

HORS-SÉRIE FRANCE BLEU 2015

# La Lettre.Pro **RADIO** Le Mag



## Reportage En Résidence : chercheur d'infos

À LA BARRE

# CLAUDE ESCLATINE

### Dans l'air du temps

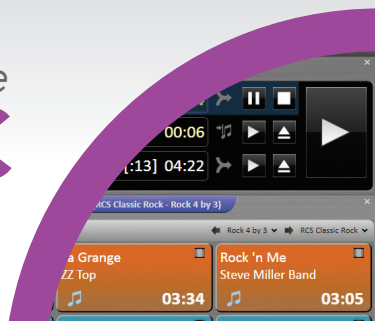


EXCLUSIF

# Harry Roselmack

### “France Bleu m’a appris la débrouille”

# un **DUO** de **CHOC**



# GSelector Zetta

© Copyright 2015 RCS. Tous Droits Réservés. Toutes les marques et logos sont déposés et enregistrés comme propriétés RCS. Toutes les autres marques sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.



Lettre confidentielle  
HORS-SERIE FRANCE BLEU 2015

**Editeur : Editions HF**  
SARL de Presse  
Hors-Série

**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](http://www.lalettre.pro)

**Directeur de la Publication :**  
Philippe Chapot - [pc@lalettre.pro](mailto:pc@lalettre.pro)

**Rédacteur en chef :**  
Frédéric Brulhatour - [fb@lalettre.pro](mailto:fb@lalettre.pro)

**Rédaction :**  
Jean-Charles Verhaeghe,  
Nicolas Goyet, Adeline Rodés

**Secrétaires d'édition :**  
Delphine Lambert, Philippe Chanam

**Conception graphique, mise en pages :**  
Editions HF

**Crédits photos :**  
Page 12 © Anthony Michel - Page 20 © Marie Etchegoyen/M6 - Page 20 © Estelle Hoffert - Page 21, 22, 23 © TF1 - Page 23 © Europe 1 - Autres photos © Christophe Abramowitz - Autres photos © Radio France

**Remerciements :**  
Claude Esclatine et toute l'équipe du réseau France Bleu

**Abonnement**  
Pour la France - 1 an : 400 € TTC  
ou 29,90 €/mois  
papier et numérique

Contact : [redaction@lalettre.pro](mailto:redaction@lalettre.pro)  
Contact Publicité : 05 55 18 03 61  
©2013- reproduction interdite (CFC)

Retrouvez ce hors-série  
gratuitement sur notre appli



COMÉDIE

## Place à l'humour avec Les Chevaliers du Fiel



Déjà quatre ans que du lundi au vendredi à 16h45 Les Chevaliers du Fiel font rire les auditeurs de France Bleu !

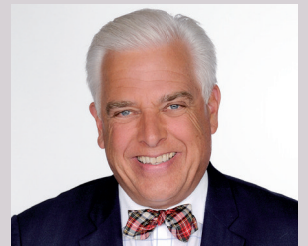
Les aventures inédites de leurs personnages hauts en couleurs, complètement loufoques et pourtant... si proches de notre quotidien. Des personnages que le public retrouvera dans une BD qui sortira ce printemps aux Éditions du Cherche Midi, en coédition avec Radio France.

France Bleu les accompagne également pour leur nouveau spectacle *MUNICIPAUX 2.0*. Après l'énorme carton de *Croisière d'Enfer!*, les Chevaliers du Fiel revisitent leur délirante « Brigade des feuilles » avec une « mise à jour 2.0 » des fameux employés municipaux Christian et Gilbert, aux prises avec une réalité sociale toujours plus explosive et une envie de bosser toujours plus sélective... Feuilles, râteau, quoi de plus rigolo que les municipaux ? 24 représentations uniques et exclusives en Février aux Folies Bergère. •

### VACANCES STUDIEUSES SUR FRANCE BLEU

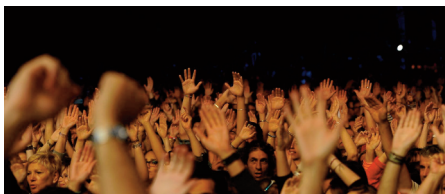
Frédéric Gersal est le Monsieur Histoire de France Bleu. Le temps de l'été, il nous proposera de réviser quelques fondamentaux en français, histoire et géographie... Sous forme d'énigmes, de rappels de règles, de problèmes simples et ludiques, il ouvrira plusieurs fois par jour en juillet et août les devoirs de Vacances France Bleu. Des petits jeux à retrouver sur [www.francebleu.fr](http://www.francebleu.fr) et déclinés bientôt en cahiers de vacances aux couleurs de France Bleu. •

### ... EN BREF ...



MUSIQUE

## La Fête de la musique sur France 2 et France Bleu



France Bleu partenaire de France 2 pour le concert événement « La Fête de la Musique » qui se tiendra cette année à Nice.

L'année dernière, à Montpellier, France Bleu invitait les auditeurs au cœur des festivités avec des émissions en direct des studios de France Bleu Hérault et de la place de la Comédie de Montpellier pour suivre les préparatifs, et la retransmission en direct du grand prime. Un dispositif aussi important que France Bleu renouvellera avec sa station de proximité France Bleu Azur. •

MUSIQUE

## Zaz soutenue par France Bleu



France Bleu est fière d'être le partenaire historique de la jeune chanteuse Zaz. Son dernier album intitulé *Paris* a été récompensé par un triple disque de platine (300 000 albums vendus). France Bleu a accompagné presque quotidiennement la maison de disques Play On dans la promotion de ce nouvel opus : organisation d'un showcase, interview dans *France Bleu Midi Ensemble*, focus dans *Le Mag Musiques* et un superbe concert retransmis en direct depuis le studio 104 à l'occasion de l'inauguration de la Maison de la Radio. Un succès que peut aujourd'hui partager France Bleu avec Zaz. •



## ÉMOTION

## France Bleu aime le cinéma

Succès cinématographique de ce début d'année, *La Famille Bélier* est un film labellisé France Bleu. Concrètement, la radio a soutenu le film dès sa sortie le 17 décembre dernier. Et depuis cette date, le film, 6 fois nommé aux César, a attiré presque 6 millions de spectateurs.

"Nous avons invité l'équipe de France Bleu à voir le film. L'équipe a été enthousiasmée après la projection. Et nous, nous voulions un partenaire enthousiaste. Et comme, en plus, la fin du film a été en partie tournée à Radio France, ce partenariat se justifiait" explique Stéphane Célérier, PDG de Mars Distribution qui distribue *La Famille Bélier*.

Comment s'est traduit ce partenariat réussi ? Par un bel accompagnement : "Le logo de France Bleu avait été associé à une imposante campagne. Le film a bénéficié d'un accompagnement éditorial et d'avant-premières avec toutes les stations sur l'antenne. Plusieurs réunions ont eu lieu entre les deux parties pour définir ce partenariat."

Pour Mars Distribution, qui avait déjà collaboré avec France Bleu, ce partenariat a porté ses fruits même s'il est très difficile de mesurer immédiatement les effets. Pour autant, Stéphane Célérier sait que ce rapprochement aura été efficace : "France Bleu est une radio qui progresse en termes d'audience. Elle est



très puissante en région. De plus, la radio a été un partenaire hyper actif lors de la sortie du film. Nous sommes à la fois très contents et très satisfaits de cette collaboration."

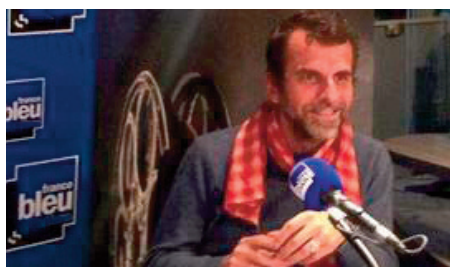
Et il y a de quoi être satisfait : le film a passé la barre des 5,5 millions d'entrées et devrait logiquement s'imposer comme l'un des succès de cette année cinématographique. Ainsi, d'autres partenariats pourraient être envisagés : "pour l'instant non, mais nous en avons envie", avoue Stéphane Célérier. Un producteur heureux. Comme France Bleu.

## SOLIDARITÉ

## La Famille Béliersur France Bleu Basse-Normandie

*La Famille Bélier* doit forcément connaître France Bleu Basse-Normandie ! Il faut dire que le tournage a eu lieu dans la région de Domfront dans l'Orne. Alors, la station locale a minutieusement suivi la naissance et le succès populaire de ce film réalisé par Éric Lartigau.

Pierre Desaint est le directeur de France Bleu Basse-Normandie. Un directeur heureux parce qu'il a été un témoin privilégié des coulisses du tournage de *La Famille Bélier* et également un acteur du succès de ce long métrage. Il faut dire que l'équipe de la locale s'est fortement mobilisée : "Nous avons été très rapidement un relais des avant-premières, dès le mois de septembre, en lien avec les cinémas locaux. Nous avons offert des places, diffusé des reportages et cette interview de Philippe, un retraité du village de Domfront qui n'a pas été retenu pour la figuration mais qui, par contre, l'a été pour interpréter un petit rôle. Nous avons reçu le réalisateur et nous avons fait un pari : si son film dépassait les 2 millions d'entrées, il promettait de revenir nous voir." Alors forcément, avec plus de 5 millions d'entrées, Éric Lartigau est attendu dans les studios de France Bleu Basse-Normandie. Tous les efforts engagés par l'antenne dans le cadre



de la sortie du film ont naturellement incité les auditeurs à le voir : "Oui, car France Bleu a un lien affectif avec son public. Nous sommes prescripteurs dans le cinéma comme dans d'autres domaines. À l'antenne, nous avons assumé notre choix en soutenant le film. Le soutien de France Bleu a été déterminant. Grâce aux interviews, aux interactions sur les réseaux sociaux ou aux micros-trottoirs, nous avons entretenu ce bouche-à-oreille."

Clap de fin ? Pas du tout. Il faut dire qu'en matière de cinéma, France Bleu Normandie maîtrise le sujet. La station de Pierre Desaint est partenaire de plusieurs festivals, dont ceux de Deauville ou de Cabourg.

# ... 4,2 ...

Près de 4,2 millions d'auditeurs écoutent France Bleu chaque jour

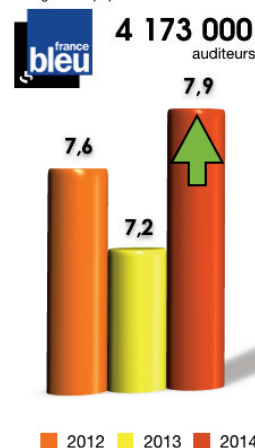
## QUELQUES CHIFFRES

### Vague Novembre/Décembre

#### France Bleu

#### AC - Audience Cumulée

Ensemble des personnes ayant écouté au moins une fois dans la tranche horaire ou la journée (5h-24h), en pourcentage de la population - en Lundi-Vendredi (5h/24h)



■ 2012 ■ 2013 ■ 2014

### Matinale 6H-9H



### 2ème radio de 9h30 à 12h



\*Source Médiamétrie enquête 126 000, Nov-Dec 2014, ensemble des 13 ans et plus, Lundi/Vendredi, 5h-24h

À LA BARRE

# Claude Esclatine voit la vie en bleu



IL L'A DIT...

*"Mes rapports avec Mathieu Gallet et Frédéric Schlesinger sont excellents. Une vraie confiance s'est établie entre nous." ■*

*À la barre du navire France Bleu, Claude Esclatine scrute l'horizon. Le réseau des 44 stations régionales de Radio France a aujourd'hui trouvé sa vitesse de croisière. Pour autant, il ne navigue pas sur une mer d'huile et sans nuages. Il entend bien continuer à surfer sur d'autres bonnes vagues durant cette année 2015 qui sera numérique.*

Le bilan depuis son arrivée à la tête de France Bleu ? "Satisfaisant" plaide l'intéressé. Pour s'en convaincre, il suffit de jeter un coup d'œil sur la dernière 126 000 de Médiamétrie : France Bleu a gagné 369 000 auditeurs en un an et frôle désormais les 8 points d'Audience Cumulée. La station dépasse largement les 4 millions d'auditeurs. "Le réseau s'organise et s'homogénéise", et France Bleu s'inscrit pleinement dans la stratégie de Radio France. À la tête de France Bleu, **Claude Esclatine travaille en lien avec Mathieu Gallet et Frédéric Schlesinger** depuis juin dernier : "Mes rapports avec eux sont excellents. Une vraie confiance s'est établie entre nous. Le président est jeune, extrêmement déterminé, l'a largement démontré depuis son arrivée. Avec lui, Radio France va connaître une évolution importante, profonde et nécessaire" affirme, confiant, le directeur.

Claude Esclatine connaît aussi toute l'attention portée par le PDG à France Bleu, et à "sa dimension populaire et régionale" : "France Bleu est une pièce significative de la stratégie de Radio France et de Mathieu Gallet, pour les prochaines années." Finalement, les 4,2 millions d'auditeurs fidélisés ne sont qu'une mise en bouche avant la mise en jambes : "On peut et on va encore rêver mieux. Les résultats sont prometteurs, fruit d'un travail de plusieurs années d'une équipe, installée dans toute la France, consciencieuse, structurée, avec un enthousiasme jamais démenti."

## FRANCE BLEU "STIMULÉE" PAR LA CONCURRENCE

"Elle nous stimule considérablement ! Que ce soit toute l'équipe de managers autour de moi, les sept délégués régionaux ou les 1 600 collaborateurs du réseau France Bleu (à qui je rends hommage), la concurrence nous stimule. Nous ne vivons pas en vase clos. Nous travaillons dans un environnement concurrentiel, que ce soit avec les stations de Radio France ou avec les concurrents privés comme RTL. Le challenge est quotidien." ■



## IL L'A DIT...

"Nos auditeurs sont d'une générosité et d'une solidarité qui me bluffent ! C'est un véritable bonheur d'être le patron de France Bleu, d'être l'animateur d'une aussi vaste équipe, de collaborateurs impliqués et fiers de défendre les couleurs de leurs régions. Et, en plus, vous n'imaginez pas combien c'est une « famille » formidable..." ■

## TROIS PILIERS : INFO, SERVICE ET DIVERTISSEMENT

Si Claude Esclatine sait rendre à César ce qui appartient à César, il n'entend pas camper sur les acquis. Il sait que le virage numérique sera incontournable : "Arrivé en juin 2014, j'ai joué la carte de la stabilité et de la consolidation. Cette stratégie est payante, car aujourd'hui nous avons atteint les audiences, les cibles et les territoires qui nous intéressent. Pour autant nous avons plusieurs projets d'évolution." **Pour y parvenir, France Bleu a de nombreux atouts** : un réseau de 44 stations qui couvre 85% de la population française : "C'est une martingale extraordinaire : une généraliste classée comme telle avec de l'information. Une radio de services. Enfin, une radio de divertissement et de musique. C'est le dosage assez subtil de ces 3 ingrédients qui a construit France Bleu." **Une programmation musicale grand public et une information exigeante ?** "Oui, avec d'abord un positionnement clair. Nous sommes populaires au plein sens du terme, délibérément orientés vers les classes moyennes. Ni élitistes ni excluants. Nous nous adressons à toutes les populations. Je le constate chaque fois que je me rends en régions, je suis impressionné par la diversité de notre public. C'est un bonheur !"

**Claude Esclatine sait aussi qu'il peut également compter sur les 380 journalistes qui couvrent l'ensemble du territoire.** "Notre information vue du coin de la rue jusqu'au bout du monde, au plus proche des préoccupations des gens, mais aussi le principal de l'actualité nationale et internationale. Pour cela, nous confortons la puissance des chaînes de Radio France, à qui nous fournissons, en retour, une riche information régionale."

## NUMÉRIQUE : LA SECONDE ANTENNE

Claude Esclatine s'est attelé aux fondations de la maison et à ses murs porteurs : "Il y a des progrès à faire sur certaines tranches particulières. Moderniser le style, le ton, la rythmique et la musicalité de l'antenne. Bientôt 2016 : il faut que nous soyons adaptés à notre époque. Ensuite, il y a notre présence en régions. Nous sommes insuffisamment actifs dans certaines grandes villes, mais aussi dans beaucoup d'agglomérations moyennes. C'est là qu'il y a un potentiel d'audience. Notre public est péri-urbain, ou « rurbain ». C'est ce public que nous devons conserver", analyse Claude Esclatine.

**Parallèlement, il y a le défi du digital.** Et sur ce point, l'ancien PDG d'Allociné est aussi intarissable qu'intraitable. Le cap est tracé et il y a peu de chances qu'il change son fusil d'épaule : "Le digital ne se substituera pas à la FM et à la diffusion en broadcast. Il sera complémentaire, avec l'écoute via les réseaux sociaux, les smartphones, les tablettes. J'ai décidé la refonte complète du site internet de France Bleu, des applications mobiles et de notre présence sur les réseaux sociaux. Notre ambition est de générer un complément d'adhérents aux valeurs de France Bleu. Nous serons opérationnels au second semestre."

## NOUVELLE GÉOGRAPHIE

Pour concrétiser sa stratégie, Claude Esclatine mise sur le prochain COM (Contrat d'Objectifs et de Moyens), sa feuille de route pour les 5 prochaines années. **Premier objectif : le maillage du territoire.** "Il faut redessiner la carte territoriale de France Bleu pour les 3 années à venir. Il y a encore des endroits où ne nous sommes pas présents : dans le département du Rhône et, tout particulièrement, à Lyon, la grande région Midi-Pyrénées, et deux ou trois autres zones. Notre mission de service public impose d'être partout. Beaucoup d'élus locaux nous rappellent que les citoyens payent leur redevance et qu'il n'est pas normal qu'ils ne puissent pas bénéficier de France Bleu. Je travaille sur cet axe, d'autant que les lois votées en 2014 pour la définition des 13 nouvelles régions et des 12 nouvelles grandes métropoles nous obligent à nous remettre en question.

Claude Esclatine sait qu'il faut réfléchir à adapter rapidement la gouvernance de France Bleu. •

# L'abécédaire musical de Dominique Bourron



DOMINIQUE BOURRON LE "MONSIEUR"  
MUSIQUE DE FRANCE BLEU

**Délégué à la musique du réseau France Bleu, Dominique Bourron a mille enthousiasmes à partager. La musique est intimement liée à l'ADN de la chaîne, et il sait fort bien en parler. Portrait d'une passion, de A à Z.**

**A... comme Artistes.** "Nous choisissons les plus grands, pour les auditeurs. Dion, Obispo, Pagny, Bénabar, Niclo, Fiori, Zaz, Chimène : avec eux (et beaucoup d'autres), nous tissons des liens privilégiés. Tous ces artistes sont arrivés ces dernières années pour construire l'identité musicale du réseau. À une grande radio, il faut de grands artistes, pour de grands auditeurs."

**B... comme Base musicale.** "C'est surtout un travail de tous les jours et de tous les instants. Le principe que nous défendons, c'est d'être une radio dans l'air du temps. Toujours. Avec 60% de chanson française et 35% de nouveautés."

**C... comme la Compil des Talents France Bleu.** "Nous en sortons deux volumes par an qui rencontrent un vrai succès. L'un pour la fête des

Mères, l'autre pour la soirée des Talents France Bleu. Chaque édition est une photographie de notre programmation, et tous les talents qui nous accompagnent. Avec 40 000 exemplaires vendus, c'est aussi pour nous une très belle visibilité."

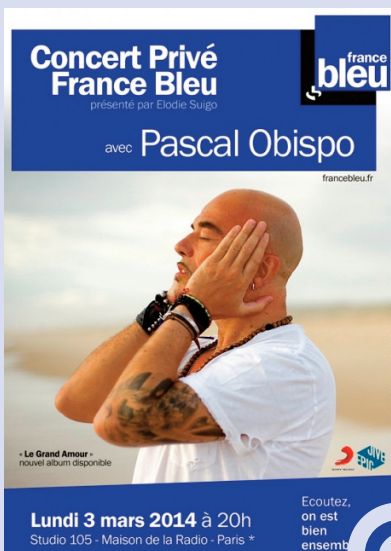
**D... comme Dénicheur.** "Nous devons constamment repérer ceux qui seront les Talents de demain. Le travail de terrain est un atout majeur. Nos équipes n'hésitent pas à nous faire remonter toutes les informations sur les artistes avec lesquels ils travaillent au quotidien. Actuellement, nous avons un coup de cœur pour Vianney qui bénéficie déjà d'une forte exposition sur le réseau et avec lequel nous avons fait un concert privé."

**E... comme Enregistrements.** "Chaque mois, nous enregistrons quatre concerts privés. Avec quatre artistes majeurs, plus une découverte, un jeune talent."

**F... comme Français.** "Nous diffusons plus de 60% de chansons d'expression francophone sur nos antennes chaque jour."

## IMAGE

# France Bleu soigne ses artistes



**Le manager de Pascal Obispo connaît parfaitement le monde de la radio et ses arcanes. Christophe Sabot a longtemps présidé aux destinées de nombre de radios et TV musicales (Europe 2, RFM, Virgin, et Virgin 17, puis NRJ Group et ses médias musicaux). Lorsqu'il s'agit de choisir une radio partenaire pour le lancement d'un album, il sélectionne en connaissance de cause.**

"Lorsque vous sortez un album, vous devez choisir un média pour accompagner et propulser cette sortie. Et nous, nous avons placé France Bleu en tête de liste." Pourquoi ? Pour trois raisons objectives, selon le manager. "D'abord, parce que nous sommes en adéquation de cible.

L'univers musical de France Bleu est cohérent avec Pascal Obispo. On retrouve dans sa programmation beaucoup d'autres artistes de la même génération."

Mais ce n'est pas tout. Un album, c'est une histoire, c'est un cheminement, selon Christophe Sabot. "Un album doit idéalement pouvoir être exploré sur une certaine durée. Et après la sortie et le lancement de l'album vient le moment de la tournée. Nous allons donc vivre ensemble, le partenaire et nous, pendant au moins 18 mois. Il faut une équipe qui ait de la constance, des valeurs et du discernement, pour construire une relation de fidélité. Nous trouvons tout cela à France Bleu."

**G... comme Golds.** "Ils représentent 60% de la programmation de notre réseau. Plus de la moitié de ces golds sont issus des années 2000 à aujourd'hui."

**H... comme Hallyday.** "Nous aimerions faire un concert privé avec lui. C'est l'un des grands avec lesquels nous n'avons pas fait d'événement live. Pour Johnny, deux hypothèses : soit monter un spectacle à la mesure de ce qu'il est – puissant – ou, au contraire, lui proposer la carte de l'intimité."

**I... comme Indila.** "Indila, c'est LA découverte de 2014. Elle a d'ailleurs reçu le Talent Découverte France Bleu 2014. Nous y avons cru dès le départ et nous l'avons défendue toute l'année."

**J... comme Julien Doré.** "C'est un artiste incroyable, envoûtant par son univers, sa musique et sa présence scénique. Pour toutes ces raisons, les équipes du réseau lui ont décerné le Talent France Bleu de l'année."

**K... comme Kendji Girac.** "Lui, c'est LE phénomène. Ce qui lui arrive est incroyable et rarissime. Un succès colossal, totalement inattendu, pour un garçon qui est d'une très grande gentillesse, d'une très grande simplicité. Une anecdote qui en dit long : en décembre, il a voulu comme tous les ans faire ses courses de Noël au centre commercial de Périgueux, où il a des attaches. Il a créé une émeute. Il a enflammé la scène des Talents à Saint-Étienne."

**L... comme Label.** "Aujourd'hui les labels, les grandes Majors connaissent et reconnaissent le travail de France Bleu autour de la musique."

Tout commence par une chanson, un refrain qui nous accroche ou pas... suivi de partage, d'échange, de sélection et d'un accompagnement fort sur des projets que nous avons sélectionnés. Une vraie confiance réciproque basée sur le respect."

**M... comme Musique.** "Nous sommes une généraliste populaire. Nos auditeurs doivent chanter en nous écoutant. Notre programmation rassemble toutes les générations. Nous y entendons un titre de Florent Pagny suivi de Pharrell Williams, les Daft Punk ou encore un succès de Vincent Niclo."

**N... comme Nouveautés.** "France Bleu est la radio adulte qui diffuse le plus de nouveautés sur ses antennes. Elles représentent 35% de la programmation et nous positionnent très clairement comme une radio dans l'air du temps."

**O... comme Obispo.** "C'est un artiste majeur. Nous sommes contents et surtout fiers qu'il nous ait fait confiance. C'est un vrai partage : voilà maintenant deux ans que nous travaillons en partenariat. Deux années que nous n'avons pas vu passer. C'est un artiste généreux."

**P... comme Partenariats.** "C'est un vrai engagement réciproque. Nous nous inscrivons systématiquement sur la durée avec les artistes, on ne pousse pas qu'un seul titre, nous défendons tous les singles d'un album. Nous

accompagnons l'artiste sur le terrain. Nous pratiquons la fidélité : on dit ce qu'on fait, et on fait ce qu'on dit."

**R... comme Régions :** "Le Live Aquitain, l'Aiolive, Les Talents de l'Ouest et bien d'autres... Toutes ces émissions musicales live nous permettent de mettre en avant les artistes locaux et régionaux, dénicher les talents de demain. De cette façon nous travaillons la proximité sur la musique."

**S... comme Studio 105, 104 :** "Quelle chance nous avons d'être à Radio France et d'avoir des moyens d'une telle qualité. Un outil de travail incroyable pour nos concerts privés, et surtout, des équipes hors pair au service de la musique."

**T... comme le concert des Talents France Bleu :** "En 2014, nous l'avons organisé à Saint-Étienne. Cet événement représente plus de 6 mois de travail. 6 artistes sont sur scène avec leurs musiciens, plus de 200 personnes (dont une centaine de techniciens) travaillent sur la soirée... Un énorme show à produire, offert à près de 7 000 spectateurs. Et on le fait nous-mêmes !"

**U... comme Unité :** "France Bleu, c'est 44 locales, 44 responsables des programmes, près de 100 programmeurs sur Selector et un travail commun autour d'une base musicale et d'une playlist unique pour obtenir une programmation unifiée."

**V... comme Ventes.** "En 2014, les artistes en partenariat avec France Bleu ont vendu au total plus d'un million et demi d'albums. Un record !"

**W... comme Web.** "Notre offre est en plein renouveau, nous y travaillons. Dans nos concerts, nous tournons de très belles images, pas assez utilisées. Notre objectif : plus de vidéo et plus d'interactivité sur le site Web."

**XY... comme génération XY.** "48% des auditeurs sont des hommes et donc 52% des femmes."

**Z... comme Zaz.** "L'un des piliers de notre programmation. Depuis 5 ans, nous la suivons et elle nous fait confiance. C'est une grande fierté : son dernier album, Paris, a été vendu à plus de 350 000 exemplaires. C'est aujourd'hui l'une des plus grandes artistes françaises : elle triomphe au Japon, en Allemagne, en Amérique du Nord et en France avec France Bleu... Nous sommes fidèles et fiers !" •

## POUR OBISPO : FRANCE BLEU, UNE ÉVIDENCE

Le troisième critère de choix selon Christophe Sabot est évidemment celui du maillage géographique. "Pour la diffusion de l'album, pour promouvoir l'album et la tournée, France Bleu possède un considérable atout avec son réseau de puissantes antennes régionales."

C'est fondamental pour un artiste d'aller à la rencontre de son public. Ce qui nous permet aussi d'organiser des émissions locales, des directs des salles de concert, des after-shows, des invités... de faire vivre l'événement, en résumé. Et tout le monde s'y retrouve.

Bref, pour Pascal Obispo, France Bleu a été une évidence. "Si l'on a le choix, ils fournissent les meilleurs arguments. D'autant que ces trois grandes bonnes raisons de les choisir en amènent une autre : avec Éric Sorek et Dominique Bourron, les relations sont d'une grande intelligence. Il est simple et agréable de travailler avec eux." •



**Le Kiosque Radio**

Consultez ce numéro sur iPad  
www.lekiosqueradio.fr

**TOUJOURS PLUS FIERES**



**21 Juin**  
21 JUIN  
P R O D U C T I O N

**D'HABILLER VOS RÉGIONS**

**Plus d'info, contact : [21juin.fr](http://21juin.fr)**





ERIC SOREK : "NOUS TRAVAILLONS EN PERMANENCE SUR LA COULEUR DU PROGRAMME."

## SAINT-ÉTIENNE : RÉCIT D'UNE NAISSANCE

Jean-Lou Philippe est un homme d'expérience. Ses débuts à Radio France datent de 1987. Il a écumé plus de 11 locales, et France Bleu Saint-Étienne Loire (créée le 9 septembre 2013) est son troisième poste de directeur. Autant dire que France Bleu est une maison qu'il connaît bien.

C'est donc à lui qu'est revenue la délicate mission d'aller construire un auditoire à une radio qui n'existait pas à Saint-Étienne. "Bien avant les premières émissions, une grande campagne de communication avait prévenu les auditeurs de notre arrivée." Mais pour Jean-Lou Philippe, cette campagne de communication, nécessaire, aurait pu rendre dangereux un lancement qui n'aurait pas été à la hauteur. "Nous avons créé une belle vitrine, et c'était important. Mais ensuite, lorsque les gens entrent, il ne faut pas les décevoir ! Vous savez, une radio ultra-vendue où il n'y a rien est toujours moins efficace qu'une radio juste bien vendue... où il y a beaucoup !"

Jean-Lou a pu le vérifier. La marque France Bleu est forte. "Il y avait une demande. Les gens nous ont souvent témoigné leur satisfaction à nous voir – enfin – arriver. Ils voulaient LEUR France Bleu."

Mais une réputation, ça se forge. Alors il a fallu très vite travailler sur les grands fondamentaux de la marque. Le service, le vivre ensemble, la locale, le terrain. "Il ne faut pas se loupier. Mais avec l'expérience, et grâce à l'équipe, nous sommes en train de nous construire un auditoire. On n'a pas le sentiment de n'être ici que depuis 1 an et trois mois. Très vite, les auditeurs ont été là. En ce moment, je vous parle et il y a 15 centimètres de neige dans la rue. Nous sommes sur la brèche. Le standard sonne. Les auditeurs nous appellent et contribuent. La marque est puissante, elle a du sens, c'est nouveau et ça marche d'autant mieux. Mais maintenant, nous avons à accomplir un travail de conquête

## PORTRAIT

# Éric Sorek : vivre ensemble

*Palier après palier, le réseau continue de conforter son audience. Saison après saison, la radio conquiert et fidélise de nouveaux auditeurs, qui viennent y chercher ce que les autres grandes généralistes ne lui donnent pas forcément. La recette ? Le sourire, la complicité, la proximité géographique et affective... Éric Sorek, le directeur des antennes, des programmes et de la musique, poursuit une stratégie basée sur d'imperceptibles réglages obstinément ajustés.*

Encore un record d'audience fin 2014. **France Bleu séduit, recrute, fidélise.** Éric Sorek ne fanfaronne pas pour autant. Pas le genre. "Nous travaillons en permanence sur la couleur du programme. Plus de sourire, plus de proximité avec les auditeurs... Et un ton chaleureux et rassurant."

Toujours et encore, il faut poursuivre l'effort. **L'audience d'une radio fonctionne par strates.** Elles se superposent. Les efforts à fournir sont toujours plus importants pour séduire de nouveaux auditeurs. D'autant qu'il ne faut surtout pas décevoir les fidèles en dénaturant le produit. **Mais il faut en recruter de nouveaux en démontrant que ce produit est fait pour eux.** Pas simple.

## UNE RADIO "FEEL GOOD"

"Nous devons tous les jours aller chercher les auditeurs un par un pour leur faire goûter notre programme. Nombreux sont ceux qui ont des idées reçues sur France Bleu... alors qu'ils ne l'écoutent pas, ou qu'ils l'ont écoutée il y a longtemps... Tenez, sur la programmation musicale, par exemple. La musique est fondamentale chez nous puisqu'elle représente plus de 50% de notre programme. Elle évolue en permanence, elle doit être moderne, un vrai reflet de l'air du temps. Nous diffusons aujourd'hui des titres ou des artistes, comme Christine and the Queens, les Daft Punk, qui ouvrent le format. Notre cible est prête à les entendre. Il y a deux ans, ce type de choix aurait été impossible."

**France Bleu est une radio tournée vers l'avenir.** "Nous sommes fiers de notre auditeur type : une femme de 58 ans. Mais n'oublions pas

que 56% de nos auditeurs ont entre 35 et 59 ans. Nous travaillons tous les jours pour séduire et convaincre plusieurs générations et recruter de nouveaux auditeurs.

## IMMERSION

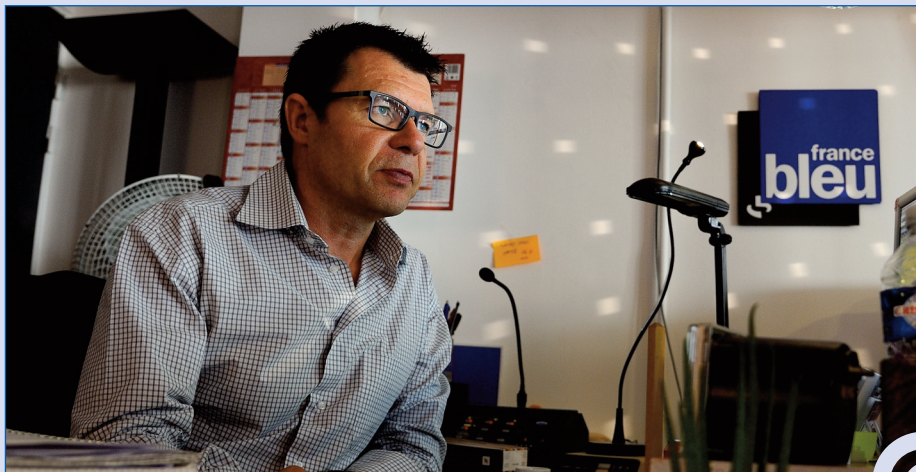
La saison précédente, Éric Sorek, ses proches collaborateurs, et toutes les équipes du réseau avaient travaillé sur une nouvelle écriture des matinales, pour recruter des actifs en situation de mobilité. "Il fallait que la promesse soit exprimée toutes les 20 à 30 minutes : offrir un regard à nos auditeurs qui aille du coin de la rue à l'autre bout du monde. Avec un rythme plus soutenu sur l'info." Pari tenu. Les matinales ont recruté et la durée d'écoute a augmenté.

À l'avenir, **l'objectif est d'aller encore plus loin.** De conserver les très fortes performances que réalise France Bleu sur la matinale et la matinée (80% de l'audience !).

"Les idées remontent en permanence des stations pour encore mieux travailler le bien vivre ensemble qui nous caractérise. Être bien ensemble dans sa ville, dans son quartier... C'est une question fondamentale. Nous devons aller plus au cœur de la ville, plus aller dans les quartiers. La cuisine est chez nous une thématique forte : elle devrait nous le permettre naturellement et avec le sourire."

**Et tout ça en allant sur le terrain, toujours pour convaincre les auditeurs un par un.** "L'exemple de Saint-Étienne est éloquent. (Voir l'encadré) Créée le 9 septembre 2013, la radio est écoutée par 20 000 auditeurs. L'équipe s'est immergée sur le terrain en permanence. Et elle a même rempli un Zénith de 7 500 places en octobre pour la grande soirée des Talents France Bleu !" •

# Le grand horloger de la "Maison Bleu"



## BIO EXPRESS

Christian Denis-le-Sève a fait l'essentiel de sa carrière à France Bleu. Il fête cette année ses 29 ans de Radio France. Il était déjà à Radio Bleu avant la naissance du réseau France Bleu. C'est dans ce lointain ancêtre du réseau des locales de Radio France que Christian a pu mener toutes les expériences possibles. "C'était la première radio de Radio France à être entièrement numérisée !" Il est depuis 2012 délégué à l'antenne et à la production. L'architecture complexe, la dentelle technologique qui permet à France Bleu d'être au plus près de ses auditeurs, c'est en grande partie son œuvre. "C'est une grosse pieuvre", sourit-il. ■

*Il existe, nous l'avons rencontré. Le grand horloger de France Bleu est un homme qui jongle, à la seconde près, sur une architecture spatio-temporelle d'une complexité qui terrifierait même les frères Bogdanov. Il commande à une armée de robots en émettant des sons inaudibles pour l'oreille humaine. Christian Denis-le-Sève est le patron de la mécanique d'antenne. Le temps et l'espace sont sous sa responsabilité. Et sa galaxie compte 44 systèmes autonomes mais... interdépendants.*

Le grand balai des contenus s'articule en temps réel sous sa houlette. Des contenus qui se croisent, qui montent des stations régionales vers Paris, d'autres qui redescendent, mais pas forcément partout. Une station voudrait décrocher dans une tranche nationale. Le national voudrait gratouiller une ou deux minutes de rab à cause d'une actu chaude. C'est possible ? Oui ? **Comment fait-on pour les 44 stations ?** Et le jingle d'entrée ?

## ASTUCES

# La technique de Marie-Christine



*Elle veille comme une louve sur tout un tas d'appareils : des consoles, des serveurs, des ordinateurs. Rangés au cordeau, les flightcases se tiennent au garde-à-vous en attendant le prochain direct. Elle connaît chaque diode, ampoule, ou potentiomètre. Son boulot : veiller à ce que tout fonctionne et anticiper tout problème. Marie-Christine Vessely est la responsable technique de France Bleu Saint-Étienne-Loire.*

France Bleu Saint-Étienne-Loire, la petite dernière du réseau, Marie-Christine l'a vue naître. Techniquement. "J'étais là en avril 2013. J'ai vu arriver le matériel. Les serveurs, je les ai tous vu s'animer un par un. Tout ce qui a été installé ici, je l'ai porté à la main." France Bleu

Saint-Étienne-Loire, Marie-Christine en est un peu... "l'aiguilleuse".

Une femme responsable technique ? Et pourquoi pas ? "C'est un milieu un peu macho, mais... ça fonctionne très bien. Et puis... je ne suis pas spécialement une militante." Marie-Christine n'est pas une militante, c'est une passionnée. Ce métier lui est littéralement tombé dessus il y a une trentaine d'années, alors qu'elle faisait un tout autre métier. Un coup de foudre en voyant des "tekos" bosser dans un studio. "J'ai décidé de passer un concours de Radio France. C'était en 1981. J'ai été prise et je suis allée à l'INA apprendre les bases du métier."

Et la raccro de sortie ? Voilà le genre de questions auxquelles il doit répondre en temps réel. "France Bleu, c'est l'un des réseaux qui possèdent le plus de points d'entrée et de sortie", résume-t-il. Exemple : nous sommes en pleine tranche nationale. Vous êtes à Lille, et France Bleu vous chante "France Bleu Noooooord". Mais vous vous téléportez à Limoges, et, au même moment, le jingle vous chante "France Bleu Limousiiiiinnnn". Voilà tout le travail de Christian Denis-le-Sève.

## UN INFRASON PLANQUÉ DANS LE PROGRAMME

Car ce qui a déclenché la diffusion de ce jingle, c'est un infrason planqué quelque part dans le programme, et qui a commandé, partout en France, des relais robots qui ont instantanément décroché pour 20 secondes dans leur zone. Les jingles ont été produits par Christian Denis-le-Sève. Les voix d'antenne ont été drivées par Christian Denis-le-Sève. L'infrason a

été planqué par Christian Denis-le-Sève. L'horaire et le timing précis de diffusion de ces éléments sonores sont calibrés par Christian Denis-le-Sève. **Avec une machine aussi exigeante que France Bleu, il est indispensable d'être précis :** "Une autopromo fait 20 secondes ? Oui, mais non. En réalité, une autopromo fait exactement 19" et 90 centièmes. Et elles doivent toutes absolument faire la même durée."

Et pour cause, il est hors de question que telle ou telle radio déborde, que le natio et le régio s'emmêlent les pinceaux, que les contenus bégayent. Pour que les choses soient claires et précises, **Christian envoie à tous un tableau très précis avec tous les repères utiles.** "Par exemple, entre 12h et 13h30, le national a la main. Mais si le local a besoin de prendre l'antenne dans cette tranche, c'est tout à fait possible : à 12h15, il y a une fenêtre de 20". À 12h28, il y a une autre fenêtre de 40". Certaines radios (comme France Bleu 107,1 à Paris) utilisent ces espaces pour donner l'info-traffic. D'autres les utilisent en autopromo de programmes locaux.

## 2 000 FICHIERS INFORMATIQUES À ORDONNER CHAQUE JOUR

La routine est cadrée, bordée, calculée, verrouillée. Mais l'exceptionnel ? "Tout est possible. Par exemple, si un journaliste surgit dans mon bureau en me disant que son flash national sera plus long que prévu d'une minute : je peux trouver une solution." Et le pire, c'est que ce genre de petit casse-tête a l'air de le réjouir. "Je suis le garant de la fluidité et de la mécanique de l'antenne. Une journée type d'antenne, ce sont 2 000 fichiers informatiques qui doivent être juste placés dans le bon ordre."

Des fichiers qui sont, entre autres, des jingles ou des promos. "J'enregistre les voix pour les 44 stations. J'ai trois comédiens, dont la voix d'antenne principale, celle d'Alain Gazal, qui enregistre chaque semaine des centaines de messages."

Il n'y a pas de routine pour Christian. "Si les journées commencent toutes de la même façon, il n'y en a jamais une qui ressemble à une autre." Il est central dans l'organisation, et même géographiquement : "Je suis installé en plein milieu de tout le monde. Pour être accessible en temps réel aussi bien aux animateurs qu'aux journalistes." •



MARIE-CHRISTINE VESSELY A LITTÉRALLEMENT "MONTÉ" FRANCE BLEU SAINT-ÉTIENNE—LOIRE. TECHNIQUEMENT, PIÈCE PAR PIÈCE, SERVEUR APRÈS SERVEUR.

## ON CHOUCHOUTE LE MATÉRIEL

Aujourd'hui, à 57 ans, elle a 33 ans de Radio France. "J'ai commencé par RFI en 1982, j'ai beaucoup travaillé à Paris. J'ai fait Culture, Musique, France Info et France Inter. J'ai été 18 ans chef opérateur du son. J'ai bossé dans toutes les chaînes... tout en me disant que les locales étaient ma destination. Et j'ai commencé dans la Drôme." Des locales, Marie-Christine en a fait 4. Avec toujours autant de plaisir. "J'aime ce travail. Nous sommes la base, le socle technique qui porte toute une activité. Notre travail, c'est de faire en sorte que tout soit toujours parfaitement opérationnel pour les besoins des équipes d'antenne. Pour que la radio atteigne ses objectifs. Alors on chouchoute, on suit, et surtout, on devance tous les problèmes possibles."

## TOUJOURS ANTICIPER

Marie-Christine encadre une équipe de 6 techniciens. Ils réalisent les émissions, "ils sont les premières oreilles du programme, ils sont les garants du temps. Les niveaux, la qualité de la

matière sonore, les décros, les raccros..." Mais ce n'est évidemment pas tout. "C'est aussi mon équipe qui s'occupe de la production (les teasers, les promos, le calibrage des pubs, le façonnage...). Sous les consignes du responsable des programmes." Au-delà de ça, il y a bien entendu la maintenance du matériel, qu'il s'agisse de l'audio, de l'informatique, du hardware.

C'est aussi son service qui s'occupe d'installer les studios extérieurs, de l'assistance en temps réel des utilisateurs, de la diffusion, bien entendu, et du web. Marie-Christine se réjouit d'être arrivée à Saint-Étienne-Loire. "La direction m'a fait un vrai cadeau en acceptant ma candidature. Ils m'ont aussi laissé opérer moi-même mon recrutement." Un recrutement qui est aussi pour elle synonyme de responsabilité : "C'est aussi ma responsabilité de faire grandir et de former mes équipes !" Une règle qu'elle ne cesse de s'appliquer à elle-même, constamment à l'affût des toutes dernières nouveautés techniques. Pour apprendre, encore et encore, et surtout toujours anticiper. Déformation professionnelle. •

ON AIR

# Une vie en décalage horaire

**"UN SACERDOCE ?  
NON, UN CHOIX"**



Florence Pérusin donne chaque matin la réplique à Dominique Bourdot dans la matinale girondine. Son parcours ressemble beaucoup à celui de son collègue et à celui de beaucoup d'autres, d'ailleurs.

Sortie en 1999 de l'école de journalisme du Celsa après Sciences-Po Toulouse, Florence a découvert que la radio, c'était franchement son truc à l'occasion d'un stage à France Bleu. Rentrée par la voie royale du stage, elle n'a jamais plus quitté la maison. "Je suis devenue pigiste, puis je suis entrée au planning en 2001. J'y suis restée 5 ans avant, moi aussi, d'être embauchée à La Rochelle."

Pour elle, comme pour tous les matinaliers du monde, avoir la chance d'accompagner les auditeurs pour leur petit déjeuner est un honneur qui se mérite. "Faire le morning nécessite une hygiène de vie hyper stricte. Surtout lorsqu'on a 38 ans, comme moi, sourit-elle. Il y a quelques années, j'aurais encore pu m'autoriser quelques écarts... Un resto entre amis, une soirée un peu plus tardive... Maintenant, c'est hors de question, il faut être sérieux. Le soir, c'est dodo à 21 h, et surtout pas après... ou je le paye très cher."

D'autant que Florence est aussi maman. "Mais pour la vie familiale, au contraire, c'est idéal. Mon petit bout de chou a juste trois ans, et je passe beaucoup de temps avec lui l'après-midi."

Alors, un sacerdoce, la matinale ? "Non, c'est pour le moment un vrai choix. Je ne laisserais ma place pour rien au monde ! Et puis il y a un vrai confort à travailler à France Bleu. Mon binôme avec Dominique est aussi un véritable plus : nous nous connaissons très bien, nous savons communiquer par gestes. Une mimique ou une attitude nous suffisent pour nous comprendre. Nous sommes complices et c'est aussi ce que nous offrons à nos auditeurs." ■

**Dominique Bourdot et Florence Pérusin sont les deux jambes d'un seul corps : ils sont respectivement l'animatrice et la journaliste du 6h-9h de France Bleu Gironde. La reine des tranches de la radio est aussi celle qui demande le plus d'engagement. Une hygiène de vie d'athlète de haut niveau, une vie sociale limitée à sa plus simple expression, mais une audience puissante, et un rapport privilégié avec l'auditeur. Ça vaut la peine.**

Dire que Dominique Bourdot est un lève-tôt est un doux euphémisme. Dominique Bourdot, anchorman et matinalier de France Bleu Gironde, se lève tous les matins à... 2h. Oui, vous avez bien lu : 2h. "Je me lève à 2h parce que je ne sais pas préparer la veille. Je n'aime pas ça. Alors j'arrive à la radio à 3h, et je prépare tout mon contenu jusqu'à 6h."

Trois heures de préparation : autant dire que Dominique ne laisse rien au hasard. "Et je peux même vous dire que parfois, ces trois heures sont un peu trop courtes. J'écoute absolument tout. Je cadre, je calibre, je modifie. Je prépare un fil rouge avec les auditeurs : ils interviennent en direct chaque matin, au cœur du flux, sur un sujet d'actualité. Il vaut mieux que je maîtrise parfaitement la rythmique et le timing..."

## VOS NUITS SONT LEURS JOURNÉES

Dominique Bourdot est un enfant du pays. Né à Arès, sur le bassin d'Arcachon, voilà 12 ans qu'il a rejoint la famille France Bleu. "J'ai fait, comme tout le monde, mon compagnonnage. J'ai ainsi fait 25 locales en CDD. Et j'en garde un excellent souvenir." Un pied dans la maison, il se voit en plus proposer les matinales du week-end d'Inter, en 2004. "J'ai été intégré à France Bleu en 2007 à La Rochelle. Et Girondin d'origine, j'ai pu revenir à Bordeaux pour prendre la matinale en septembre 2013. J'avais surtout fait des matinales dans mes années de planning."

Autant dire que le rythme était pris. Une bonne décennie à vivre en perpétuel décalage horaire. C'est quoi, d'ailleurs, une vie de matinalier ? "C'est un chouia monacal, il faut bien le reconnaître", sourit Dominique. Un rythme de vie qu'il faut installer dans la durée. Où les nuits sont des journées, où les soirées sont des nuits. Avant France Bleu, que faisait-il ? "J'étais

consultant en marketing ! J'avais fait des études de communication. Je n'avais plus touché un micro depuis plus de 12 ans..." Le problème, c'est qu'avant cette carrière Dominique avait été biberonné à la radio. Étudiant, il avait écumé, comme beaucoup, des radios locales, puis régionales, et même nationales. "Oui, j'avais fait Wit à Bordeaux, puis Fun à Paris, dans les années Doc et Difool..."

## RETOUR AUX SOURCES

Et tout le monde le sait : la radio est un univers que vous ne quittez jamais vraiment. Lorsque vous touchez à un micro un jour, vous êtes cuit. Elle vous attend, tapie dans l'ombre, attendant la première occasion pour vous rattraper. Cette occasion s'est produite un beau jour dans le Périgord. Un jour où une amie lui indique que France Bleu recherche pour un dépannage un animateur du week-end. Dominique y est allé, et c'est comme s'il n'avait jamais quitté le micro. Il est retombé, et avec le sourire.

Tout plaquer pour mieux revenir, ça ne manquait pas de panache. Mais cette éclipse de 12 ans lui a permis de revenir en radio enrichi par bien d'autres expériences, le regard affûté par une autre vie, sur un tout autre terrain. "C'est cette expérience dans la communication et le marketing qui a affûté ma sensibilité à l'info." Sensibilité précieuse pour sa complice journaliste matinalière Florence Pérusin (voir l'encadré) avec laquelle il construit chaque matin un morning où l'info est reine. •



**DOMINIQUE BOURDOT SE LÈVE CHAQUE MATIN À... 2H POUR AVOIR LE TEMPS DE PRÉPARER SA MATINALE.**

## LIBRE ANTENNE

# Vanessa Lambert nous dit tout



VANESSA LAMBERT DONNE LA PAROLE À SES AUDITEURS, CHAQUE SOIR ENTRE 21H ET 23H.

*La jeune femme vient de poser ses valises dans la tranche du 21h-minuit. Une émission intimiste dont les auditeurs sont les héros, des sujets parfois difficiles, parfois plus légers : avec On se dit tout sur France Bleu, Vanessa Lambert relève un beau défi, celui d'incarner le renouveau dans une tranche qui n'avait pas bougé depuis 15 ans.*

"C'était pas évident, mais j'ai dit oui tout de suite !" Vanessa Lambert est arrivée en septembre sur une tranche ô combien emblématique : celle du 21h-minuit.

Mais... Vanessa Lambert n'est pas femme à refuser un tel challenge. Une tranche de soirée, sur les ondes nationales, pour faire ce qu'elle avait déjà beaucoup aimé faire en local... ça ne se refuse pas.

"On se dit tout sur France Bleu, c'est donner la parole aux auditeurs sur les sujets du quotidien. Les amours, les enfants, les petits et gros tracas... C'est une émission que j'avais déjà animée dans un format plus court d'une vingtaine de minutes sur France Bleu Provence. J'avais beaucoup apprécié." Visiblement, le public aussi. Une émission intimiste, déjà rodée, avec une animatrice talentueuse sur une tranche conversationnelle et interactive : l'arrivée de Vanessa dans ce créneau était presque une évidence.

## LA VIOLENCE FAITE AUX HOMMES

Et le public, comment a-t-il réagi ? "Je vous avoue qu'au départ, j'étais inquiète. Les tout premiers jours, il y a eu quelques appels d'auditeurs qui ne comprenaient pas. Certains d'entre eux voulaient continuer de prendre l'antenne, comme avant, pour lancer des sujets libres et des dédicaces. Mais ça n'a pas duré longtemps."

On se dit tout sur France Bleu, c'est chaque jour un sujet en fil rouge qui appelle un témoignage des auditeurs, et un grand témoin pour en parler avec eux. "Je vis avec les enfants d'un autre", "les rencontres amoureuses par Internet", "les phénomènes paranormaux", ou encore "mon meilleur/mon pire mariage"... ce sont des sujets qui touchent tout le monde et qui appellent à l'échange, à la conversation.

"Et même certains sujets lourds, difficiles, comme les enfants hospitalisés, on peut en parler de façon positive."

L'important, c'est de susciter l'interaction, d'engager la conversation. "Je vous avoue qu'au début, nous avons parfois eu peur de ne pas trouver assez d'interlocuteurs sur certains sujets plus délicats que d'autres. Comme sur « la violence faite aux hommes »... j'ai eu peur. Au pire, je pouvais évidemment compter sur le grand témoin. Finalement, les appels ont été très nombreux et surtout passionnants."

## CONFIDENCES MODERNES

Un sujet différent tous les jours, annoncé le matin sur les réseaux sociaux : c'est le quotidien de Vanessa Lambert. "Grâce à France Bleu et Twitter, nous pouvons aussi régulièrement repérer des témoignages intéressants." Il faudra donc, pour la saison, trouver plus de 250 idées de sujets. "Les idées me viennent de partout, constamment, n'importe quand. Dans le train, chez moi à Nantes, en faisant mes courses... Je travaille aussi avec des magazines, comme Femme Majuscule, ou avec la télévision, comme pour la soirée "Homo, la haine" sur France 2 où nous avons également ouvert notre antenne sur le sujet, en collaboration avec l'équipe du reportage télévisé. En fait, le plus difficile, ce n'est pas de trouver le sujet : c'est le grand témoin, pertinent !"

Heureusement, Vanessa peut s'appuyer sur ses complices. "Comme Gwenaëlle Coupez : ma Fée Clochette. Et puis les techniciens, les standardistes qui font vivre la tranche... Ils sont très importants !"

Faire de l'audience à la radio après 21h, à l'heure où la télé est reine... pas simple. "Après 21h, le gâteau de l'audience radio est tout petit. Il faut jouer des coudes pour en avoir une part. Mais j'ai le sentiment qu'en quatre mois, nous avons déjà réussi à établir un lien de qualité. Et surtout, j'ai beaucoup d'encouragements du réseau. Un message m'a beaucoup touchée, celui d'une locale qui me disait : « Il est agréable de voir que le soir, on prend soin des auditeurs que nous avons portés toute la journée. »" •

## BIO EXPRESS

Vanessa Lambert est un pur produit de la maison France Bleu. Cette Nantaise de cœur a débuté dans le réseau en 1998 comme journaliste sportif pour Radio France Champagne. Quelques piges journalistiques la font repérer par l'équipe locale, qui craque sur sa jolie voix. Vanessa se voit proposer quelques séances de studio, puis des remplacements à l'antenne. C'est ainsi qu'elle bascule du côté des animateurs. Après 5 ans à Reims, elle passe 7 ans à Nantes (notamment pour les matinales) et arrive enfin en Provence en 2009. Deux ans plus tard, Vanessa décide de prendre un congé sabbatique qu'elle met à profit pour revenir au journalisme sportif. Elle couvre notamment le Dakar. Mais... "le micro me manquait". Vanessa a donc accepté avec joie de rentrer au bercail pour cette nouvelle aventure. ■



Le Kiosque Radio

Consultez ce numéro sur iPad  
www.lekiosqueradio.fr

CHRONIQUEUR

# Un chef étoilé vous emmène au marché



CHRISTIAN PLUMAIL A RÉPONDU À NOS QUESTIONS DEPUIS LE MEXIQUE. ET BIEN ENTENDU, IL PASSE LE PLUS CLAIR DE SON TEMPS À DÉCOUVRIR LES MARCHÉS ET LES PRODUITS LOCAUX, COMME ICI, À OAXACA. ILY A DÉGUSTÉ... DES SAUTERELLES.

*Christian Plumail est un chef heureux. Dix ans qu'il est sur France Bleu, dans un pays où l'on ne badine pas avec la cuisine : il est niçois, et exerce ses talents sur France Bleu Azur. Il est arrivé au départ pour une chronique enregistrée, et grâce à son enthousiasme communicatif, il est passé à une émission en direct, il y a huit ans.*

Désormais, les interventions de ce chef étoilé s'articulent en deux temps sur une matinée. "D'abord, j'interviens en direct depuis les marchés, vers 9h, et je choisis un produit ou un producteur qui me servira de fil rouge pour la matinée. Je le décris, je discute avec les producteurs... et puis une heure plus tard, entre 10h et 10h30, je donne une recette avec ce produit, et j'ouvre l'antenne aux auditeurs pour qu'ils nous livrent leurs suggestions."

C'est ça, la touche Plumail : une vraie balade gastronomique de laquelle on revient les bras chargés de victuailles et de découvertes. "Il y a deux ans, je faisais chaque semaine une ville sur le même principe. Et là, je visitais le boucher, l'épicier, le boulanger, le restaurant... et je faisais découvrir les petits trésors cachés."

## SOUPE DE BLETTES ET FLEURS DE COURGETTE

Des produits, des astuces, des recettes : Christian Plumail est une personnalité connue et reconnue. Il est le chef étoilé du restaurant l'Univers. Restaurant qu'il vient d'ailleurs de vendre pour se consacrer à plein temps à la cuisine et à rien d'autre. "Je pense que je suis bien plus connu grâce à France Bleu que grâce à mon restaurant. Les émissions que je fais sur France Bleu, je ne les fais surtout pas pour les chefs étoilés ou pour les intellectuels de la cuisine : on parle entre amis ! Et comme ici, la cuisine est un sujet particulièrement important, j'ai toujours des auditeurs pour venir en parler avec moi. Il y a souvent de l'émotion, d'ailleurs. Lorsque je parle de la riche tradition gastronomique de notre pays, il y a toujours un auditeur pour dire que c'est dans sa famille qu'on prépare la meilleure daube, soupe de blettes, fleurs de courgette. Et qui vient en parler avec nous !"

La salade niçoise, la poutine... deux sujets très sensibles sur lesquels il ne vaut mieux pas plaisanter. Christian Plumail adore ce qu'il fait. Il a d'ailleurs bien d'autres idées en tête pour mieux encore défendre la cuisine des vraies gens. "J'aime transmettre !" •

LOCAL

## L'Alsace a du talent

**Sébastien Meunier est le responsable des programmes de France Bleu Alsace. Sa mission : instiller l'esprit maison au cœur de chaque contenu local. Qu'il s'agisse de la programmation musicale ou des contenus parlés.**

"Nous devons faire respecter une stratégie musicale et une stratégie éditoriale (basée notamment sur les notions de service, de solidarité et de partage) au cœur de tout le réseau."

France Bleu Alsace est une station qui pèse son poids. "Nous faisons partie des stations qui

enregistrent également une forte performance : France Bleu en Alsace, c'est 190 000 auditeurs/jour". Comment travaille-t-on l'esprit Alsace dans la programmation musicale ?

"Dans les régions à forte identité régionale, comme ici en Alsace, nous avons une spécificité : en ce qui concerne la langue alsacienne, la musique alsacienne et la variété allemande, nous avons un programme spécifique, France Bleu Elsass, qui est autonome, émet en ondes moyennes sur le secteur, et marque clairement ce parti pris avec au moins un titre par demi-heure."

## UNE RADIO TREMPLIN !

Du coup, Sébastien peut jouer une autre partition. "Nous ne travaillons pas sur la musique traditionnelle alsacienne ou la variété allemande, mais sur la nouvelle scène alsacienne. Nous sommes une radio tremplin et de découvertes." Comment cela se traduit-il ? "Nous avons une émission hebdomadaire, le dimanche, en partenariat avec France 3 Alsace. Notes in Blue. Toute l'année, nous tâchons de repérer, d'offrir de la visibilité et de produire sur scène les valeurs montantes de la bouillonnante scène musicale alsacienne." Chaque année, France Bleu Alsace produit un ou deux concerts qui permettent aux artistes sélectionnés d'aller à la rencontre du public.

## TRAJECTOIRE

# Pépée, la cuisinière au grand cœur



PÉPÉE LE MAT EST ARRIVÉE À L'ANTENNE DE FRANCE BLEU NORD POUR RENDRE SERVICE, ET DONNER UNE RECETTE DE MOULES-FRITES. ÇA FAIT 10 ANS, ET ELLE N'EST JAMAIS REPARTIE.

**"J'ai longtemps été complexée par mon accent ch'ti. Mais c'est du passé !" Pépée Le Mat, au-delà d'un personnage, c'est une tranche de vie à elle toute seule.**

Une tranche généreuse, riche, pleine de caractère et de saveurs. Pépée Le Mat, cuisinière et conteuse à ses heures, anime chaque matin le rendez-vous cuisine de France Bleu Nord. La vie est bien faite. Elle est arrivée tout à fait par hasard à l'antenne il y a une dizaine d'années. *"J'avais un restaurant à Lille, à deux pas de l'école de journalisme, de La Voix du Nord, de France 3 et de France Bleu. J'avais une originalité : je servais à manger toute la journée. Du coup, beaucoup de journalistes venaient chez moi pour trouver un bon plat de cuisine de grand-mère lorsque les autres restaurants ne servaient plus, y compris l'après-midi."*

Et on sait à quel point après un reportage tardif, un bouclage laborieux ou une édition de la mi-journée particulièrement relevée... il peut être réconfortant de se poser à côté d'une marmite fumante. Surtout par une froide journée d'hiver. La personnalité authentique et haute en couleur de Pépée a fait le reste. *"La première fois que France Bleu m'a demandé d'intervenir à la radio, c'était il y a 10 ans, bien avant que les cuisiniers ne soient les chouchous des médias."*

## UNE MÉDAILLE... GRÂCE À LA RADIO !

C'était la braderie de Lille. On demande tout bêtement à Pépée de donner une recette de moules-frites aux auditeurs. *"Au départ, je me suis dit que tout le monde savait au moins faire ça, puis... j'ai accepté. Incroyable le nombre de retours que j'ai pu avoir !"* Le personnage et sa truculence y sont évidemment pour beaucoup. N'empêche que ce jour-là, Pépée signe son arrivée dans le monde de la radio. Aujourd'hui, elle est tous les matins sur France Bleu Nord, entre 10h et 11h. *"Une première demi-heure avec une recette de cuisine, un plat, un produit local, et la deuxième demi-heure avec un restaurateur."* Il faut dire que Pépée est un vrai puits de science. Elle connaît les quatre coins de la région, elle ne "part" en vacances "que" dans le Nord. Installée désormais à Béthune, où elle avait monté une table et des chambres d'hôtes, elle a été présidente de l'office de tourisme. Chambre de commerce locale, Chambre d'agriculture, elle ne cesse de multiplier les collaborations dans un seul et unique but : dénicher les petits trésors régionaux. Les meilleurs fruits et légumes, les meilleures viandes, les meilleures tables : elle les découvre elle-même avec pataugas et sac à dos. À tel point qu'elle s'est même vu attribuer... la médaille du mérite agricole ! La radio mène à tout. •

## LES TALENTS RÉGIONAUX PROPULSÉS À PARIS

Les artistes régionaux trouvent-ils aussi leur place au cœur de la programmation locale... en dehors de l'émission du dimanche ? *"Oui, nous éditorialisons la musique et nous donnons la parole à ces artistes en semaine, en diffusant des extraits de leurs créations. C'est aussi la chance que nous avons d'être une radio de contenus."*

Et les artistes les plus marquants sont ensuite évidemment propulsés sur l'antenne nationale. *"Chez Éric Bastien avec l'émission C'est ma chance ou chez Laurent Petitguillaume dans Le Mag Musiques, nos talents sont mis en vitrine pour l'ensemble du réseau."* •



SÉBASTIEN MEUNIER : "NOUS SOMMES UNE RADIO DE TREMPLIN ET DE DÉCOUVERTE."

Certains d'entre eux en ont-ils profité ? Des carrières ont-elles été lancées ? *"Oui, c'est, par exemple, le cas de la chanteuse Jewly, qui fait désormais les premières parties des concerts de Yannick Noah. C'est aussi l'exemple de Matskat, qu'on a pu voir ensuite dans The Voice il y a deux ans. Nous plaçons nos artistes aussi en première partie des concerts privés organisés en région avec les artistes nationaux."*

149

heures de vidéo  
regardées par an

39

sites internet masculins  
dans ses favoris

59

minutes d'écoute radio  
en dehors de chez soi  
chaque jour

LA CONNAISSANCE  
DE TOUS LES COMPORTEMENTS  
MÉDIAS ET MULTIMÉDIAS



Mediametrie



PROXIMITÉ

# Reporter En Résidence : chercheur d'infos

*Les RER (Reporters En Résidence) sont au plus près de l'actualité des territoires. Autonomes sur le terrain, et en contact permanent avec leur rédacteur en chef, ils cultivent chaque jour proximité et rigueur de l'information.*

RER ? Non, on ne parle pas là du rail francilien. Un RER au sein de France Bleu, c'est un Reporter En Résidence, un journaliste détaché sur une zone géographique bien déterminée. Son studio est parfois chez lui ou dans un petit bureau où il travaille seul. Son vrai lieu de travail, c'est le terrain. "Le RER, c'est le prolongement de la rédaction sur un territoire", explique Pascal Roche, rédacteur en chef de France Bleu Loire Océan et dont l'une des RER, Anne Patinek, est à Saint-Nazaire. "Le RER est un avant-poste, c'est un super reporter."

Un enthousiasme que partage Johan Moison, RER basé à Saint-Brieuc. Il dépend de la rédaction de France Bleu Armorique à Rennes et couvre la moitié du département des Côtes-d'Armor. "La force du Reporter En Résidence, c'est d'être au milieu des auditeurs", explique Johan. "On est dans la vraie proximité. Avant que je prenne cette fonction, mes proches me disaient, tu n'as pas peur de te sentir un peu seul ? En fait, non. Je ne suis jamais seul, je suis toujours au milieu de mes auditeurs, qui, au fil du temps, me connaissent aussi bien que je les connais."



LES RER, COMME ICI JOHAN MOISON, EN POSTE À SAINT-BRIEUC, SONT AU SERVICE DE LA PROXIMITÉ. DES JOURNALISTES DE TERRAIN CAPABLES DE DÉNICHER ET DE RACONTER LES PLUS BELLES HISTOIRES DE NOS TERRITOIRES.

## BIO EXPRESS

Breton d'origine, Johan Moison (37 ans) a débuté son activité de journaliste dans la presse écrite régionale. Il a commencé à faire de la radio en 2002 avant de rejoindre France Bleu en 2004 et de faire ses armes dans de nombreuses stations du réseau. Il a décroché son premier poste à Ajaccio en 2007 (France Bleu Frequenza Mora), avant de devenir matinalier à France Bleu Poitou de 2008 à 2011. Il est RER à Saint-Brieuc, pour France Bleu Armorique, depuis 2011. ■



PASCAL ROCHE, RÉDACTEUR EN CHEF DE FRANCE BLEU LOIRE OcéAN

belle histoire que l'on ne peut dénicher que lorsque l'on est RER. Ces tranches de vie, on ne les entend pas ailleurs."

## TOUJOURS EN ALERTE

Johan a un bureau à Saint-Brieuc. "Mais je suis le plus souvent dehors", confie-t-il. "Je suis toujours en alerte, prêt à me rendre où l'actualité l'exige. C'est prenant, mais j'adore ça. C'est une vraie force pour le réseau", ajoute ce RER en relation permanente avec sa rédaction en chef. "On échange beaucoup", poursuit-il. "Je peux ainsi illustrer un sujet qui est traité par mes collègues de Rennes. Un exemple ? Tout récemment, l'invité de la matinale était le président du club de foot de Rennes. Or, ce dernier est originaire d'un petit village des Côtes-d'Armor. Je suis allé dans ce village pour faire parler les gens qui le connaissent depuis toujours. J'ai donc pu contribuer à enrichir notre matinale."

Les Reporters En Résidence — une trentaine sur l'ensemble du réseau — savent mêler parfaitement rigueur et curiosité, proximité et bienveillance. Ils sillonnent tous les territoires et y cultivent à merveille les valeurs de France Bleu. •

## AUDITEURS

# La solidarité comme un réflexe



LUDOVIC LABASTROU,  
REPORTER POUR FRANCE BLEU GARD LOZÈRE

**Intempéries, info-route, petits et gros soucis du quotidien, France Bleu est toujours auprès de ses auditeurs quand ils en ont besoin. L'histoire des stations du réseau est riche de nombreuses et belles histoires de solidarité.**

Nous sommes le samedi 20 septembre 2014, à 4 heures du matin, le téléphone réveille Fabienne Bureau, la directrice de France Bleu Gard Lozère. Au bout du fil, le responsable de la sécurité civile du Gard : "Madame Bureau, nous avons un événement climatique majeur sur le bassin d'Alès, je vous demande de réarmer votre radio !"

L'injonction est solennelle, quasi militaire. Mais Fabienne Bureau fait face à l'événement. "J'ai appelé mon responsable des programmes, un technicien, et nous nous sommes retrouvés à la radio un quart d'heure plus tard. Nous étions à l'antenne à 5 heures."

Des pluies torrentielles s'abattent sur Alès et sa région, l'eau monte un peu partout, pénètre dans les maisons. La situation est grave et, comme un réflexe, tout le monde se branche sur France Bleu Gard Lozère. "Dans beaucoup de foyers, il n'y avait ni électricité ni téléphone, seule la radio fonctionnait", explique Fabienne Bureau, consciente du rôle clef, en de pareilles circonstances, de l'antenne qu'elle dirige. "C'est dans l'ADN de France Bleu d'être en capacité de réagir rapidement."

## GARDER UNE ANTENNE LISIBLE

À Nîmes, toute l'équipe de France Bleu Gard Lozère s'est donc mobilisée pour une antenne en continu. "Dans ces conditions, lorsque tout est fait en direct de manière empirique, l'important est que l'antenne reste lisible. Nous avons produit des rappels d'infos tous les quarts d'heure, avec un journaliste en studio. Entre-temps, les auditeurs nous apportaient leurs témoignages. Il s'agissait d'infos services comme des routes ou des ponts coupés, mais aussi de ressentis." Beaucoup d'émotion et de peur face à une nature déchaînée. "Les gens mettaient leur téléphone portable à la fenêtre et on entendait en direct à l'antenne le bouillonnement de la rivière qui montait ! Des auditeurs voulaient aussi rassurer leurs proches. Une personne n'arrivait plus à joindre sa maman. Elle était très inquiète. Dix minutes plus tard, un auditeur a appelé en

disant : « Ne vous faites pas de souci, c'est ma voisine, elle va bien, je suis allé la voir. Elle n'a plus de téléphone, mais elle vous passe le bonjour. » C'était très fort de pouvoir rassurer cet auditeur rongé par l'angoisse."

## COUP DE MAIN IMMÉDIAT

"Et puis, en studio, nos journalistes interviewaient pompiers, secouristes, le préfet pour avoir de l'info sur l'évolution de la situation. Nous sommes restés à l'antenne jusqu'à 22h. On est vraiment dans le service au public. C'est une vraie fierté", précise Fabienne Bureau.

Autre exemple de solidarité sur France Bleu, celle qui s'exprime dans Le maillon fort sur France Bleu Besançon, "porté" par l'émblématique Thierry Eme. 7h25, 11h50, 17h10 et 18h05, ce sont les quatre rendez-vous quotidiens pendant lesquels un auditeur qui a besoin d'un "coup de main" passe sur l'antenne dont le responsable des programmes est Grégory Lagache. "La solidarité, c'est l'une des raisons de vivre des Francs-Comtois, annonce-t-il. Trois familles avaient tout perdu dans l'incendie de leur immeuble. Ils avaient besoin de reconstruire leur vie. Ils sont passés à l'antenne et la solidarité a fonctionné à plein. Ils ont eu des vêtements, des meubles. Le minimum pour recommencer à vivre dans un nouveau logement, ça s'est fait dans la journée ! Ces valeurs-là font partie du territoire et sont défendues par France Bleu", conclut-il.

Au sein de France Bleu, la proximité est géographique mais aussi affective, et la solidarité est naturelle, comme un réflexe. •

## BIO EXPRESS

Née à Nantes, où elle a fait ses études de droit, Fabienne Bureau (50 ans) est diplômée du Studio École de France en 1988. Elle a depuis "tout connu" au cours de son parcours de journaliste à France Bleu. Elle a travaillé dans de nombreuses stations du réseau (Creuse, Pays d'Auvergne, Gironde et Armorique), avant de devenir rédactrice en chef de France Bleu

Maine en 2010, puis directrice de France Bleu Gard Lozère depuis septembre 2013. Elle a également été durant un mois rédactrice en chef de la radio M'Toulouse, créée temporairement après l'explosion de l'usine AZF. ■



FABIENNE  
BUREAU

## BIO EXPRESS

Né à Reims, Grégory Lagache (36 ans) a fait ses débuts dans une radio associative rémoise avant de devenir animateur à France Bleu Champagne de 2001 à 2005. Il a ensuite été



GRÉGORY  
LAGACHE

matinier de 2005 à 2013 à France Bleu Picardie avant de devenir responsable des programmes, d'abord à France Bleu Champagne de mars 2011 à juillet 2012, puis à France Bleu Besançon depuis novembre 2013. ■

TRES NET

# Le numérique comme lieu d'échange



PASCAL CARDONNA, COORDINATEUR DANS LA DÉLÉGATION SUD-MED, EST UN PIONNIER. IL MAÎTRISE PARFAITEMENT LA COMPLÉMENTARITÉ ENTRE LA RADIO ET LES NOUVEAUX MÉDIAS.

**Antenne interactive par définition, France Bleu trouve dans le numérique le prolongement naturel et indispensable de ses programmes. Le dispositif est aujourd'hui bien rodé et l'audience de francebleu.fr en constante augmentation au fil des années.**

Si France Bleu cultive à l'antenne des valeurs de proximité et d'empathie, il en est de même sur francebleu.fr. "L'internaute de France Bleu doit retrouver sur notre site ce qui fait l'ADN de France Bleu", explique Jean-Luc Vabres, responsable des programmes web à la direction du réseau. "Il y a cette fonction de « deuxième antenne ». On accompagne les programmes qui sont proposés sur toutes les antennes de France Bleu avec des dossiers, des jeux, comme autant de bonus numériques. C'est une production propre."

Un exemple ? "Notre mur vidéo, à l'automne dernier, avec 180 experts en assurance qui répondaient dans toutes les stations à de nombreuses questions", raconte Jean-Luc Vabres. "Il suffisait de cliquer sur la question (Mon arbre est tombé chez mon voisin, qui doit payer ? Ma voiture a été emportée, est-ce que je peux être remboursé ?) et cela déclenchait une petite vidéo illustrée avec la réponse de l'expert en assurance. Nous avons également développé cette formule avec le jardin et le bricolage."

Évidemment, à France Bleu, avec 21 coordinateurs nouveaux médias en régions, le numérique se décline au cœur des territoires, avec à la clef une vraie cohérence. Pascal Cardonna, nommé en 2007, a été le premier d'entre eux. Au sein de la délégation Sud Méditerranée, il a un rôle aussi vaste que passionnant. Il raconte : "Je suis chargé de faire appliquer la stratégie multimédia de France Bleu, de former les journalistes et les animateurs à la production de contenus sur notre site et à produire des contenus spécifiques dans le cadre des opérations spéciales. Ainsi, pour le concert de France Bleu Gard Lozère au Pont du Gard, nous avons mis en ligne une galerie photo des artistes sur scène, tourné une vidéo sur les coulisses du concert, travaillé l'interactivité avec les auditeurs qui posaient des questions aux artistes sur les réseaux sociaux... Il y a tellement de belles idées à développer."

## TALENTS PARTAGÉS

Dans son bureau à la Maison de la Radio, Jean-Luc Vabres confirme et donne un autre exemple. "Lors des Talents France Bleu 2014, à Saint-Étienne, nous avons une auditrice, Audrey, de Caen, qui avait gagné le droit d'être reporter VIP sur francebleu.fr. Elle a pris un TGV spécial avec les artistes, elle a eu un accès au backstage, elle a rencontré les artistes... Tout son périple était suivi en quasi direct et en vidéo sur notre site !" Des contenus et un travail qui porte ses fruits puisque l'audience de francebleu.fr, dont l'architecture a changé il y a deux ans, est en constante augmentation. La fidélité numérique des auditeurs de France Bleu est bien réelle.

## UN MILLION DE FANS ET DE FOLLOWERS

La présence de France Bleu sur les réseaux sociaux est particulièrement bien travaillée. Il existe des comptes Twitter et Facebook "génériques" pour France Bleu, mais aussi pour chacune des antennes. Avec une vraie cohérence. "Les internautes de France Bleu sont très réactifs. Nous avons notre community manager à Paris qui a un œil affûté sur l'ensemble de ces comptes, explique Jean-Luc Vabres. Cela permet d'avoir une vraie cohérence. Dans les locales, les animateurs et les journalistes postent régulièrement. On s'aperçoit de la vivacité des stations quand on voit le nombre de fans et de followers s'accumuler." •

### BIO EXPRESS

Né à Bordeaux il y a 48 ans, Pascal Cardonna est diplômé du Studio École de France, il travaille à Radio France depuis 1990. C'est un pionnier dans le domaine de la complémentarité entre les nouveaux médias et la radio. Il fut en effet le premier webmaster de



PASCAL CARDONNA

France Bleu en région (à France Bleu Gard Lozère en 2001) avant de devenir le premier coordinateur nouveaux médias en 2007. Il occupe actuellement ce poste dans la délégation Sud Méditerranée ■

### BIO EXPRESS

À 56 ans, Jean-Luc a déroulé toute sa carrière à la Maison de la Radio et notamment au sein du réseau France Bleu. Dès 1983, il a participé à la création de France Bleu Drôme Ardèche, une station à laquelle il a été très fidèle et dont il a géré jusqu'en 2012 le site internet. Il



JEAN-LUC VABRES

est ensuite tout naturellement devenu chargé d'édition pour francebleu.fr à la direction du réseau avant de devenir, en septembre 2014, responsable des programmes web du site francebleu.fr. ■

VOIX

# France Bleu : les figures du réseau

*Les régions ont du talent ! Et sur France Bleu, elles s'expriment en chair et en os avec quelques figures incontournables qui touchent les auditeurs... en plein cœur.*



"EN SAVOIE, IL N'Y A PAS QUE LA FONDUE ET LA TARTIFLETTE !" SOURIT MERCOTTE.

## LES BONNES RECETTES SAVOYARDES DE MERCOTTE

Depuis quelques années, la chronique de Mercotte sur France Bleu Pays de Savoie (avec Serge Carbonell dans le cadre de l'émission L'assiette savoyarde à 10h40) est un incontournable. Un rendez-vous à la fois vivant et riche en contenu pour qui s'intéresse de près ou de loin aux arts de la table au pays des fromages d'alpage. "Il n'y a pas que la fondue et la tartiflette chez nous, défend-elle. Nous avons 44 étoiles dans nos deux départements !"

Mère de famille modèle, elle a pu prendre du temps à l'âge de la retraite pour enfin partager sa passion pour les bonnes choses. À 72 ans, Mercotte (de son vrai nom Jacqueline Mercorelli) affiche une pêche d'enfer et un sourire permanent que l'on peut également retrouver aux côtés de Cyril Lignac dans le jury du Meilleur pâtissier de France sur M6, car elle est devenue une spécialiste du macaron. "Mais je défends surtout le biscuit de Savoie", prévient-elle. "Dans mes chroniques, je ne suis jamais à court d'idées. Des recettes, j'en ai près de 500 ! Je peux, par exemple, prendre un produit local, raconter son histoire, ses propriétés, ses qualités au fil des jours et à la fin de la semaine, je donne une recette" qui fait saliver, chaque jour, plusieurs dizaines de milliers de Savoyards fidèles.



CHAQUE MATIN SUR FRANCE BLEU ELSASS, HUGUETTE FAIT VIVRE ET SOURIRE LA LANGUE ALSACIENNE

## HUGUETTE DREIKAUS : LE BON SENS ALSACIEN

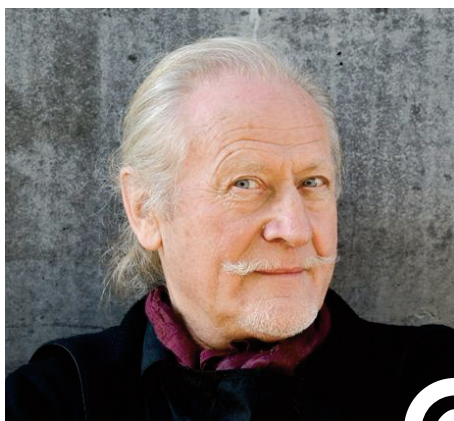
Professeur d'allemand puis comédienne, notamment à la Chouchouterie dans le sillage de Roger Siffer, Huguette Dreikaus cultive de nombreux talents. D'abord cette incroyable capacité à incarner l'Alsace, en en parlant si bien la langue, en y choisissant si bien ses mots. Il y a aussi ce sens de l'observation, cette capacité à vite comprendre ce qui cloche dans notre monde et à le dépeindre avec humour et bon sens. Enfin, cette empathie permanente et cette gentillesse qui transparaissent même dans les chroniques les plus cinglantes. Car Huguette, tous les jours sur France Bleu Elsass en langue alsacienne (et le week-end en français sur France Bleu Alsace) n'attaque jamais

frontalement, "je ne me moque jamais du physique", précise-t-elle. Non, Huguette s'amuse juste des situations et des grandes et petites contradictions de notre quotidien. "En ce moment, il y a le grand hamster d'Alsace, ça me fait hurler de rire. Il y a des maisons qui ne se construisent pas, il y a des routes qui ne se font pas, car il y a cet animal qu'il faut protéger et ne surtout pas déranger. Quand j'ai construit ma maison, j'ai installé des couples de hamsters d'Alsace dans les terrains tout autour pour n'avoir aucun voisin !" En revanche, les auditeurs d'Huguette Dreikaus sont, eux, très loin d'être en voie de disparition !

## MARTIN, LA TÊTE DANS LES ÉTOILES

Les auditeurs de France Bleu Provence l'entendent depuis 1988. Martin est passionné par les astres depuis l'adolescence "mais aussi par tous les arts", précise cet ancien élève de lettres supérieures. Mais la position des planètes et de la Lune n'ayant aucun secret pour lui, c'est avec son horoscope quotidien qu'il a construit son succès, année après année. Pour les auditeurs provençaux, d'abord, sur tout le réseau, ensuite, grâce à francebleu.fr. "Martin, c'est une star", confirme Jean-Luc Vabres, directeur des programmes web. "Il est connu de Cassis à Dunkerque. Son horoscope de 2015, personnalisé et disponible sur notre site, a déjà suscité 80 000 visites !"

La raison d'un tel succès ? "Les gens me croient parce que je suis dedans, les auditeurs doivent le sentir", répond Martin. "Je l'écris très consciencieusement en tenant compte de la progression de la Lune qui change de signe tous les deux jours. Pour chaque signe, j'essaie d'écrire un aphorisme, plutôt qu'une injonction. Évidemment, il y a des milliers de personnes qui écoutent l'horoscope. Il peut y avoir des variantes. Mais ça donne l'humeur. L'horoscope, c'est aussi de la poésie", conclut ce Breton d'origine, Marseillais d'adoption, qui n'a pas fini, chaque matin et en quelques mots bien choisis, de mettre sur orbite la journée des auditeurs de France Bleu. •



"MARTIN : L'HOROSCOPE, C'EST AUSSI DE LA POÉSIE"

EXCLUSIF

# Les deux mensonges de Jacques Legros

**Sur un coup de bluff. Voilà comment Jacques Legros a lancé sa carrière à la radio, chez France Bleu Vaucluse.**

"Je suis arrivé chez Radio France Vaucluse sur un mensonge." En affirmant avec aplomb qu'il avait déjà de longues heures de micro derrière lui. En fait, il avait juste traîné ses guêtres chez Europe 1 où on l'avait laissé faire quelques gammes. Pas bien plus. Nous sommes en 1982, Jacques Legros a déjà la trentaine. "J'étais déjà vieux, lorsque je suis arrivé", sourit-il. Radio France Vaucluse (on ne dit pas encore France Bleu) est l'une des toutes premières locales du service public à être créées. Le jeune trentenaire y voit sa chance.

Il avait quitté son Pas-de-Calais natal juste après le bac. Monté à Paris pour devenir journaliste, il avait pu écrire ses premiers papiers pour un cousin par alliance. Un cousin magnanime. Grâce à cette petite porte d'entrée, il a pu faire la connaissance de François Chalais et de Jacques Paoli chez Europe 1, que son dynamisme avait séduits. Puis il avait tout de même repris des études de droit, sur le conseil de Jacques Paoli, d'ailleurs. Pendant ses études, il pige à gauche et à droite, notamment pour le magazine *Détective* (qu'il n'aimait pas beaucoup, mais qui payait bien), avant de quitter le monde du média sur un malentendu pour aller

travailler... comme ingénieur civil pour l'armée après son service militaire. Totalement improbable, mais vrai. Plus improbable encore, sa décision de tout plaquer, quatre ans plus tard, à la trentaine, pour retourner à la radio.

## FAUX NUMÉRO DE CARTE DE PRESSE

Et donc, ce premier gros mensonge lui permet tout bonnement de devenir l'anchorman de la matinale. "Je me suis retrouvé à ouvrir l'antenne de Radio France Vaucluse, à 5h du matin, son premier jour d'existence." Jacques Legros est recruté en qualité de journaliste... sur la base d'un faux numéro de carte de presse. "C'est mon deuxième gros mensonge. Et personne ne s'en est

rendu compte avant que je n'obtienne vraiment la carte... Mais il était trop tard."

Que garde Jacques Legros de ces années Radio France ? "Je n'avais pas fait d'école de journalisme : France Bleu a été mon école. J'y ai appris l'antenne, l'excitation du direct. J'y ai appris le terrain. Nous faisons beaucoup d'émissions à l'extérieur, le contact avec le public était très fort..."

Et puis vient une grande histoire qui déclenche tout. "C'est le *Sorgonaute*. La *Sorgue*, dans le village de Fontaine-de-Vaucluse, jaillit mystérieusement d'un gouffre à la profondeur totalement inconnue à l'époque. Mais un ingénieur de chez Renault décide de percer le mystère. Il construit un petit bathyscaphe pour l'explorer." Jacques Legros organise la couverture de cette exploration formidable en direct et en fil rouge à l'antenne. "J'ai fait vivre l'événement dans tous les flashes. Au fil de la journée, l'engin descendait, descendait, descendait. Et à la fin... il a explosé. Le gouffre était trop profond. Le mystère est demeuré entier."

Mais cette histoire fait sensation. Les papiers de Jacques sont repris à Paris, il est remarqué par la rédaction en chef et... arrive à France Inter. La suite de l'histoire est du même tonneau. Il y rencontre Jérôme Bellay qui lui propose de participer au lancement de France Info, en 1987. Puis RTL, LCI, TF1... •



JACQUES LEGROS EST ENTRÉ... PAR EFFRACTION CHEZ FRANCE BLEU VAUCLUSE, APRÈS AVOIR PLAQUÉ UN JOB CONFORTABLE D'INGÉNIEUR CIVIL POUR L'ARMÉE.

PARCOURS

# Denis Brogniart : la chaleur d'une poignée de main



*Pour Denis Brogniart, tout a commencé sur un coup de poker. Étudiant, il a osé pousser la porte de Radio France Normandie Caen sans se faire annoncer. Il cherchait un stage. Le rédacteur en chef lui a juste dit "OK". Et sa carrière est née. Il ne l'oubliera jamais.*

**Comment êtes-vous arrivé sur France Bleu ?**  
Mon parcours, il est très simple. Un jour, ça devait être en 1989 ou 90, j'ai poussé la porte de Radio France Normandie Caen, et j'ai dit que je voulais être journaliste. J'étais juste en première année d'école de journalisme, je voulais voir comment marche une radio et je suis tombé sur Francis Gaugain (toujours rédacteur en chef de France Bleu Basse-Normandie à Caen). Il m'a dit... "OK, viens". Il m'a fait confiance. J'ai commencé en observation et petit à petit, j'ai pu faire quelques sons. Je me suis retrouvé ensuite tous les week-ends à Radio France Normandie Caen pour faire tout ce qui était sport hors football. Francis Gaugain est l'un de mes pygmaliens dans ce métier. Un type remarquable. Ça reste un moment formidable et sans la confiance (un peu aveugle) des gens de Radio France, je pense que je n'en serais pas là aujourd'hui.

**Vous les voyez encore ?**  
Chaque fois que je retourne à Caen, je n'hésite pas à retourner les voir. Le journaliste Michel Legorjus est toujours là, c'est lui qui présente les journaux du matin. Francis Gaugain est toujours le rédacteur en chef, il y a toujours cette ambiance qui me rappelle mes débuts et nos rapports n'ont absolument pas changé. Voilà. Francis, il pourrait me demander la lune, je lui rendrais n'importe quel service, il fait partie des 3 ou 4 personnes qui ont compté et qui ont jalonné et permis à ma carrière d'être ce qu'elle est maintenant. Aujourd'hui, quand j'accueille

un jeune (pour un stage ou autre) et que je lui serre la main, il n'y a pas une fois où je ne me remémore pas la poignée de main, le regard affectueux et très bienveillant de ce rédacteur en chef.

## "J'AI UN PROJET POUR LA RADIO"

**Comment définiriez-vous cet esprit France Bleu ?**

L'esprit France Bleu, c'est la radio de proximité traitée avec le plus grand sérieux et en mettant en perspective les régions, les départements, les villes, les campagnes par rapport à tout ce qui se passe au niveau national. Un exemple : lorsque vous avez une manifestation des agriculteurs, vous avez un traitement qui est à la fois national et un focus régional. C'est ce qui fait la force de ces radios. Dans la plupart des régions françaises, France Bleu fait partie des radios les plus écoutées. Ce qui est formidable, c'est qu'on a tendance à penser que les meilleurs journalistes sont attirés par Paris et par les grands médias nationaux. Moi, pour écouter régulièrement France Bleu en régions, je peux vous dire que ce n'est pas du tout le cas !

**L'envie de refaire de la radio vous taraude-t-elle parfois ?**

Oui, j'aimerais refaire de la radio. Vous savez, je suis attaché à 2 radios : il y a Radio France, car c'est là que j'ai fait mes premières armes et puis Europe 1 où j'ai travaillé ensuite. Travailler à la télévision, c'est formidable, mais il y a beaucoup de contraintes. Vous ne faites pas de télévision avec un iPhone alors que là, dans l'absolu, je prends mon téléphone et ça passe en radio. Il n'y a pas de maquillage, pas de préparation, pas de caméra à mettre dans tous les sens, la radio, c'est le média de proximité par excellence, vous êtes témoin de quelque chose, vous appelez et vous passez à l'antenne en moins de temps qu'il ne faut pour le dire. Donc c'est vrai que je rêverais de pouvoir refaire de la radio, ça fait partie de mes objectifs à court terme.

**Qu'auriez-vous envie d'y présenter ?**

C'est assez étonnant, car je suis en train de formaliser et de mettre au point un projet radio, j'aimerais mettre en valeur les aventuriers des temps modernes. Il y a plein de gens dans le monde qui partent en couple pour traverser le monde, à vélo, à moto, en voiture, en montgolfière, à pied, dans les montagnes, sous la mer, sous l'eau, dans l'espace... Et ces aventuriers des temps modernes qui sont pour la plupart des anonymes, qui ont du mal à réunir leur budget en allant voir quelques sponsors locaux chez eux... c'est ça que je voudrais mettre en valeur. C'est le projet que j'ai aujourd'hui. •

DENIS BROGNIART A UN JOUR  
POUSSÉ LA PORTE DE FRANCE  
BLEU. L'ACCUEIL QU'IL Y A REÇU  
EST À L'ORIGINE DE SA CAR-  
RIÈRE.



## PARCOURS

# Harry Roselmack : "France Bleu m'a appris la débrouille"

Avant d'avoir été le joker de PPDA pour le journal de TF1, avant d'être le présentateur du magazine *Sept à Huit* sur la même chaîne, Harry Roselmack était un homme de radio. Sa voix basse et profonde a fait les beaux jours de France Info entre 2001 et 2005. Mais avant France Info, il y a eu France Bleu.

Ce Tourangeau a beaucoup fréquenté les radios avant et après sa formation à l'école de journalisme de Tours. Il y a fait ses débuts sur la radio associative Radio Béton, tout en écrivant quelques papiers pour les pages sportives de la Nouvelle République du Centre. Ses diplômes en poche (DEUG d'histoire et DUT de journalisme), il décroche à Paris son premier vrai poste de journaliste chez Média Tropical (aujourd'hui Tropiques FM). Il y reste 4 ans. Et en avril 2000, Harry décroche sa première pige chez Radio France.

"Lorsque je suis entré au planning, ma première mission a été à Cherbourg. Je me suis dit... bon, puisqu'il faut y aller... Mais à peine arrivé, j'ai été plus qu'agréablement surpris. L'accueil, l'ambiance et même le Pays du Cotentin dont je suis tombé amoureux... Tout m'a plu !"

## LE CANAPÉ DES COLLÈGUES

Après Cherbourg, Harry Roselmack a fait beaucoup d'autres locales. "J'ai tourné une bonne année, et j'ai vu Dijon, Melun, Aix, Rennes, Besançon... Partout l'accueil a été le même. J'ai bien souvent couché chez des collègues qui mettaient gentiment le canapé du salon à ma disposition. Il y a une forte culture d'entreprise, un esprit France Bleu. Et j'ai vécu cette année presque comme une année de colonie de vacances..."

Que retient-il de ses années France Bleu ? "Un esprit de débrouille. Vous arrivez dans un pays que vous ne connaissez pas, vous êtes tout de suite propulsé au cœur du terrain et de la locale. Sans carte et sans GPS, vous devez pour vous repérer demander votre chemin aux gens. Vous devez obligatoirement développer votre sens du contact pour travailler et revenir avec de l'info !"

Après une année de planning, Harry décroche deux semaines de présentation sur Inter puis sur France Info, où il restera jusqu'en 2005. •

HARRY ROSELMACK GARDE UN EXCELLENT SOUVENIR DE SON PASSAGE CHEZ FRANCE BLEU. AU PLANNING ENTRE 2000 ET 2001, IL A FAIT UNE DIZAINE DE LOCALES.

## PEOPLE

## Ils sont aussi passés par France Bleu

LAURENT  
RUQUIER

NAGUI

LAURENT RUQUIER, NAGUI ET JULIEN COURBET SONT TOUS LES TROIS PASSÉS PAR LE RÉSEAU, RESPECTIVEMENT À ROUEN ET À NICE



De la **production** à la **diffusion**,  
en passant par le **partage** et la **publication**  
de vos **contenus multimédia**  
sur toutes les **plateformes**, une gamme  
complète de **logiciels** pour votre **radio**.



[www.netia.com](http://www.netia.com)

*Media Software  
made easy!*