Doron Allalouf, RSR, avec Guy Parent, R-C, Annette Ardisson, RF, et Jean-Pol Hecq, RTBF.

SOLIDARITÉ

La RTBF tient bon le "CAP 48"

■ La RTBF organise sa grande opération caritative en faveur des handicapés, jusqu'au 17 octobre.

23 septembre 1957, Jean-Claude Mennessier, animateur radio de la RTB, lance un appel sur les ondes. Pour venir en aide à des personnes nécessiteuses, il demande que le public se mobilise et récolte des vieux journaux, des jouets, du charbon, des couvertures, des vêtements, etc. Le numéro de téléphone à appeler est le 48.81.00.

Le succès est fulgurant, l'accueil du public chaleureux. Les dons affluent et des collaborations bénévoles se manifestent partout. Durant près de 43 ans, "48 81 00" a donc été la grande opération caritative de la radio-télévision belge francophone. Graduellement, elle s'est concentrée sur l'aide aux personnes handicapées. En 2003, alors qu'elle avait besoin d'un sérieux rajeunissement, elle est devenue "CAP 48" et a connu un nouveau départ. Le bilan de l'an dernier est très positif: plus de deux millions d'euros ont été récoltés tandis que la mobilisation des médias a été comparativement plus importante que partout ailleurs en Europe pour des opérations similaires. C'est ce renouveau que l'édition 2004 va tenter de confirmer en consolidant l'image de "CAP 48". Et pour respecter la grande tradition de solidarité, la RTBF s'investit

évidemment à fond dans cette opération qui a commencé le 4 septembre et se terminera le 17 octobre prochain dans l'apothéose d'une grande émission radio-télé. Des opérations particulières ont déjà eu lieu telles que la concentration de motards organisée par *Classic 21* et son patron, Marc Ysaye, tout de cuir vêtu au guidon de sa 1200 cc... Ou encore, avec La Première, l'avant-première de "Gangs de Requins", le nouveau film des créateurs de Schrek. Des soirées sont prévues dans des boîtes branchées de la capitale par *PURE* tandis qu'avec *VivaCité* les familles pédaleront sur les chemins cyclables du *RaVel* wallon. Enfin, un single a été créé gracieusement par une brochette d'artistes de variétés et d'animateurs de la RTBF. **Dès demain** - c'est son titre - est distribué au profit de "CAP 48" par EMI. L'impact de cette opération est très important en Belgique francophone; sa notoriété auprès du public est énorme. Mais au-delà de cela, personne n'oublie que "CAP 48" permet d'abord et avant tout de financer des dizaines de projets concrets qui viennent directement en aide aux personnes handicapées. Et la RTBF en est très fière.

Jean-Pol Hecq, RTBF.



//Agenda

Radio France • Journées internationales du Mémorial de Caen, du 7 au 9 octobre. France Inter, partenaire du Mémorial depuis de longues années, organise un *Téléphone sonne spécial*, en direct de Caen vendredi 8, et plusieurs de ses journalistes animeront des tables rondes. Thème des journées: *Al Quaida et les défis du terrorisme*.

Radio-Canada • "Afrique: après la guerre", sur la Première Chaîne, *Dimanche Magazine*, 26 septembre, 3 octobre et suivants, 10 h à 12 h: quatre reportages de Chantal Lavigne et Robert Landry qui retracent les processus de réconciliation des populations au Rwanda, en Sierra Leone, au Mozambique et en Afrique du Sud.

• **C'est bien meilleur le matin**, 5 h à 9 h et **Sans Frontières**, 17 h à 18 h sur la Première Chaîne, du 11 au 22 octobre, du lundi au vendredi. Des reportages de Michel Labrecque en direct de "Shanghai, symbole de l'explosion économique et de la transformation de la Chine".

PRIX

RSR • Le Prix suisse des radios du Sud à une station burkinabé

Le Prix suisse des radios du sud soutient, depuis cinq ans, l'engagement social et professionnel de radios du Sud en faveur d'une information non partisane, complète et rigoureuse, du débat politique, et du développement social et culturel.



© RSR

Ouezen Louis Oulon, Radiodiffusion nationale du Burkina Faso.

Cette année, le Prix suisse des radios du sud a été attribué à l'émission intitulée: *Enquête sur les travailleuses du sexe à Ouagadougou*, présentée par Ouezen Louis Oulon de la Radiodiffusion nationale du Burkina Faso. L'émission présente plusieurs aspects du problème de la prostitution à Ouagadougou: le côté économique, les questions de santé avec, notamment, le sida... Elle intègre le point de vue des prostituées, des clients et des autorités. Plusieurs émissions candidates peuvent être écoutées sur le site internet du Prix: www.radios-sud.ch

MICRO 4 • Rédaction en chef: Françoise Dost (secrétaire générale des Radios francophones publiques), avec Annette Ardisson (Radio France), Jean-Marie Etter (RSR), Jean-Claude Labrecque (Radio-Canada), Gérard Weissenstein (RTBF).

Réalisation: Caroline Paux (Solutions Presse). **Assistante:** Nelly Portal

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

3 les radios francophones publiques