

La Lettre.Pro RADIO & médias



2012



suite en page 19



DE SOURCES SÛRES

D!CI Radio ne connaît pas la crise

400 000 €. C'est le montant du chiffre d'affaires généré en moins de 5 mois par la station D!CI Radio (Hautes-Alpes) créée et développée par Jean-Marc Passeron. L'équipe aurait même débouché le champagne en apprenant que la radio apparaissait déjà dans le sondage annuel (0,6) de Médiamétrie. Une étonnante apparition symbolique après seulement 5 mois ce qui, selon le dirigeant, constitue "une vraie surprise". Une apparition certes prématurée mais qui confère à l'équipe une confirmation de plus dans la rapidité du succès autour de Gap. Succès qui devrait se confirmer cet automne avec le sondage ponctuel que Médiamétrie va réaliser à la demande de D!CI Radio.

DE SOURCES DOUTEUSES

Virgin n'est pas (encore) sortie de la crise

Quoi de neuf sous le soleil de Virgin ? Encore quelques nuages mais le ciel de la station du groupe Lagardère pourrait bien s'éclaircir plus vite que ne soufflent les bourrasques dans les bureaux de la rue François 1er. Les dirigeants ont promis d'annoncer "la" solution avant la fin du mois. Comme les observateurs pouvaient s'y attendre, Goom fait toujours figure de grande favorite pour remettre chaque chose à place et chaque place à sa chose...

DE SOURCES TOTALEMENT DOUTEUSES

Radio France va connaître la crise

L'horizon financier de la Maison de la Radio serait déjà dans l'œil du cyclone de l'exécutif susurrant les mieux informés. Le Gouvernement, à la recherche d'économies, pourrait bien amputer une partie du prochain budget de Radio France. Certains prétendent même que la future chartre sera chargée... Des pigistes aux CDD en passant par les cadres... ceux qui, pour la plupart, ont signé ces derniers mois, des dizaines de bobinos sur cette crise économique vont maintenant pouvoir, concrètement, constater à quoi elle ressemble...

INITIATIVE

38 matinales sur Chérie FM

Depuis le 27 août dernier, Chérie FM s'impose comme la seule radio nationale musicale proposant un Morning local. Un pari, aussi complexe techniquement que passionnant, porté par Gwen Brot et ses équipes.

Dans son bureau vitré de la rue Boileau, Gwen Brot qualifie le nouveau Morning de Chérie FM de "grosse mécanique". L'expression est loin d'être usurpée... Pour autant ce (long) décrochage matinal n'est pas une nouveauté : "si j'ai eu l'idée de lancer ce concept dès mon arrivée à Chérie, j'avais déjà monté un Morning de ce type entre 2000 et 2007 sur Chérie FM. Mais aujourd'hui, les moyens techniques nous offrent encore plus de possibilités" précise Gwen Brot.



GWEN BROT A FAIT LE CHOIX DE LA PROXIMITÉ ENTRE 06H ET 10H

Sur chacune des stations du réseau, un animateur et un journaliste composent un binôme régional pour donner naissance à un Morning local baptisé "Bonjour Chérie" suivi du nom de la ville desservie pour renforcer la proximité entre 6h et 10h.

Suite en page 5



LES FRÈRES BADUEL S'IMPOSENT PROGRESSIVEMENT COMME LES HOMMES FORTS DANS LE PAYSAGE RADIOPHONIQUE FRANÇAIS

PORTRAIT

FG : histoire de famille

Il a choisi d'être dans l'ombre de son frère Antoine. Pourtant, à 34 ans, Jean-Etienne Baduel tient lui aussi les rênes de cette station qui n'en finit pas de se développer. Montaigne aurait été embêté : Jean-Etienne Baduel est doté d'une tête aussi bien pleine que bien faite. Il est devenu aussi indispensable à FG que l'est son frère Antoine.

"Je suis arrivé à FG en avril 2003. J'avais terminé HEC. Antoine, mon frère, m'a encouragé à mettre un pied dans l'entreprise.

Suite en page 6

 **Wheatstone**

De l'analogique au numérique, une gamme de consoles Radio Audioarts bénéficiant de la technologie Wheatstone.

Des prix doux sans compromis sur la qualité !



Wheatstone Stand n° 14.119 IBC 2012

 **AUDIOARTS**





Lettre confidentielle tous les 15 jours
ISSN : 2256-7518

Editeur : Editions HF
SARL de Presse
Bi-mensuelle

Bureaux :
Le 400 - 30 rue du Pontel
19240 Saint-Viance
Tél : 05 55 18 03 61 - Fax : 05 55 18 27 97
Site web : www.lalettre.pro

Directeur de la Publication :
Philippe Chapot - pc@lalettre.pro

Rédacteur en chef :
Frédéric Brulhatour - fb@lalettre.pro

Rédaction :
Denis Florent, Hervé Pouchol,
Eric Louis, Jean-Charles Verhaeghe,
Adeline Rodes, Franck Ernould

Secrétaires d'édition :
Andrée Navarro, Philippe Chanam

Consultants :
Jean-Louis Courleux,
Serge Surpin

Secrétariat et abonnement :
Meggan Gomez - meggan@lalettre.pro

Publicité :
Bernie Brulhatour - bernie@lalettre.pro

Conception graphique, mise en pages :
Editions HF

Partenaires :
Charles Juster, Natalie Bevan (Médiamétrie) /
Denis Gaucher (Kantar Media) /
Arnaud de Saint Roman (Hyperworld)
Eric André (DJ BUZZ) / Olivier Cousi (GIDE) /
Patrick Kuban (Asso. Les Voix)

Abonnement
Pour la France - 1 an : 586,04 TTC
Abonnement en nombre (50) : 240 € TTC
Associatives/Étudiants : 150 € TTC
papier et PDF

Contact : redaction@lalettre.pro
Contact Publicité : Bernie 09 77 19 91 94

Agenda

- 07** IBC 2012
07 au 11 sept. 2012 - Amsterdam - NL
- 12** International Radio Festival de Zurich
12 au 16 sept. 2012 - Zurich - CH
- 19** The Radio Show
19 au 21 sept. 2012 - Dallas - Texas - USA
- 05** RAIN Summit Europe (code LLP = -20%)
05 oct. 2012 - Berlin - DE
- 18** RADIO 2.0 + URTI + 1 an de La Lettre Pro
18 oct. 2012 - INA - Paris - FR
- 10** Le RADIO 2013
10, 11 et 12 février 2013 - Paris 8ème - FR
- 18** RadioDays Europe 2013
18 et 19 mars 2013 - Berlin - DE



MERCATO

Robin sur Chante France

Le sympathique **Robin Kalou** anime depuis le 27 août le Morning sur **Chante France**. Passé par **RTL 2** (aux côtés de Marie-Pierre Schembri dans Le Grand Morning du Week-End) **Robin Kalou** n'a pas pris de vacances cet été puisque les auditeurs ont pu l'entendre sur **Rire & Chansons**.

"Je quitte momentanément les réseaux nationaux où l'embauche est plus que restreinte cette année" a déclaré **Robin Kalou** à LLP. Sur **Chante France** (station détenue par le groupe HPI), **Robin Kalou** évoque "un challenge intéressant". Il accompagnera les auditeurs de cette radio du lundi au vendredi entre 6h et 10h. Rappelons que **Robin Kalou** est également un des enseignants de l'école **One School**.

INFO FACEBOOK

Puissance Production réussit sa rentrée

A l'occasion de la rentrée radiophonique, le studio **Puissance Production** a indiqué sur sa page **Facebook** avoir réalisé les habillages de **21 stations**. L'équipe de **Puissance Production** vient en effet de signer les habillages de plusieurs radios d'Espace Group, groupe lyonnais dirigé par **Christophe Mahé** (Virage Radio, MFM Radio, Radio Espace...). Le studio a également réalisé **une série de sweepers** très sobres pour le réseau régional normand **Tendance Ouest** ainsi qu'une série de jingles pour la station québécoise **Rouge FM 107.5**.

INNOVATION

Apple encourage l'auditeur à zapper !



Apple s'intéresserait-elle à la radio ? Il faut croire que oui. En août dernier, la célèbre entreprise a présenté un **procédé breveté** qui pourrait sensiblement modifier les habitudes d'écoute de l'auditeur lambda. Cet outil permet de **switcher un contenu en streaming** par un autre contenu, stocké sur un périphérique. Ce dispositif serait ainsi capable de déterminer à l'avance ce qui ne conviendrait pas à l'auditeur : un titre hors-cible, une chronique non concernante ou... un écran publicitaire indésirable et donc de le remplacer automatiquement **par un élément plus pertinent**. Et, dès la fin de l'écran publicitaire, un nouveau switch automatique permet-

trait à l'auditeur **de retrouver cette fois-ci le programme normal** de la radio qu'il écoute. Ce procédé breveté et créé par **Michael I. Ingrassia et Jeffrey T. Lee** a été baptisé "*Seamless switching between radio and local media*". Le système réagirait en fonction des habitudes de consommation de contenus de l'auditeur afin de mieux répondre à son appétit et à ses intérêts personnels. Une commutation automatique et intelligente qui, selon certains, **pourrait être disponible dans l'iPhone 5...**

UN HOROSCOPE QUI A DE LA VOIX

L'astrologue Mila Slovène a choisi la voix de Catherine Jeanneret pour la version radio de son horoscope. Catherine Jeanneret a déjà été la voix de plusieurs astrologues en radio depuis plus de 15 ans. Elle était encore récemment celle de l'astrologue Iris Dorval. Particularité : Mila Slovène a choisi de mettre en avant les points positifs de chaque signe, afin que vos auditeurs commencent leur journée avec le sourire. La société **Mc Artistik** commercialise cet horoscope (texte ou a cappella) pour 1,67 € par jour, soit 52 € par mois. **Démo et téléchargement sur <http://astro.catherine-jeanneret.fr>**

... EN BREF ...

ÉCONOMIE

Gold FM emménage dans de nouveaux locaux

Gold FM a intégré le 30 août ses nouveaux studios au Château du Haillan, siège du **FC Girondins de Bordeaux**. La radio officielle du club bordelais vient donc au plus près de son équipe favorite et s'installe directement au centre d'entraînement de l'équipe professionnelle et du siège du club. Pour **Frédéric Courtine** le directeur général de **Gold FM**: "cela permettra encore plus de synergies entre le club et sa

radio, et aussi entre la radio et les autres médias du club (Girondins TV, Girondins Mag, Girondins.com). Les nombreux supporters qui viennent au château du Haillan pour voir les entraînements, acheter leur places pour le stade ou aller à la boutique du club pourront ainsi également visiter nos studios." Ce déménagement intervient après une hausse de près de **20% de l'audience de Gold FM**.



DEVELOPPEMENT

HPI : 14ème opérateur privé en France

Le **groupe HPI** signe des nouveaux records d'audiences sur la saison 2011/2012. Le groupe (dirigé par **Hervé du Plessix**) dépasse pour la première fois de son histoire les **300 000 auditeurs** avec une audience globale de **317 600 auditeurs** par jour (146 000 auditeurs pour Evasion – un record historique – et 171 000 auditeurs pour Chante

France). Il est à noter que l'audience globale des radios du **groupe HPI** est en constante augmentation alors qu'aucune fréquence n'a été attribuée aux deux radios depuis plus de 4 ans par le CSA.



... 18 730 ...

FORT BOYARD DE FRANCE 2 :
FLORIAN GAZAN, MANU LÉVY ET BRUNO GUILLON

L'émission a été diffusée le 1er septembre à 20h35 et l'équipe a remporté la coquette somme de 18 730 €

NOMINATION

Chaffanjon à France Bleu

Nommé directeur général adjoint en charge du réseau France Bleu, **Philippe Chaffanjon** a pris officiellement ses fonctions le 30 juillet dernier. Il succède à **Anne Brucy** arrivée à ce poste le 17 mai 2010. Durant plus de 2 ans, **Anne Brucy** aura œuvré pour développer le réseau public en enregistrant notamment le score record de **7,4 % d'audience cumulée** sur la période avril-juin 2012. Son successeur, **Philippe Chaffanjon**, est diplômé du Centre de Formation des Journalistes (CFJ). Il a commencé sa carrière en 1982 comme reporter et présentateur à **France Inter**. En 1987, il rejoint **RTL** en tant que grand reporter avant d'être nommé rédacteur en chef en 2000, puis directeur adjoint de la rédaction en 2004. En 2007, il regagne **Radio France** en qualité de directeur adjoint de **France Info**, directeur de la rédaction. **Philippe Chaffanjon** était directeur de **France Info** depuis 2009. Il dirige désormais les 43 stations locales de **France Bleu** et bientôt 44 avec la naissance annoncée de France Bleu Saint-Etienne. **L'équipe de LLP** lui souhaite la bienvenue dans cette maison qu'il connaît sur le bout des doigts.



SUBVENTIONS

FSER : 29 M€ confirmés pour 2012

Alors que le **Ministère de la Culture et de la Communication** fait face aux mêmes impératifs de réduction de dépenses que l'ensemble des administrations nationales, les arrêtés portant sur le barème des subventions d'exploitation et d'aide sélective du **Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique (FSER)** viennent d'être publiés au **Journal Officiel** pour un budget total équivalent à celui de l'année dernière. Rappelons qu'en 2011, le **FSER** avait été augmenté de 6,9 %, correspondant à **2 M€**. Dans un communiqué, le **Syndicat National des Radios Libres (SNRL)** se félicite de cette décision. Le syndicat précise qu'il n'a eu de cesse de convaincre et de se battre pour que cette augmentation soit à minima pérennisée malgré un **environnement budgétaire défavorable**.

Après l'Aquitaine l'an passé (Bordeaux), c'est la région Champagne-Ardenne qui a été choisie pour accueillir les **25, 26 et 27 octobre** prochains le congrès annuel du **SNRL**, première organisation professionnelle de radios en France.

... OFF AIR ... OFF AIR ...

Fréquence Horizon (Lens-Béthune) a été mise en demeure de respecter la puissance apparente rayonnée autorisée ■ L'édition du **RadioShow 2012** se déroule du 19 au 21 septembre à Dallas (Texas) ■ **FG et Lagardère Métropole** ont conclu un contrat de régie exclusive pour la commercialisation des espaces de la station en Île-de-France, et ce à effet du 1er septembre ■ La station du sud Île-de-France **EFM** (106,5 en Essonne et 97,6 en Seine-et-Marne) s'appelle désormais **Rézo** ■ La station **100 %** reste la 1ère radio du Tarn (20,7%), à Castres (26,3%) et la 1ère offre locale à Albi (9,1%, 7,5 % à Carcassonne et 8,4% dans l'Aude) ■ **Mona FM** : concert gratuit à Armentières le 8 septembre avec Dany Brillant, Louisy Joseph, Helmut Fritz... ■ **Voltag** : nouveau Morning dénommé "Artufel réveille Paris" de 6h à 9h30 avec **Laurent Artufel, Caroline Barel et Voltag Man** ■ Après **Oui FM**, l'excellent **Bob Bellanca** a fait sa rentrée sur **Ado** et y présente, chaque soir à 21h, un talk show intitulé "Toute la Vérité" ■ **Agora FM** propose une "Nuit du Jazz" pour célébrer son trentième anniversaire le 29 septembre à Grasse ■ **RTL** a délocalisé le 31 août, à l'occasion de la braderie de Lille, trois de ses émissions : **A la bonne Heure, RTL Midi et L'Heure du Crime** réalisées en direct de la gare Saint Sauveur ■

DÉCRYPTAGE

Contact et La Voix officialisent leur union

On savait tout l'intérêt que portait en début d'année l'éditeur du quotidien La Voix du Nord pour Contact... A l'occasion de cette rentrée, et par l'intermédiaire d'un communiqué commun, Jean Vandecasteele (le PDG de Contact) et Jacques Hardoin (le DG du groupe La Voix) ont voulu clarifier le devenir de cette station emblématique du Nord de la France.

Le **groupe La Voix** est donc devenu l'actionnaire majoritaire en entrant à hauteur de **52,2 %** dans le capital de **Contact** (agrément du 10 mai du CSA). **Jean Vandecasteele** co-fondateur de **Contact** et actionnaire historique, conserve **47,8 %** des parts. **Didier Rigot**, son associé depuis la création de la radio en 1982, a choisi de se retirer en cédant la totalité de sa participation. Cette prise de participation de **La Voix**, conclut donc une période délicate pour **Contact** (24 fréquences pour 313 000 auditeurs/jour).

Après un an d'observation, le tribunal de commerce de Roubaix-Tourcoing a finalement accepté le plan de sauvegarde présenté par les nouveaux associés. Outre les aspects financiers, ce plan prévoit la continuité du programme tel qu'il est défini par convention avec le **CSA**, et donc, de conserver l'identité de **Contact**. Dans le même temps, la



station a annoncé qu'elle restera membre des **Indés Radios**.

En entrant dans le capital de **Contact**, le groupe **La Voix**, déjà présent dans une trentaine de sociétés (presse, télévision, internet...), complète ainsi son offre multimédia. Symbole du souhait de mener désormais des actions communes, dans l'intérêt des deux marques, la station **Contact** était présente lors du week-end de la Braderie de Lille... sur le Village du **groupe La Voix**.



SI LES DIFFÉRENCES DEMEURENT NOMBREUSES ENTRE LA FRANCE ET LE QUÉBEC, UNE PROBLÉMATIQUE EST NÉANMOINS COMMUNE AUX PROFESSIONNELS DE LA RADIO QU'ILS SOIENT DE L'EST OU DE L'OUEST : "PRÉSERVER, OU MIEUX AUGMENTER, SON AUDIENCE" COMME LE SOULIGNE YANN OGER.



MATHIEU MARCOTTE N'EST QU'UN EXEMPLE DES ÉCHANGES ENTRE HIT WEST ET RNC MÉDIA

FRANCOPHONE

Un cousin québécois

Drôle de surprise cet été pour les plus de 300 000 auditeurs d'Hit West qui ont pu écouter Mathieu Marcotte. L'animateur québécois et son accent auront agréablement marqué les esprits. Le fruit d'un partenariat franco-québécois qui n'en est qu'à ses débuts.

Mathieu Marcotte. 28 ans. Québécois et fier de l'être. Surtout au micro de la station Hit West où il a passé une semaine en août dernier. Le jeune homme n'en revient d'ailleurs toujours pas : "le contact avec les auditeurs m'a énormément plu. La réaction avec eux est immédiate et, je dois le dire, à Hit West, j'étais sur un nuage". Pourtant, il ne s'agissait pas de vacances pour celui qui officie habituellement sur **Radio X2 Rock 100.9 à Québec.**

Mathieu Marcotte est l'un des premiers exemples réussis de cette alliance stratégique signée le 6 juillet entre le **groupe Hit West** et **RNC Média**. Si les accords entre les deux groupes ont commencé par la visite réciproque d'animateurs, les futures collaborations porteront sur les programmes, les nouvelles technologies, etc... **Yann Oger** le directeur de la station annonce que cet accord "sera reconduit l'an prochain" et explique que "l'idée de ces échanges est de mettre en commun nos réussites et nos difficultés des deux côtés de l'Atlantique pour que chacun puisse prendre le meilleur chez l'autre afin d'améliorer les performances individuelles de chaque radio. L'avantage de cette collaboration outre-Atlantique est qu'il n'y a aucune concurrence ou rivalité entre les deux groupes ce qui permet des échanges directs et francs."

"L'idée de ces échanges est de mettre en commun nos réussites et nos difficultés"

DEUX STATIONS. DEUX VISIONS. DES DIFFÉRENCES

"Dès mon arrivée, je me suis retrouvé au micro et j'ai surtout appréhendé les réactions auditeurs vis-à-vis de mon accent" explique **Mathieu Marcotte** qui a donc co-animé "Le Morning de l'Été" sur **Hit West**. Finalement, tout s'est très bien passé : "les auditeurs, durant cette période de vacances ont apprécié l'animation de Mathieu et même son accent" précise **Yann Oger**.

Reste que le québécois a noté quelques "belles" différences dans l'art et la manière de faire de la radio : "ici on parle plus vite qu'au Québec et les français ont vraiment le souci de l'enchaînement. Tout est beaucoup plus rapide chez vous" analyse **Mathieu Marcotte**. La qualité de la réalisation du programme d'**Hit West** est l'un des éléments qui a marqué l'animateur québécois qui s'est promis de partager ce savoir-faire avec ses collègues dès son retour au pays.

Si **Yann Oger** est un grand pro de la radio, il est aussi un fin observateur de ce qu'il se passe à 5 000 km de la Bretagne et des Pays de la Loire. Depuis deux ans, le directeur de **Hit West** travaille sur l'augmentation de la fluidité de sa programmation musicale : "j'ai fait le choix de ne plus diffuser un jingle à chaque enchaînement mais seulement un jingle tous les deux disques afin de diminuer le nombre de ruptures du programme. Si la station perd en identification, le programme y gagne vraiment en fluidité et en confort d'écoute. Pour preuve : la durée d'écoute augmente d'une vague à l'autre pour s'établir cet été à 84 mn". Et **Yann Oger** ne s'en cache pas : "cela faisait 3 ans que je travaillais avec **Dominique Lemonnier**, mon Responsable d'Antenne et de la programmation d'Hit

West, sur la réduction du nombre de jingles. Une idée à contre courant des pratiques actuelles des radios musicales françaises. Or, depuis 3 ans que nous déplaçons notre antenne sur les Francofolies de Montréal, nous nous sommes aperçus que les radios québécoises pouvaient enchaîner 5 titres sans jingle, avec des conséquences positives pour les audiences. Une expérience qui nous a définitivement convaincu dans ce choix."

DES ÉCHANGES AMENÉS À AUGMENTER

Yann Oger ne cache pas non plus sa volonté de continuer à travailler avec son équipe avec nos cousins québécois : "malgré la distance, nous parlons de nos programmes respectifs, des problématiques que nous rencontrons et tentons collectivement d'apporter des réponses". Prochaine étape ? "Travailler ensemble sur les sites Internet et les applications radios." •



CONTACTS

RNC Média

1, Place Ville Marie,
bureau 1523
Montréal (Québec) H3B 2B5
info@rncmedia.ca
www.rncmedia.ca



Hit West

2 quai F. Mitterrand
BP 60424
44204 Nantes Cedex 2
studio@hitwest.com
www.hitwest.com



Radio X2 Rock 100.9
www.radiox2.com



LYON, MARSEILLE, LIMOGES, LILLE,
TOULOUSE, QUIMPER, ROUEN, METZ...
CHÉRIE FM DISPOSE, GRÂCE À SON PARC
DE FRÉQUENCES, D'UNE RÉELLE
PUISSANCE SUR LE TERRAIN.

INITIATIVE

38 matinales sur Chérie FM

Suite de la Une

La mise en place de ce nouveau créneau local permet à Chérie FM de répondre aux attentes de ses auditeurs : complicité, proximité et interactivité. Les personnels qui officiaient auparavant sur le créneau du Drive sont "extrêmement motivés et heureux de relever ce défi" avoue **Gwen Brot**.

38 DÉCROCHAGES SUR 165 FRÉQUENCES

Lyon, Marseille, Limoges, Lille, Toulouse, Quimper, Rouen, Metz... **Chérie FM** dispose, grâce à son parc de fréquences, d'une réelle puissance sur le terrain. "Avec 38 villes actives, cela représente un vrai maillage avec 39 animateurs (dont un pour Paris / l'Île-de-France et un pour l'antenne nationale) et autant de journalistes". Une force de frappe rehaussée par la ligne éditoriale de quatre heures d'antenne : "chaque intervention doit apporter à l'auditeur une information locale" ajoute **Gwen Brot** qui précise que "l'information locale traitée est qualitative mais qu'elle n'a rien de péjoratif" : infos locales donc, mais aussi météo, trafic, infos pratiques, bons plans et même un horoscope personnalisé constituent les moments forts du Morning. Pour accentuer cette proximité, les équipes de "Bonjour Chérie" proposent **11 interventions par heure entre 6h et 9h**. "Le créneau compris entre 9h et 10h est plus léger afin de d'offrir notamment aux 70 % d'auditrices un accompagnement vers le bureau" souligne **Gwen Brot**. Bref, un réveil en musique dynamisé par les informations de leur région.

GWEN BROT,
DIRECTEUR D'ANTENNE DE CHÉRIE FM



BIO EXPRESS

Passé par le Studio Ecole de France et le CFPJ, **Gwen Brot** débute son aventure radiophonique sur **Bleu Marine** en 1992. Il est animateur sur **NRJ Nantes** et **Saint-Lazaire** puis responsable des stations locales du groupe NRJ pour la région ouest avant de prendre la responsabilité des stations locales de **Chérie FM** puis de l'antenne nationale de la station. Après un passage par **BFM TV** puis par **i-télé**, **Gwen Brot** revient sur **Chérie FM** le 2 décembre dernier en tant que directeur d'antenne.



LE MORNING DE CHÉRIE FM :
UNE RÉELLE PUISSANCE SUR LE TERRAIN

derne" et "des jingles qui peuvent entrer dans toutes les chansons afin d'installer une ambiance très rapidement".

Avec l'œil en alerte sur l'écran qui voit défiler les données RDS des principales stations concurrentes de Chérie FM, **Gwen Brot** ne veut pas vendre la peau de l'ours avant de l'avoir tué : "entre 2000 et 2007, ces Mornings locaux enregistraient une bonne santé d'audience. Mon objectif est d'approcher, voire de dépasser les 6 points d'audience cumulée".

Il semble néanmoins que les bases de la réussite soient pourtant et déjà bien établies :

"oui les services de NRJ Audio et tout le monde, à Paris comme dans les régions, sont réunis autour de ce challenge" martèle le directeur d'antenne. Un challenge qui fait de **Chérie FM une station qui ose**. Une volonté devenue de nos jours dans le paysage radiophonique de plus en plus rare. •

" Ici, on peut beaucoup discuter. On a accès à Jean-Paul Baudecroux très rapidement et l'esprit d'équipe est une réalité "

NOUVEAU CLAIM. NOUVEAU DÉFI

"La radio, c'est déjà de la bonne musique en direction de la cible" se plaît à rappeler **Gwen Brot**. En effet, et malgré cette évolution, la musique demeure **l'ADN de Chérie FM**, elle est présente à tout moment à l'antenne et la nouvelle signature de la radio "Toutes vos chansons préférées non-stop" l'affirme plus que jamais. Les équipes de la rue Boileau ont également mis sur **un nouvel habillage** (réalisé par le studio 21 Juin). Une série d'éléments sonores "davantage dans l'air du temps et plus smile" selon **Gwen Brot** afin de "rester mo-



CONTACT
Chérie FM
22, rue Boileau
75016 Paris
gbrot@cherie.fm
www.cheriefm.fr



Antenne régionale, locale

FG CONCEPT A RÉALISÉ UN C.A. DE 3,1 M€ EN 2011. LE CA 2012 DEVRAIT ÊTRE EN PROGRESSION PUISQU'AU 1ER SEMESTRE, IL A DÉJÀ PROGRESSÉ DE PLUS DE 46% PAR RAPPORT À CELUI RÉALISÉ DE LA MÊME PÉRIODE EN 2011. MALGRÉ CETTE ÉVOLUTION, FG DEMEURE UNE ENTREPRISE FAMILIALE EMPLOYANT UNE QUINZAINE DE SALARIÉS...



JEAN-ETIENNE BADEUEL EST DEvenu EN 2005 LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE L'AGENCE FG

PLUS DISCRÈTE ENCORE QUE JEAN-ETIENNE, CLAUDINE, LA MAMAN (ICI AVEC ANTOINE) APPORTE SA PIERRE À L'ÉDIFICE



PORTRAIT

FG : histoire de famille

Suite de la Une

Il me parlait de sa station depuis très longtemps. J'ai accepté car je ne connaissais rien à la radio. J'ai intégré l'ENA en 2007 et pendant deux ans, j'étais toujours à FG où je travaillais en plus de mes études. Jusqu'en 2007, je travaillais à 80% pour FG et 20% à HEC où j'enseignais en dernière année le conseil en stratégie et la communication" se souvient Jean-Etienne Baduel. Depuis, le benjamin de la famille est devenu l'un des dirigeants de FG DJ Radio. Aux côtés de son frère Antoine, le binôme fonctionne à merveille d'autant que Claudine, la maman, veille au grain du haut de son poste de directrice financière.

Aucun auditeur n'a jamais entendu Jean-Etienne sur FG et ne l'entendra probablement jamais. Il faut dire que cet ancien brillant étudiant, boulimique de travail, concrétise ce qu'il a appris sur les bancs des grandes écoles : "au début, j'ai apporté mon expertise pour le volet juridique. J'ai donc logiquement pris en charge l'élaboration de l'ensemble des dossiers de candidatures ce qui nous évite de solliciter les cabinets spécialisés". Hyper réactif, Jean-Etienne Baduel est devenu en 2005 le directeur général de L'Agence FG, une société moins connue que FG Concept mais tout aussi stratégique dans le développement de la marque puisque chargée de l'événementiel.

UNE VISION TRÈS TRANSVERSALE DE LA RADIO

Particularité à FG : "tout est fait en interne" précise Jean-Etienne Baduel persuadé d'être sur "un créneau musical qui permet une transversalité commerciale". Sur le terrain, FG Concept produit le programme que les quelque 330 000 auditeurs écoutent tous les jours et L'Agence FG développe la régie publicitaire, les événements et les labels : "je n'interviens jamais dans les choix d'Antoine. Nous sommes pour ainsi dire très complémentaires. J'ai compris que gérer une radio, c'était d'abord comprendre et surtout comment ils la fabriquent... Je peux désormais expliquer comment le son est transporté jusqu'à Monaco et surtout pourquoi les opérateurs ont tout intérêt à aller vers la RNT".

Force est aussi de constater que Jean-Etienne Baduel maîtrise aussi, et avec une certaine aisance, le Cross Média. Créateur du portail FG (qui enregistre plus de 350 000 visiteurs uniques chaque mois), il a la charge d'habiller le site en fonction des opérations, de créer des radios sur-mesure pour des clients, de leur proposer des soirées événements et de l'espace publicitaire... Résultat : le portail est devenu en quelques années une importante source de revenus pour FG.

BOUGER POUR CONTINUER À PERFORMER

Sûr du potentiel de FG et de sa croissance dans les prochaines années, Jean-Etienne Baduel n'en a donc pas terminé avec la radio. Même si celui-ci indique en bon gestionnaire qu'il est, que "la radio est obligée de s'adapter depuis deux ans pour faire face à la crise : dans ce secteur en particulier ce qui était vrai il y a 2 ans ne l'est plus forcément aujourd'hui". Conséquence : "ne pas bouger serait une grave erreur pour un dirigeant de station qui en ces temps difficiles ne doit pas se le permettre".

Jean-Etienne Baduel mise sur deux objectifs à court termes : "encourager les auditeurs potentiels à nous rejoindre et continuer à développer la marque". Un challenge qui apparemment ne lui fait pas peur : "je travaille 14 voire 15h par jour. Pour les 20 ans de FG au Grand Palais, je n'ai pas dormi pendant 65h". Les déclarations, les contrats, la sécurité, les sponsors, la billetterie, les loges... Celui qui est passé par HEC et par l'ENA a également voulu s'occuper du traiteur, du montage de la salle et même... du fonds de caisse des 13 bars ouverts durant la soirée... Alors, il se murmure que FG devrait organiser un autre événement de cette ampleur l'an prochain. Avec Jean-Etienne aux commandes, c'est comme si c'était fait. Ou presque. •

**" Mon frère Antoine ?
C'est un vrai
entrepreneur. Je n'ai
jamais autant appris
depuis que je travaille
à ses côtés "**



CONTACT

FG Concept / Radio FG
142, rue de Rivoli
75001 Paris
baduelje@radiofg.com
www.radiofg.com



PROGRAMMATION

N°23 - 07 SEPTEMBRE 2012

La Lettre.Pro
RADIO
& médias

MY Conseils
CAPTEUR D'AUDIENCE

www.myconseils.fr
06.16.06.79.31

Votre formation DIF

- Mieux travailler les contenus de proximité
- Optimisation des techniques d'animation
- Journaliste en radio musicale
- Optimisation des techniques journalistiques
- ...

Musclez vos contenus !

SI L'HABILLAGE DEMEURE UN VÉRITABLE LEVIER D'AUDIENCE, IL EST NÉANMOINS NÉCESSAIRE DE RESPECTER CERTAINS FONDAMENTAUX POUR QU'IL FÉDÈRE LES AUDITEURS.

BREF, UN TRAVAIL DE PRÉCISION.



CONTACT

21 JUIN

37, rue de Saint-Maur
75001 Paris
eric@21juin.fr
www.21juin.fr

PHILIPPE ZECH ET ERIC RENARD,
LES CRÉATEURS DE 21 JUIN



INFO. PLUS

"L'habillage est un **plus esthétique** et un **plus technique**... Il est également l'expression du travail sur le produit. Un directeur des programmes qui commande un habillage sans avoir retravaillé son format ou sans avoir modifié ses horaires, cela n'aurait pas de sens..."

Nous concrétisons ce qui a été fait en amont sur le produit" ■

IMAGING

21 JUIN, la fête de l'habillage

France Bleu, Chérie FM, Bel RTL, Mint, RTL2... les stations qui ont succombé aux compositions et aux talents de l'équipe de 21 JUIN sont nombreuses. Il aura fallu moins de 5 ans pour que ce spécialiste de l'habillage s'impose comme un des studios les plus courus en Europe.

Qui se cache derrière 21 JUIN ? Philippe et Eric composent, arrangent et produisent. Axel s'occupe de la partie administrative. Eric Renard a signé plus d'une centaine de musiques de spots TV. Quant à Philippe Zech, poly-instrumentiste, il a raflé plusieurs 1er Prix au Conservatoire. Le trio, installé dans le 11^{ème} arrondissement de la capitale (Entre Bastille et République) près de Notre-Dame a signé depuis sa création, **plusieurs habillages qui font désormais référence.**

"Notre cœur d'activité demeure l'habillage radio. Et notre particularité est de ne proposer aucun package. Tout ce que vous entendez sur France Bleu, sur Mint ou Twizz en Belgique, sur LFM et One FM en Suisse ou encore sur 2M et Med Radio au Maroc est unique. Tout est fabriqué sur mesure" précise Eric Renard. Une marque de fabrique qui semble séduire les stations européennes plus que jamais à la recherche d'une personnalisation sonore et d'une identité singulière. C'est le cas du **nouvel habillage de Latina** qui a opté pour 21 JUIN : "un projet très créatif avec uniquement des voix latines de la même manière que pour 2M au Maroc nous avons fait appel à des chanteurs marocains qui connaissent la culture. Cela renforce la crédibilité de l'ensemble de la production" explique Eric Renard.

" Nous acceptons tous les projets mais nous ne pouvons pas tout faire. Nous faisons des choix "

PLUS QUALITATIF QUE QUANTITATIF

"Nous rencontrons systématiquement les gens". Eric Renard n'est pas un adepte du téléphone... Il est d'abord curieux, observateur et attentif à l'image de la radio et à la direction qu'elle souhaite prendre : "nous voulons connaître la culture d'entreprise de la station. Nous proposons une maquette et nous poursuivons. Mais nous partons toujours d'une copie blanche. Donc, cela nécessite un très important travail de composition et d'arrangement". Pour exemple, l'habillage de 21 JUIN qui aujourd'hui est à l'antenne

de France Bleu a nécessité six mois de travail... "C'est un vrai partenariat qui est instauré pour habiller les 40 stations locales. 55 jingles par station avec les Edits et le reste... Nous avons envoyé au total 35 000 fichiers". Eric Renard a même créé une plateforme web : "les stations peuvent y puiser des beds sur mesure en fonction des besoins des équipes. Tout est encore une fois unique et s'adapte toujours à ce que les animateurs veulent habiller. Nous sommes également très fier de travailler étroitement avec Chérie FM, pour laquelle nous avons redéfini la nouvelle couleur des jingles chantés, mais aussi réalisé la **refonte totale du morning**, afin de le rendre compatible avec la nouvelle offre proposée pour cette rentrée : un **gros travail de fond, et de forme.**"

Seules les grandes stations ont-elles accès aux dons artistiques de 21 JUIN ? "Nous acceptons tous les projets mais nous ne pouvons pas tout faire. Nous faisons des choix" souligne Eric Renard. N'empêche que le studio a quand même signé les habillages de Mix Radio, Top Music ou Magnum. Preuve que les régionales peuvent bénéficier de son savoir-faire à condition de... trouver une place dans le planning.

DES TENDANCES ET DES MODES POUR LA SAISON 2012 – 2013

A l'image du prêt-à-porter, l'habillage est aussi soumis à l'air du temps et évolue. Constat d'Eric Renard : "les radios ont de plus en plus un souci de relance et de fluidité. Il n'y a plus de jingles de 20 secondes, cela n'existe plus. Les stations privilégient des jingles plus courts qui ne dépassent pas les 7 secondes". Autre observation d'Eric Renard : "le retour progressif des a cappella pour identifier le programme". La tendance générale est néanmoins à l'**uniformisation des habillages** regrette le professionnel : "oui, tout se rassemble, tel son évoque telle chose depuis 35 ans". Alors, l'équipe de 21 Juin tente de **casser cette uniformisation de façon parfois originale** :

"nous travaillons avec Stéphane Brillant l'ingénieur du son de Laurent Voulzy qui vient nous prêter main forte et nous sommes en recherche permanente de nouvelles voix" aime à rappeler Eric Renard. •



MORNING

Branle-bas de combat sur RFM

Propos recueillis par Hervé Pouchol pour LLP

La radio du meilleur de la musique a reformé le 27 août, un duo mythique des années 90. Bruno Roblès est désormais accompagné par son complice Pascal Gigot... En reformant ce duo, RFM frappe ainsi un grand coup et espère capitaliser sur son Morning.

LLP - RFM offre l'une des belles surprises de la rentrée radio 2012, comment est né ce projet ?

PG - J'ai reçu en avril un coup de fil du directeur des programmes de RFM, Jean-Philippe DENAC et c'est évidemment avec Bruno Roblès que nous avons pris la décision d'avancer sur ce projet que RFM voulait absolument mettre en place pour cette prochaine saison. Nous avions l'un et l'autre parfaitement bien vécu notre "célibat professionnel" mais nous avons assez vite cédé à l'idée d'un pilote durant lequel, très franchement, nous nous sommes beaucoup amusés.

LLP - Comment va se dérouler cette collaboration sur RFM de 6h à 9h ?

PG - Ce sont des retrouvailles enthousiastes... Très sincèrement, nous n'avancerons pas sur un format similaire à celui du Festival, RFM est une radio familiale, moderne et classe même si je suis très tenté par des sketches et des chansons revues et corrigées. Nous allons avancer en co-animation avec quelques personnages parce que ça reste ma spécialité et puis Sandra Lou est avec nous. Elle nous offrira des rendez-vous peuples, musique news, infos service... bref, c'est un joli trio.

En fait c'est le retour du duo avec une très jolie fille en cadeau pour le Meilleur des Réveils sur RFM.

LLP - Comment la radio des années 90 a-t-elle évolué ?

PG - Je crois que ceux qui rient, s'amusent et décrochent se soucient peu du temps qui passe.



BRUNO ROBLÈS ET PASCAL GIGOT

Depuis toujours, dans chaque famille, dans chaque groupe, il y a cette envie de s'amuser. Tristement il faut sans doute être plus vigilant aujourd'hui quant aux thèmes que l'on aborde, il y a des associations de défense de tout et de rien qui n'hésitent pas à sortir les canons sciés pour une plaisanterie, ça fait peur mais bon... Aujourd'hui, un gars comme Coluche aurait 18 procès par semaine. •

LEADERSHIP



GAËL SANQUER,
DIRECTEUR DE L'ANTENNE NATIONALE
ET DES ANTENNES LOCALES DE NRJ

Il avoue ne savoir faire "que" de la radio. C'est déjà beaucoup et cela lui a suffi rapidement à conduire NRJ à la place tant convoitée de première radio de France. Et Gaël Sanquer, malgré cette première place récemment obtenue, préfère demeurer au poste de challenger qu'à celui de leader.

LLP - Pourquoi Grégory Vacher et Elodie Gossuin sont-ils partis ?

GS - Ils sont partis pour des raisons différentes :

La recette Sanquer

Propos recueillis par Hervé Pouchol pour LLP

Elodie souhaitait plus de temps pour se consacrer à sa famille et Vacher souhaitait passer à autre chose (...). L'émission continue à s'appeler Manu dans le 6/9. Il n'y a pas de surprise spécifique pour le morning à part l'arrivée d'un co-animateur (Anthon Mehl) et d'une co-animatrice (Stéphanie Loire) pour remplacer Vacher et Elodie.

LLP - Comment gérer les égos de certaines stars ?

GS - Le problème ne se pose pas vraiment. On bosse avant tout avec des professionnels.

LLP - Votre avenir à NRJ... ou ailleurs ?

GS - Il reste encore beaucoup à faire à NRJ. Sur la partie locale, le récent sondage Médialocales a montré que nous pouvons encore progresser. Nous avons pour objectif cette saison de prendre le leadership sur Lyon et Marseille. C'est chose faite : nous avons dépassé Radio Scoop à Lyon et Skyrock à Marseille, deux bastions qui

paraissent imprenables il y a à peine un an et demi. Nous allons donc tout faire cette année pour conquérir les villes où NRJ n'est pas leader. Enfin, ma récente nomination à la direction des antennes internationales va me permettre de découvrir de nouveaux marchés en Europe où NRJ est implantée comme l'Allemagne, la Finlande, la Suisse, l'Autriche...

LLP - Votre vision de la radio du futur ?

GS - La radio restera le médium qu'il est aujourd'hui : le médium qui parle à l'intime. Seuls les supports d'écoute et les canaux de transmission évolueront. RNT, FML, DAB, IP... très honnêtement, je n'ai pas d'avis. Je suis passionné par les programmes. Pas par les tuyaux qui servent à les transporter.

LLP - La recette pour que NRJ reste leader ?

GS - Un seul mot d'ordre : on continue à penser et à agir comme des challengers ! •

PLUS QUE D'INCROYABLES PERFORMANCES OU DE SURPRENANTES CONTRE-PERFORMANCES, LES RÉSULTATS DES MÉDIA LOCALES DONNENT LE TEMPO DE CE QUE SERONT LES GRILLES DE RENTRÉE. ENTRE FORTES HAUSSES OU CHUTES VERTIGINEUSES, PAS TOUJOURS FORCÉMENT EXPLICABLES, RETOUR SUR LE CRU 2011 / 2012 POUR LES PRINCIPALES RADIOS DE CATÉGORIES B.

Evolution en nombre d'auditeurs entre la saison 2010 - 2011 et la saison 2011 - 2012 - Province + IDF

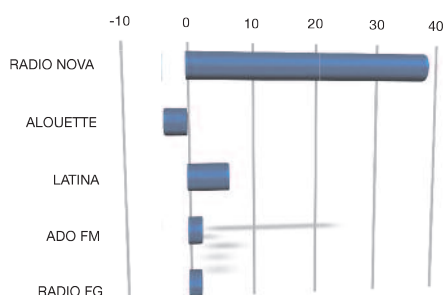
Les Tops	
SEA FM	+ 8 700
CANAL FM	+ 5 600
INTENSITE	+ 7 800
LYON PREMIERE	+ 3 000
47 FM	+ 2 800
TOULOUSE FM	+ 18 000
FUSION FM	+ 5 100
GENERATIONS	+ 82 300
TFM	+ 4 500
RADIO CRISTAL	+ 23 600
Les Flops	
VFM	-5 600
COLLINES	-5 200
FMC RADIO	-9 800
FC RADIO	-6 300
GRAND SUD FM	-6 800
K6 FM	-7 900
NICE RADIO	-2 200
E FM	-8 700
VARIATION	-3 900
HAPPY FM	-5 600
Top 5 +	
RADIO NOVA	+142 000
ALOUETTE	-15 000
LATINA	+23 200
ADO FM	+6 900
RADIO FG	+5 900
Top 5 -	
VFM	-5 600
NICE RADIO	-2 200
COLLINES	-5 200
OR FM	+200
LA LA RADIO	-900

MÉDIAS LOCALES

Les tops et les flops

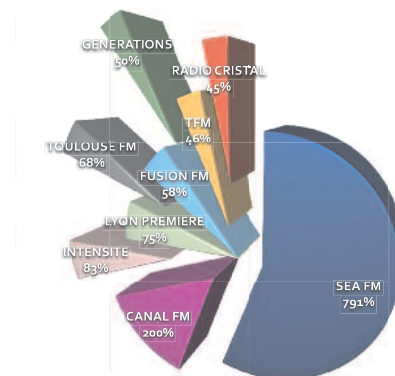
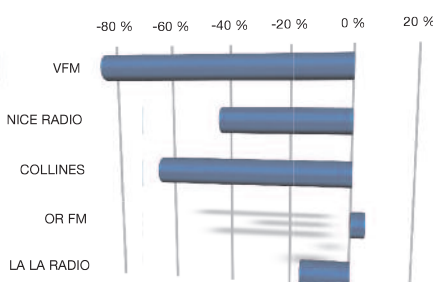
LES TOPS

Saluons l'entrée dans ce Top 10 des stations B aux plus fortes évolutions, deux radios du groupe Mediameeting : **47 FM** et **Toulouse FM**. Gérées et développées par **Frédéric Courtine**, l'ancien DG de **Sud Radio** est un vieux briscard des ondes qui sait prendre son temps... Et, il ne serait pas surprenant que ces deux stations poursuivent l'an prochain leur progression. Tout comme **Fusion FM** qui commence, enfin, à décoller...



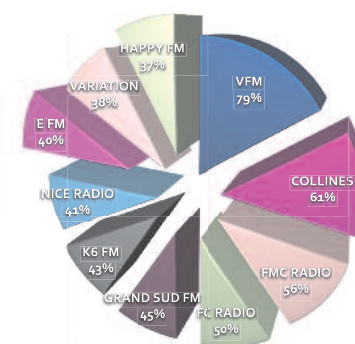
LES FLOPS

Très mauvaise surprise pour **K6 FM** à Dijon créée et développée par le sympathique **Franck Pelloux**. Cette baisse spectaculaire rappelle à tous les professionnels de la radio que rien n'est gravé dans le marbre. **K6 FM** perd près de **8 000 auditeurs en une saison**. Espérons qu'il s'agisse seulement d'un accident de parcours dans la vie de cette jeune station au programme, par ailleurs, très prometteur... Tout comme **E FM** que les auditeurs devront dorénavant appeler **Rezo**.



LE TOP 5 DES PLUS ÉCOUTÉES

Faut-il voir dans ce **Top 5** les prochaines stations qui apparaîtront bientôt dans la **126 000**? Pour **Nova et Alouette**, le pari a déjà été gagné. Pour les 3 autres stations, la poursuite du travail colossal déjà engagé par les équipes (**Christophe Dalence** pour Latina et Ado et la famille **Baduel** pour FG) doit se poursuivre. Ces pros ont semble-t-il compris que "la route est droite mais que la pente est forte".



LE TOP 5 DES MOINS ÉCOUTÉES

Ces stations les moins écoutées ne sont pas forcément celles qui **enregistrent les plus fortes baisses**. Néanmoins, il y a de quoi s'interroger pour trois d'entre elles. **VFM** implantée à Vire dans le Calvados qui accuse une **baisse de près de 80%** en seulement une saison, **Nice Radio** qui émet sur le 102.3 qui peine franchement à fédérer et **La la Radio** qui semble pour sa part avoir été complètement abandonnée par **Espace Group**, son propriétaire...



PHILIPPE FORT
EST ARRIVÉ EN MAI DERNIER À LA TÊTE DE NETIA



CONTACTS

Netia
Halle Industrielle de Farjou
34270 Claret
philippe.fort@globecast.com
www.netia.com

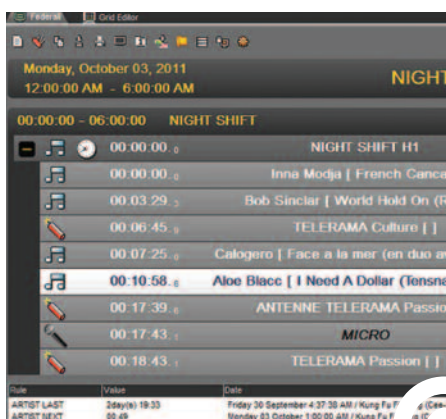
PHILIPPE FORT SOUHAITE RÉAFFIRMER LE POSITIONNEMENT DE RADIO ASSIST COMME UN DES LEADERS MONDIAUX DE L'AUTOMATION RADIO.

OBJECTIF : ÊTRE PLUS CONCURRENTIEL.



VISITER NETIA À L'IBC
DU 7 AU 11 SEPTEMBRE : HALL 1 STAND A29

LE MUSIC SCHEDULING : UNE DES 4 NOUVELLES FONCTIONNALITÉS DE RADIO ASSIST 8.1



AUTOMATION

Netia veut s'affirmer

Filiale de GlobeCast, Netia fait le pari de retrouver son dynamisme en redorant le blason de sa branche radio. Son produit phare, Radio Assist, vient d'être doté de nouvelles fonctionnalités et s'annonce comme un sérieux concurrent aux autres solutions logicielles.

Après le NAB de Las Vegas et avant Le RADIO à Paris, l'équipe de Netia participe à l'IBC d'Amsterdam : "nous avons des choses à dire et à montrer" s'exclame Philippe Fort qui officie depuis mai dernier au poste de PDG de Netia. Une présence sur les grands rendez-vous mondiaux qui en dit long sur la volonté de cette entreprise de reprendre rapidement des parts de marché notamment via sa branche radio. "Nous sommes désormais implantés aux Etats-Unis, en Asie et à Moscou depuis la fin du mois d'août. Ces implantations répondent à deux objectifs : retrouver de qualité de service qui a fait les grandes heures de Netia, notamment en direction de la maintenance, et atteindre de nouveaux prospects en attaquant des marchés" souligne Philippe Fort.

Rachetée par GlobeCast en 2008, Netia souhaite désormais affirmer sa stratégie sur deux axes : la vidéo et la radio. "La radio est un des produits fondateurs et historiques de Netia. Nous comptons aussi sur un troisième axe qui serait la convergence des deux premiers. D'où l'importance de ne pas négliger les broadcasters. Il faut donc rapidement retrouver ce dynamisme que nous avons il y a une dizaine d'années grâce à de nouvelles fonctionnalités" prévient Philippe Fort.

DES NOUVEAUTÉS DÉVOILÉES À L'IBC

Si la gamme Radio-Assist de Netia couvrait déjà l'ensemble du processus de travail d'une radio, depuis la production jusqu'à la diffusion, les nouveautés présentées à l'IBC devraient agréablement surprendre les utilisateurs et séduire les clients potentiels.

Quatre nouvelles fonctionnalités, aussi utiles que pratiques, viennent augmenter la puis-

sance de Radio Assist 8.1. D'abord, un outil de planification musicale intégrée (les utilisateurs peuvent automatiser la création de playlists selon des critères pré-définis, la stratégie commerciale, et bénéficient maintenant d'options intelligentes de segmentation musicale). Ensuite, un outil de montage vidéo (une amélioration qui répond à la demande croissante des radiodiffuseurs de fournir de la vidéo sur leurs portails internet). Cet outil de montage simple et ergonomique permet aux utilisateurs de produire des clips vidéo avec très peu de

formation. Troisième fonctionnalité : un système de messagerie instantanée permet non seulement à des utilisateurs distants de communiquer entre eux depuis l'interface Radio Assist 8.1, mais aussi, d'échanger des éléments de production. Enfin, l'utilisateur notera l'arrivée d'un module d'audit baptisé "Activity Watcher" qui assurera la traçabilité des actions effectuées sur le système tout au long du processus de travail.

POSITIONNER RADIO ASSIST SUR DES NOUVEAUX MARCHÉS

Des améliorations qui répondent aux besoins des clients de Netia. En clair : leur donner plus de souplesse dans la livraison de contenus audiovisuels. C'est ce que les professionnels, passant par l'IBC d'Amsterdam, découvriront : "l'IBC est un carrefour important parce que le salon est situé au milieu de la planète. Une occasion de croiser des clients venus d'Asie, du Moyen-Orient ou d'Europe de l'Est et de l'Ouest afin qu'ils découvrent le plan d'accélération de Netia et les nouveautés" explique Philippe Fort. •

A SAVOIR ...

L'entreprise Netia, fondée par Christophe Carniel et Pierre Keiflin, est basée à Claret près de Montpellier. Elle emploie plus de 70 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 8,7 M€ en 2010.



La Lettre Pro RADIO & medias		hyperTOP20		hyperworld marketing		
Semaine n° 33						
Notoriété, Meanscore et Usure des titres les plus diffusés à la radio						
Rang	Evolution dans le rang	Artistes	Titres	Notoriété (%)	Meanscore / Familiers du titre de 1 à 100	Usure (%)
1	↗	Carly Rae Jepsen	Call me maybe	96	80	6
2	↘	Gotye, Kimbra	Somebody that I used to know	97	80	10
3	↗	Birdy	Skinny love	95	73	3
4	↗	Flo Rida	Whistle	90	72	6
5	↗	Maroon 5	Payphone	98	72	5
6	↗	DJ Antoine, The Beat Shakers	Ma chérie 2K12	95	71	7
7	↗	Pitbull	Back In Time	90	71	4
8	E	Nicki Minaj	Pound the alarm	79	70	1
9	E	Will.I.Am, Eva Simons	This is love	80	70	2
10	↘	Rihanna	Where have you been	96	68	7
11	↗	Simple Plan, Sean Paul	Summer paradise	89	67	3
12	↗	Shy'm	Et alors !	88	66	2
13	E	Chris Brown	Don't wake me up	67	65	1
14	↘	José De Rico, Henry Mendez	Rayos de sol	82	65	3
15	E	R.I.O., Nicco	Party shaker	89	65	2
16	E	Shakira	Addicted to you	91	65	1
17	↘	Usher	Scream	85	64	3
18	E	Emeli Sandé	Next to me	87	64	2
19	E	Sexion d'assaut	Wati house	75	60	4
20	→	Matt Houston, P-Square	Positif (e no easy)	93	54	6



Call online national Hyperworld Marketing. 20 titres les plus diffusés en radio semaine du 13 au 19 août 2012 (source Kantar Media. Panel de 38 stations Kantar Music). 206 répondants entre 15 et 49 ans, France métropolitaine, auditeurs réguliers de stations musicales. Enquête en ligne du 22 au 27 août 2012. Stratification sexe âge et régions UDA. Résultats nationaux. Résultats également disponibles sur d'autres cibles.. **Contact : adesaintroman@hyperworld.fr**

Classement dance/pop

DJ Buzz a détecté pour vous les nouveautés entrées en playlist des radios trendy !

105 FM - ITALIE

Artiste	Titre	Diffusions*
KYLIE MINOGUE	TIMEBOMB	39

Couleur 3 - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
MAROON 5	ONE MORE NIGHT	13

Energy Dance - ALLEMAGNE

Artiste	Titre	Diffusions*
MICHAEL JACKSON	BAD	49

KTU - ETATS-UNIS

Artiste	Titre	Diffusions*
Don Omar	Danza Kuduro	15

Radio Fribourg - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
DEMI LOVATO	GIVE YOUR HEART A BREAK	24

ROUGE FM - SUISSE

Artiste	Titre	Diffusions*
MUSE	MADNESS	19

SUNSHINE LIVE - ALLEMAGNE

Artiste	Titre	Diffusions*
MICHAEL JACKSON FT. PITBULL	BAD	37

* Nombre de diffusion des 14 derniers jours

Classement dance/pop

Le Hit des Clubs du 01/09/2012		
1	▶	Tacabro Tactic (W5 MUSIC LABEL /)
2	▲	Gustavo Lima Balada Bon (MERCURY/UNIVERSAL)
3	▼	Rihanna Where Have You Been (DEF JAM FRANCE/UNIVERSAL)
4	▶	R.I.O Feat Nicco Party Shaker (HAPPY MUSIC /)
5	▲	Pitbull Back In Time (LIVE/EPIC/SONY)
6	▲	Michel Telo Ai Se Eu Te Pego (MERCURY/UNIVERSAL)
7	▲	Jose De Rico Feat Henry Mendez Rayos De Sol (SCORPIO /)
8	▼	Nicki Minaj Pound The Alarm (DEF JAM FRANCE/UNIVERSAL)
9	▲	DJ Assad Feat Mohombi, Craig David & Greg Parys Addicted (SCORPIO/SCORPIO)
10	▲	Nicki Minaj Starships (DEF JAM FRANCE/UNIVERSAL)
11	▲	Bob Sinclar Ft Pitbull, Dragonfly & Fatman Scoop Rock The Boat (BARCLAY/UNIVERSAL)
12	▶	Matt Houston Feat P-square Positif (SPACE PARTY /)
13	▲	Cascada Summer Of Love (HAPPY MUSIC /)
14	▼	Florida Whistle (WEA/WARNER)
15	▲	Collectif Metisse Z Dance (LSM/UNIVERSAL)



Publié tous les Samedis à 20h sur DJBUZZ.com après sa diffusion à l'antenne. Ce classement est réalisé à partir des playlists de 600 DJs membres



BUZZ

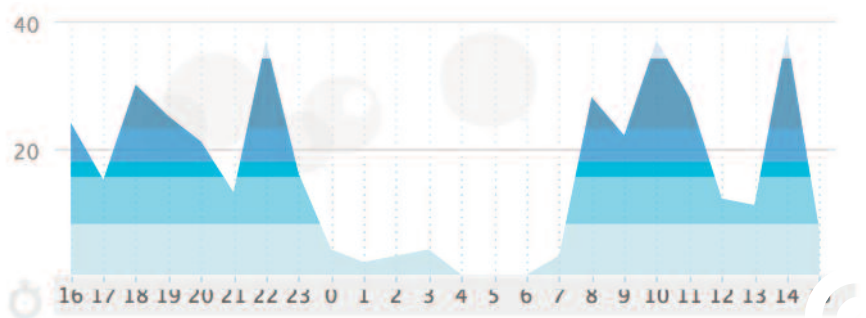
Radio France mesure sa tweetérisation

Il fallait y penser... Radio France l'a fait en inventant la Console Twitter. Une plateforme web qui permet de mesurer en temps réel toute l'activité Twitter concernant l'ensemble des radios du groupe. Gadget ou véritable outil pour mieux développer son audience ?

Premier avantage : la **Console Twitter de Radio France** permet d'obtenir, sur une seule et même interface, toute l'activité tweetérisante concernant **les sept marques** du groupe. Ce qui est intéressant avec cette console Twitter n'est pas tant de suivre les fils officiels des stations, souvent coulés de fils blancs, mais de scruter **ce qu'il se dit et se redit**. Il suffit d'observer grâce aux hashtags quels sont les messages tweetés par les auditeurs ou quels sont ceux qui sont parfois retweetés. Mais pour que cet outil soit efficace, il faut surtout comprendre pourquoi le bruit est plus dense à certains moments de la journée. En répondant à cette dernière question, il est ensuite plus facile et plus rapide de savoir quels sont les thèmes, les reportages, les invités, les animateurs **qui, simultanément à leur diffusion, catalysent ou pas l'auditeur...** C'est le deuxième avantage de cette Console Twitter : **faire de la radio en fonction des réactions des auditeurs** même si ce n'est pas selon le groupe la vocation de la Console Twitter. Enfin, d'aucuns diront que le graphisme de l'outil aurait mérité mieux. Pas faux mais celui qui s'y connecte vient uniquement y chercher des chiffres et des mots-clés... Le contenu ayant donc été clairement privilégié au détriment du design.

UN PAGE. QUATRE ENTRÉES DE DONNÉES

Soulignons donc cette **volonté de transparence de Radio France** qui a fait le choix de partager, sur une seule interface, ce genre de données (déjà publiques) liées à ses réseaux sociaux alors que d'autres ont décidé de les garder pour eux... Sur twitter.radiofrance.fr, la mesure de ce bruit quotidien créé autour des stations se mesure **automatiquement toutes les cinq minutes** ou en actualisant d'un simple clic l'ensemble de l'interface. Une fois la station sélectionnée, le curieux a accès au bruit généré durant les trois dernières heures, ou les dernières 24h, aux nombres de mentions (celles de la veille, celles depuis le 5h le matin



NORMAL QUE L'ON RÉAGISSE D'AVANTAGE LE MATIN QUE LE SOIR

ainsi que la moyenne mensuelle). L'internaute bénéficie également d'une **Timeline** (les derniers tweets mentionnant la station) et du **Top 3 des tweets les plus retweetés**. Enfin, une quatrième entrée offre quelques données anecdotiques supplémentaires : le nombre de followers de la station, les nouveaux arrivés depuis moins de 7 jours et une Timeline proposant les derniers tweets publiés par les comptes de la station...

QUI TWEET N'ÉCOUTE PAS FORCÉMENT...

Comprenez qu'un twitto même très actif **n'est pas obligatoirement un P1 en puissance**. Et que celui qui retweet l'est probablement encore moins. Donc, inutile de vouloir comparer la Console Twitter à un outil fiable de mesure d'audience. Le procédé offre malgré tout **de nombreux avantages** à qui veut bien s'y intéresser et une réelle base de données aux directeurs de programme et aux rédacteurs en chef qui ont fait **le choix de l'observation et du bon sens**. Une façon de connaître, en temps réel et encore mieux, les réactions et les sentiments de ceux qui sont concernés de près ou de loin par la marque.

Si la Console Twitter n'a pas été pensée pour bouleverser **du jour au lendemain les grilles de France Bleu, de FIP ou de France Info**, gageons qu'elle débouchera probablement sur **des adaptations chirurgicales** de certains programmes. Mais espérons qu'elle ne vienne pas incommoder davantage ceux qui fabriquent en direct la radio désormais plus soucieux d'écouter les réactions des twittos que celles des invités... •

ON L'A VU ET ON LE CONSTATERA ENCORE À L'AVENIR, UN SEUL TWEET PEUT CHAMBOULER PENDANT PLUSIEURS JOURS LES CONTENUS ÉDITORIAUX POUR... PAS GRAND-CHOSE.





LA DIVERSITÉ DE L'OFFRE DES INDÉS RADIOS
DANS TOUTE SA SPLENDEUR.
LES AUTRES SYNDICATS ET FÉDÉRATIONS
FERAIENT BIEN ET RAPIDEMENT
D'EN PRENDRE DE LA GRAINE...

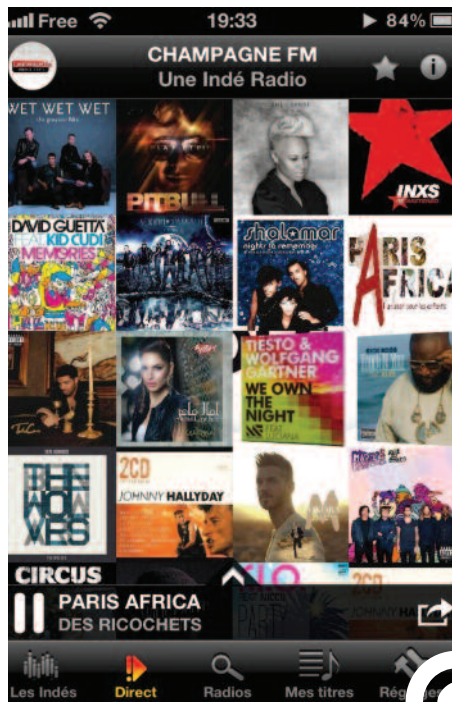
GEEK

123 stations dans une appli

Discrètement mise en ligne en fin de saison dernière, l'application des Indés Radios a pourtant rapidement fait le buzz auprès des professionnels de la radio. Il faut dire que cet outil, particulièrement intuitif, propose notamment une innovation très surprenante voire addictive...



TOUTES LES STATIONS
SONT PRÉSENTÉES DE FAÇON CLAIRE



LE TRÈS SURPRENANT "MUR DU SON"

Si beaucoup de stations membres du GIE Les Indés Radios possèdent déjà leur propre application, le Groupement présidé par Jean-Eric Valli offre depuis quelques semaines sur l'App Store, cette application gratuite baptisée simplement Les Indés Radios. Celle-ci regroupe l'ensemble des radios membres du célèbre groupement : de Chante France à Evasion aux plus discrètes Intensité, Mistral FM ou VFM. Partant une nouvelle fois du principe que l'union fait la force, cette application se veut la vitrine des radios B adhérentes au Groupement. Sa principale vocation est donc de pouvoir les réunir, les découvrir et les écouter (avec une option d'écoute ou non au démarrage). Designée par Bronx et développée par Cardweb, la version 1.0.1 est actuellement proposée en téléchargement et devrait être présentée officiellement dès cette rentrée. Elle intègre un mini moteur de recherche pour trouver rapidement une station par nom ou par région pour être redirigé vers la page Facebook ou le compte Twitter associés. Et il suffit de cliquer sur une étoile située en haut à droite de son écran pour mémoriser ses radios préférées...

tits réseaux régionaux moins connus mais agréables à écouter. Pour les autres, l'application offre la possibilité de découvrir, depuis son Smartphone (iPhone et iPad et prochainement sur Android et Windows Phone), et donc sans bouger de chez soit, le paysage radiophonique français en quelques clics. Une volonté clairement affichée depuis longtemps par les dirigeants des Indés Radios.

SUIVRE LA PROGRAMMATION EN TEMPS RÉEL

Le charismatique Jean-Eric Valli a d'ailleurs activement participé à sa conception en créant "Le Mur du Son". Sympathique appellation pour cette innovation, inspirée de l'App "Wall of Sound" aussi surprenante qu'addictive permettant à tout moment de la journée de cliquer, selon son humeur et ses envies, sur l'une des dizaines de jaquettes qui apparaissent et disparaissent sur l'écran du Smartphone. Ces jaquettes sont en quelque sorte un indicateur visuel de tous les artistes en cours de diffusion sur l'une des 123 stations. Objectif : isoler, via une

Cet outil permet à l'utilisateur de connaître quelles sont les stations à proximité

GÉOLOCALISEZ-VOUS POUR PLUS DE PROXIMITÉ

Mais la première des qualités de cette application (outre le partage des musiques sur les réseaux sociaux, la réécoute ou l'achat des titres) réside dans sa simplicité d'utilisation ce qui n'est pas négligeable : la complexité de navigation semble être malheureusement devenue ces derniers temps chose courante pour la majorité des Apps des radios françaises... Mis à part son ergonomie, cet outil (de 7,1 MB) permet à l'utilisateur de connaître quelles sont les stations à proximité du lieu où il se trouve. Pour les utilisateurs nomades cette fonction est loin d'être anecdotique puisque qu'elle permet de découvrir, parfois avec surprise, des pe-

mosaïque, le titre qu'il a envie d'écouter au doigt et à l'œil... Une mosaïque plus impressionnante encore sur l'écran d'un iPad. Outre cette possibilité de choisir le titre l'on souhaite entendre (y compris en tâche de fond), l'utilisateur peut ainsi suivre en temps réel la programmation des stations et, accessoirement, constater que certains titres diffusés sont récurrents chez les uns comme chez les autres. Il n'est donc pas rare de constater que "Summer Paradise" de Simple Plan tourne simultanément sur une dizaine de stations et côtoie par exemple Herbert Léonard ou Pitbull. •

★ Bronx

CONTACTS
Bronx
www.bronx.fr

Cardweb

Cardiweb
www.cardiweb.com



Les Indés Radios (GIE)
14 rue de Lübeck
75016 Paris
demain@lesindesradios.fr
www.lesindesradios.fr



NUMÉRIQUE

... 5.0 ...

NOUVEL SDK POUR FRONTIER SILICON

Le nouvel SDK DAB 5.0 de Frontier Silicon intègre la technologie bluetooth permettant aux fabricants de récepteurs RNT une meilleure connectivité avec les autoradios, les mobiles et les tablettes.

... TESTS ... TESTS ...

Nous testons pour vous et nous vous en parlerons dans les pages techniques de nos prochains numéros !

TIVIZEN
DONGLE

Directement reçu de Corée ce petit bijou est un adaptateur DAB+ pour iPhone permettant d'écouter et d'enregistrer l'audio, l'image et la vidéo (pour les pays diffusant la TV en T-DMB). Nous avons testé le 3 août à Paris avant l'arrêt de la diffusion des expérimentations ! Preuve en image.

MIC W

Ne vous trompez pas ce n'est pas le dernier pistolet, mais le dernier cri en terme de micro cardioid pour iPhone, Samsung ou encore Canon 5D, 7 D ou Nikon D7000.



Stand :
2012 8.E94

Autres micros de la gamme Mic-W, le i266 que nous testons actuellement et qui est le micro de la gamme le plus efficace pour tout usage. Côté finition, rien à redire.



HÉLVÉTIQUE

SwissRadioDay 2012 ...

Le SwissRadioDay s'est tenu le 23 août dernier au World Trade Center de Zurich. Les succès des radios privées en 2011, l'avenir du mobile, les premiers résultats d'audience DAB en Suisse ou les rapports entre stations publiques et privées ont été quelques-uns des thèmes abordés. Des ateliers d'approfondissement ont permis de mettre en avant la diffusion via le DAB ou encore le rôle des radios dans le cadre du renforcement de la scène musicale suisse. Cet événement helvétique a également attribué deux prix de la radio de l'année 2012 à 105 One-O-Five ainsi qu'à WRS worldradio.ch. Les organisateurs ont d'ores et déjà annoncé un prochain SwissRadioDay pour le 22 août 2013. Les inscriptions sont désormais possibles sur : www.radioday.ch •

PUB

FG DJ Radio
intègre AdsRadios

FG DJ Radio, l'une des principales radios indépendantes, vient d'intégrer l'offre audio-display de la régie AdsRadios. Fondée par Xavier Filliol, AdsRadio est la première régie radio 2.0 de France et s'impose comme la régie de référence de l'audio en ligne.

FG a donc fait le choix de rejoindre la solution de commercialisation audio-display d'AdsRadios depuis le mois d'août, afin de monétiser les espaces publicitaires de plusieurs de ses flux. Les webradios : RadioFG, FG Dance by Hakimakli, Underground FG, FG House Chic, FG Clubbing, FG Remix sont concernées par cette monétisation. •

QUE DE LA PUB SUR WEBRADIO PUB

Voilà une initiative originale récemment concrétisée en version Beta par Michel Colin. L'expert de la publicité radio vient de mettre en ligne sur son site (radiopub.fr) une webradio diffusant exclusivement une play-list composée de spots publicitaires. Pas de musiques programmées mais uniquement des spots radio (plus de 1 250 classés par origine, langue, secteur d'activités...). Une formule payante permet aux studios de production, aux régies ou aux comédiens de mettre en avant leurs meilleures créations. WebRadioPub devrait, dès ce mois de septembre, s'imposer comme la nouvelle source d'information et d'inspiration pour tous les acteurs de la publicité radio. •

ÉCRAN

TDF lance la TNT Connectée à l'IBC 2012 Stand : 1.B79

Le groupe TDF sera présent, comme chaque année, à l'IBC. L'événement sera l'occasion pour TDF de lancer, en exclusivité mondiale, la TNT Connectée, la télévision qui offre à ses utilisateurs, sans box, toutes les fonctionnalités, comme le restart, la catch

up, la VOD, le voting... Sur le stand 1.B79 (Hall 1), plusieurs entités du groupe TDF présenteront aussi leurs solutions et innovations : TDF France, Media Broadcast, Levira et Media Services (avec Cognacq-Jay-Image, SmartJog, Bebanjo, Qbrick et PSN)... •

ONLINE

Rain Summit Europe à Berlin

Traditionnellement organisé aux Etats-Unis et au Canada, un Rain Summit fera étape pour la première fois en Europe, le vendredi 5 octobre prochain. La ville de Berlin a été retenue pour accueillir cette convention européenne réunissant la crème des entrepreneurs et autres experts attachés à l'industrie radio en ligne. Echanges, partages et réseautages devraient être les Maîtres-mots d'ateliers à très haute valeur-ajoutée sur des thèmes allant du streaming à la monétisation de la radio digitale. A noter, une participation massive de professionnels et autres visionnaires français : Jean-Pierre Cassaing (Havas Media), David Deslandes (Deezer), Xavier Filliol (AdsRadios), Franck Si-Hassen (Médiamétrie), Patrick Roger (Adswizz) et Alexandre Sa-boundjian (Radionomy). Une présence française qui

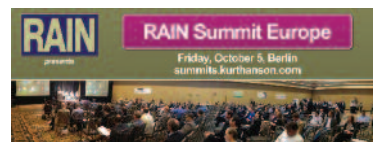
témoigne du, déjà, riche savoir-faire des professionnels de l'hexagone dans le monde de la radio digitale.

Partenaire officiel de cette première édition, La Lettre Pro de la Radio permet aux visiteurs intéressés de bénéficier d'une réduction de 20 € sur le prix du billet d'entrée (79 € contre 99 €). Pour cela, nos lecteurs peuvent entrer le code LLP dans le formulaire d'inscription en ligne sur le site de l'organisateur et économiser ainsi 20 % sur le prix d'entrée.

Pour l'anecdote, cette journée se déroulera dans un hôtel berlinois dénommé "The Music & Lifestyle"... Un lieu au nom idéal pour y développer les thèmes programmés.

Toutes les infos sur :

summits.kurthanson.com/rainsummiteurope/ •



DIFFUSION

Harris et ses nouveautés

A l'IBC, Harris présente une nouvelle gamme d'émetteurs radio numériques et analogiques. "Une famille de produit qui rencontre un intérêt particulier (...) et soucieux de réduire les coûts et la complexité de leur exploitation" selon l'entreprise.

Harris dévoile aussi quatre nouveaux modèles d'émetteurs FlexivaT faibles puissances complétant ainsi son offre d'émetteurs numériques et analogiques. Elle propose sa gamme d'émetteurs VHF Platinum VAX Compact Class, basés sur l'architecture Harris PowerSmart® qui vise à diminuer la consommation des équipements ainsi que leur encombrement. L'entreprise expose également de nouvelles interfaces EDI dédiées à la distribution IP des contenus radio dans les réseaux DAB.

Volonté affichée : "Harris poursuit son innovation dans la radio analogique et numérique à travers le monde, en permettant aux opérateurs de diffusion de diminuer leurs coûts d'investissement et d'exploitation" explique Richard Redmond, vice-président Product Management and Strategy. •




2012
Stand :
7.G20

RNT

VDL annonce le TRS

Stand :
8.D90d


2012


L'entreprise VDL dirigée par Yannick André-Masse met sur le marché un système de réémission et de diffusion de messages d'urgences en tunnel dénommé TRS (Tunnel Rebroadcasting System).

Cet outil permet aux exploitants de tunnel de réémettre à l'intérieur d'un tunnel les programmes diffusés en radio numérique. Il est également possible, grâce au TRS, de remplacer les programmes audio par des annonces d'urgences en direct ou préenregistrées, le tout sans interruption.

Le TRS rediffuse et contrôle en temps réel toutes les émissions diffusées en radio numérique et fonctionne quelle que soit la configuration du multiplex. A la demande, les diffusions sont remplacées par les messages d'urgence qui sont alors diffusés avec les mêmes débits. Le système assure aussi une transition sans coupure entre les programmes rediffusés et les messages d'urgence et évite ainsi le brouillage des récepteurs.

Le système TRS est disponible pour la rediffusion de un ou plusieurs multiplex et pour des messages d'urgence en un ou plusieurs langages.

Contact : VDL - fnachury@vdl.fr - www.vdl.fr •

NAVIGATION

Une belle appli pour un beau programme

Pour suivre en direct et pour ne rien manquer du salon IBC d'Amsterdam qui a lieu du 6 au 11 septembre, l'équipe organisatrice a spécialement développé une application très pratique. Celle-ci permet de consulter la liste des exposants, de les localiser sur le salon (recherche par produit ou par numéro de salle), de les contacter si besoin (par téléphone ou par mail). Outre la consultation des dernières nouvelles de l'IBC, l'application offre aussi un aperçu exhaustif du programme et des conférences. Un ca-

talogue de poche pour maximiser son temps de visite, un plan interactif pour se repérer très rapidement et la possibilité de prendre des notes directement sur l'application durant les six journées de ce salon. Une application qui devrait battre des records de téléchargement durant le salon puisque **50 000 participants sont attendus...** A télécharger sur l'App Store pour iPhone ou sur l'Android Market. •



DIFFUSION

WorldCast Systems en force à l'IBC

WorldCast System présente un éventail de produits et de nouvelles fonctionnalités qui seront pour certaines prochainement mises sur le marché. Tour d'horizon...

A découvrir à l'IBC, le nouveau châssis de l'Oslo 1U qui offre un nombre de canaux incomparables, supportant jusqu'à 16 canaux audio dans un seul équipement 1U. Malgré sa taille réduite, le nouvel Oslo 1U conserve de nombreuses caractéristiques populaires de la version 3U.

WorldCast Systems présente SureStream qui augmente la fiabilité du lien IP en protégeant le flux audio des pertes de paquets lorsque ce dernier fonctionne sur une connexion internet publique. Autre nouveauté qui réjouira les techniciens et les ingénieurs, un nouveau service proactif proposé sur les émetteurs Eceso permettant d'envoyer des rapports réguliers sur le statut de paramètres clés comme la température, la tension, le courant et les performances et la durée de vie des composants comme les ventilateurs et les alimentations de l'émetteur. Ce Rapport de Maintenance Expert sera disponible à partir du quatrième trimestre 2012. Enfin, WorldCast Systems propose sa nouvelle Interface de Mesure Avancée (AMI) : un tableau de bord temps réel qui fournit en un coup d'œil une vue globale des performances de l'émetteur. Une nouvelle AMI qui permet d'identifier les problèmes très facilement et rapidement et d'obtenir une compréhension détaillée du signal de l'émetteur... •



2012
Stand :
8.B50




FICHES RADIOS



FÉLINE FM

Société : Radio Féline FM (Association)
Adresse : 204-2 Chemin du Château
 06250 Mougins (France)
Téléphone : 04-90-75-14-72
Fax : 04-93-75-83-75
E-mail : infos@felinefm.com
Site internet : http://www.felinefm.com

Informations sur la société

Activité(s) : Webradio
 Effectif : 7

Organigramme

Directeur : VIGNEAU, Joël

Fiche

Activités : Radio animalière. La Radio de ceux qui aime la vie et la protègent. Animateur, Nature, Musique, Bien-être, Spiritualité. La radio de ceux qui aiment les animaux et la chanson française... Devenez Fan et écoutez "féline FM" pour soutenir une radio qui soutient les animaux. Emissions animalières.

Date de Création : Novembre 2009

couleur musicale : Chansons uniquement en langue française

Partenaire : Royal-Canin

Facebook : www.facebook.com/joel.vigneau



RADIO CAMPUS MONTPELLIER

Société : Radio Campus Montpellier (Association)
Adresse : Maison de Quartier Emma Calvé, Impasse des Acacias
 34090 MONTPELLIER (France)
Téléphone : 04-67-52-78-41
E-mail : contact@radiocampusmontpellier.fr
Site internet : www.radiocampusmontpellier.fr/

Informations sur la société

Catégorie : A
 Activité(s) : Radio française FM

Organigramme

Président : Chassillan, Mathieu
 Responsable Technique : Elkaim, Elie
 Partenariats : Beuzon, Elisa
 Responsable de la Rédaction : Galipot, Sandrine

Fiche

Activités : Portée par ADOREM, structure associative réunissant des étudiants et personnels des universités de Montpellier et de SupAgro, Radio Campus Montpellier est un projet de radio associative ouverte à tous dont le but est de créer des liens entre le monde universitaire et la ville.
 couleur musicale : Nouveautés et découvertes
 Cible : Etudiants / de 18 à 30 ans
 Date de Création : 22 juin 2010
 Forme Juridique : Association ADOREM
 Programmation : Matinales en direct de 8 à 9h00
 Quotidienne culturelle "Larsen" de 18 à 18h45
 Rock russe "Rouski Tchas" de 20 à 21h00 le jeudi soir
 Concept : Soutenir l'activité associative et étudiante. Informer la jeunesse montpelliéraine et guider les nouveaux étudiants

Fréquences : Montpellier : 102.2



RADIO ESPACE

Société : Radio Espace (SARL)
Adresse : 40 quai rambaud
 69002 Lyon (France)
Téléphone : 04-72-10-15-30
Fax : 04-72-00-99-99
E-mail : contact@radioespace.com
Site internet : http://www.radioespace.com

Informations sur la société

Catégorie : B
 Activité(s) : Radio française FM
 Effectif : 20

Organigramme

Président Directeur Général : Mahé, Christophe
 Directeur : Fregonara, Julien
 Directeur des Programmes : Delaveau, Christophe

Fiche

Membre(s) : GIE SIRTIVACAST
 Streaming : radioespace.com
 Cible : 13-45 ans
 Couvert. popul. : 1 262 000 habitants
 Format : Généraliste - DanceFloor, Dance et Groove
 Forme Juridique : Association Les Amis de radio Espace
 Slogan : La plus Lyon des Radios

Fréquences

Lamure-sur-Azergues : 105.7
 Lyon : 96.9
 Sainte-Foy-l'Argentière : 97.5

... LA LETTRE PRO DE LA RADIO ...

BULLETIN D'ABONNEMENT

Je désire m'abonner au tarif spécial «1 an déjà !»

soit **400 € Ht** pour 1 an* - 23 numéros (au lieu de 490 €HT)

✓ Version papier nominative

✓ Version PDF

✓ Accès aux archives PDF

NOM / Prénom :

Radio (société) :

Tél. :

E.mail :

Adresse :

(de facturation) :

Editions HF
 30 rue du Pontel
 19240 SAINT-VIANCE
 Tél. 05 55 18 03 61
 Fax 05 55 18 27 97

E.Mail : abonnement@lalettre.pro
 Contact : Meggan GOMEZ /
 meggan@lalettre.pro

*Tarif valable exclusivement en renvoyant ce bulletin avant le 30 septembre 2012

Renvoyez ce formulaire par fax au 05.55.18.27.97, recevez votre facture sous 48 heures.



JEROME DELAVEAU,
DIRECTEUR DES PROGRAMMES CHEZ ESPACE GROUP



CONTACTS

Espace Group
40 quai rambaud
69002 Lyon
j.delaveau@espacegroup.com
www.espacegroup.com

STRATEGIE

Espace ne triche pas

Radio Espace, Générations, Jazz Radio, MFM... Espace Group possède quelques-unes des radios qui ont fait sensation en France la saison dernière, que ce soit pour leur solidité ou pour leurs spectaculaires augmentations d'audience. Jérôme Delaveau, membre de la direction des programmes du groupe, considère que le succès de la saison 2011/2012 provient de la capacité d'Espace Group à produire des programmes très diversifiés, originaux, et qui tiennent des promesses exclusives.

"Ne jamais copier !" Lorsque l'on demande à Jérôme Delaveau quel est le premier conseil qu'il donnerait à un directeur d'antenne débutant, la réponse fuse. "Un copieur ne tient jamais longtemps la comparaison avec l'original. Ce que l'auditeur attend d'une radio, ce n'est évidemment pas qu'elle lui serve quelque-chose qui existe déjà...". Ce principe est au centre de l'approche radio de Jérôme. Offrir à chaque programme quelque-chose de différent. De la nuance. **Une certaine dose d'exclusivité.**

Jérôme Delaveau possède en la matière une expérience certaine, lui qui est allé de **Scoop** à **Contact**, puis chez **Sud Radio**, et enfin chez **Hit Radio** au Maroc avant de revenir à Lyon. "J'ai eu la chance de pouvoir travailler sur beaucoup de formats différents, explique-t-il. D'une radio Dance (Contact) à un format info/talk (Sud Radio) en passant par une radio hit où il a fallu tout construire de A à Z (Hit Radio, Maroc), j'ai au bout du compte travaillé sur la même base : celle de la cohérence. Une offre claire, bien défendue, toute la journée." Et il est vrai que sous sa houlette, les radios en question ont plutôt connu de bonnes, et même parfois de très bonnes audiences.

DÉFENDRE DES TERRITOIRES DE MARQUE PRÉCIS !

Rentré du Maroc en avril 2011, à la demande de **Christophe Mahé**, il a pris la direction des programmes de quatre radios d'Espace Group :

Alpes 1 Grenoble, Radio Espace, Virage et SUN. "Plus un rôle de consultant interne dans les autres radios du groupe. J'ai commencé par travailler pendant quatre mois avec **Christophe Mahé** et **Julien Frégonara** sur un état des lieux général, et sur un diagnostic radio par radio des fondamentaux". C'est quoi, les fondamentaux ?

"Ce sont pour chaque radio des règles d'antenne à formuler clairement et à tenir en permanence, des univers à lisser pour qu'ils soient correctement défendus toute la journée de façon homogène, des identités fortes à construire et à faire vivre."

"En radio c'est la précision de l'offre qui compte, avec des horloges musclées et une dose d'exclusivité"

Pour Jérôme, **tout doit partir de la promesse** et rien ne doit jamais sortir du format. "Exemple : **Jane Birkin** annule un concert à Lyon, et le flash de **Radio Espace** en fait écho. C'est incohérent : on ne joue pas de Jane B. sur cette station, de format dance-électro. Nous avons donc retravaillé et affiné la ligne éditoriale de la station. (...) Sur **Générations**, en début de saison, nous avons décidé de cibler très précisément les 25/35 parisiens, en étant beaucoup plus pointus sur cette cible, toute la journée. Nous avons également repositionné **Jazz Radio** en supprimant entre 1000 et 1500 titres de la base musicale pour resserrer la programmation". Autant de réglages de bon sens qui ont payé.

"En radio, c'est la précision de l'offre qui compte, avec des horloges musclées, et une dose d'exclusivité. Tout le monde joue de la dance électro en ce moment. On aurait pu craindre que l'audience de **Radio Espace**, positionnée sur ce format depuis des années, en souffre. Eh bien je considère que ce n'est pas un problème, au contraire : on a beaucoup plus de hits à jouer pour encadrer une programmation plus « spé » qui joue la différence. C'est une chance d'avoir beaucoup de matière à exploiter pour construire une programmation originale !" Tout est dit. •



Par Jean-Charles Verhaeghe
jcv@lalettre.pro
www.MYConseils.fr

STRATEGIE

Investissement publicitaire

Le **marché publicitaire** clôture le semestre à **+1,2%** de croissance. Après un début d'année plutôt encourageant (+3,1%), la tendance ne s'est pas confirmée sur le deuxième trimestre (-0,3%). Cette évolution traduit à la fois la **prudence des annonceurs sur la période** et un mois de mai très en retrait (-9%). Côté média, la télévision reste le moteur de la croissance (+4,6%) **suivie par la radio (+3,6%)**. Le display présente des recettes brutes légèrement positives (+1,9%) quand la presse et la publicité extérieure sont en retrait. **Seule la radio enregistre des recettes plus dynamiques au deuxième trimestre (+4,7%)** vs le début de l'année (+2,1%).

Au final, tous les segments du média sont à la hausse en valeur (stations généralistes : +2,3%, stations musicales : +2,3%, programmes locaux : +16,6%). En volume, en revanche, la radio est en baisse (-1,4%) tirée vers le bas par les stations musicales (-2,6%) quand les stations généralistes et les programmes locaux sont à la hausse.

PDM des médias 1er semestre 2012 en euros bruts

	Janv à Juin 2011	pdm	Janv à Juin 2012	pdm	Evol %
Total	13 807,3	100,0%	13 976,2	100,0%	1,2%
PRESSE	3 796,5	27,5%	3 753,8	26,9%	-1,1%
RADIO	1 992,9	14,4%	2 063,7	14,8%	3,6%
TELEVISION	4 641,9	33,6%	4 856,7	34,8%	4,6%
PUBLICITE EXTERIEURE	1 528,1	11,1%	1 416,9	10,1%	-7,3%
CINEMA	168,8	1,2%	174,1	1,2%	3,1%
INTERNET	1 679,1	12,2%	1 711,1	12,2%	1,9%

Top 10 secteurs en radio 1er semestre 2012 en euros bruts

	Janv à Juin 2012	Evol %
TOTAL RADIO	2 063,7	3,6%
DISTRIBUTION	643,8	8,8%
AUTOMOBILE TRANSPORT	302,1	27,1%
ETS FINANCIERS ASSURANCE	160,9	20,5%
CULTURE & LOISIRS	145,1	-8,8%
INFORMATION MEDIA	109,2	-11,1%
TELECOMMUNICATIONS	108,5	-7,7%
SERVICES	103,1	-4,1%
VOYAGE-TOURISME	87,4	-2,7%
HABILLEMENT ACCESS. TEXTIL	69,5	11,7%
BOISSONS	53,1	23,5%

Activité publicitaire en radio 1er semestre 2012 en euros bruts

Cumul annuel	
Marché publicitaire plurimédia	
evol%	1,2%
2012	13 976 167
2011	13 807 270
PRESSE	
evol%	-1,1%
2012	3 753 825
2011	3 796 508
RADIO	
evol%	3,6%
2012	2 063 718
2011	1 992 863
STATIONS GENERALISTES	
evol%	2,3%
2012	831 184
2011	812 436
STATIONS MUSICALES NAT	
evol%	2,3%
2012	796 120
2011	778 056
PROGRAMMES LOCAUX	
evol%	16,6%
2012	231 408
2011	198 421
TELEVISION	
evol%	4,6%
2012	4 856 745
2011	4 641 909
PUBLICITE EXTERIEURE	
evol%	-7,3%
2012	1 416 863
2011	1 528 124
CINEMA	
evol%	3,1%
2012	174 031
2011	168 801
INTERNET	
evol%	1,9%
2012	1 710 985
2011	1 679 064

CONTACTS



Kantar Media

2, rue Francis Pédrion
78241 Chambourcy Cedex
France.Courtieux
@KantarMedia.com
www.kantarmedia.fr

PRINCIPAUTÉ

L'audience monégasque

Alors qu'elle fête cette année ses 25 ans d'existence, **Riviera Radio**, la Radio de la Côte d'Azur en langue anglaise, continue sa progression et conforte la pertinence de son format unique sur la région. Selon les résultats de l'enquête Médialocales, l'audience cumulée de **Riviera Radio** progresse de **38 %** par rapport à l'année précédente. Riviera Radio confirme également sa prédominance auprès des cadres, dirigeants et CSP+, avec **57 %** de son auditoire composé de ces catégories socioprofessionnelles. "Riviera Radio répond à la fois à la demande



des auditeurs de proximité et d'information locale dans une langue et une programmation musicales universelles" a précisé **Paul Kavanagh** le DG de la station.

Quant à **Radio Monaco**, elle est créditée de **6,5 %** d'Audience Cumulée, ce qui la place dans le peloton de tête du classement, au coude à coude avec les stations françaises **RTL** et **France Info**. L'auditoire



global de **Radio Monaco** représente **16 600** personnes et la radio bénéficie d'un taux de notoriété faisant les **87 %**. "Ces résultats sont le fruit d'une forte identité nationale et d'un programme musical varié" a souligné **Christophe Laury** le DP de **Radio Monaco**.

Actuellement, **29 radios** diffusent leurs programmes dans la Principauté de Monaco. •



**VOTRE RADIO
EST UNIQUE**

**ET VOTRE
HABILLAGE ?**

*21JUN compose et produit
des habillages uniques sur mesure
pour les opérateurs radios francophones*

21JUN
21 JUIN
WWW.21JUN.FR

Chérie fm, France Bleu, BEL RTL, MINT
RTL2, Rire et Chansons, 2M, RTL, TWIZZ
Magnum, One fm, font confiance à 21JUN

LE POINT DE DÉPART D'UNE BONNE RADIO

Harris est le leader mondial en matière de solutions pour la radio. Après tout, nous vous aidons à créer et à transmettre du contenu audio de haute qualité depuis 1922.

Notre gamme complète pour la radio analogique et numérique, prenant en charge DAB/DAB+, DRM et HD Radio™, comprend les marques les plus fiables du secteur : des systèmes audio en réseau PR&E® VistaMax™ à la gamme Intraplex® pour les besoins en matière de liaison STL et de liaison entre différentes solutions, sans oublier nos émetteurs Platinum™ VAX/VLX Band III, DX®/3DX® AM et Flexiva™ FM, qui disposent de la technologie Harris® PowerSmart®.

Une efficacité incomparable qui permet de réduire les coûts de fonctionnement. Les meilleurs professionnels de la radio font appel à Harris pour sa gamme éprouvée de plateformes analogiques et numériques, qui permettent aux réseaux radio du monde entier d'être extrêmement performants.

**Pour en savoir plus, rendez-vous à l'IBC2012, hall 7, stand G20
ou sur broadcast.harris.com/radio.**

DAB DAB+ DRM HD Radio®



harris.com

HARRIS®
assuredcommunications®