



LE MOUV' fait sa grande rentrée

Hervé Riesen s'explique...

Après plusieurs mois de galère, Le Mouv' s'offre une nouvelle jeunesse ! Pour cette rentrée, la station met le cap sur le talk et l'info. Changement de programme, nouvelles voix et plus d'auditeurs à l'antenne. C'est le chantier le plus ambitieux du groupe Radio France selon le président Jean-Luc Hees. «Le Mouv' une radio jeune qui ne veut plus être que musicale» prévient son jeune directeur Hervé Riesen. Il est notre invité pour nous expliquer ses choix en exclusivité.

LE MOUV'

« On est sorti d'un format rock qui était celui du Mouv' depuis fin 1999 »

Coulissismédias : Nouvelles têtes, nouvelle grille, nouveau cap... Y-avait-il péril en la demeure ?

C'est une radio qui, comme son nom l'indique, doit être en perpétuel mouvement et il n'y a pas plus péril en la demeure que d'autres stations qui étaient axées avant tout sur la musique. Il y a un réajustement par rapport à notre époque. Et, on constate dans les derniers sondages que les stations musicales qui s'en sortent bien sont des stations qui sont très formatées, très segmentées, très marketées avec une promesse très carrée et trop précise pour un cahier des charges comme celui d'une station de service public.

Si on voulait rester exclusivement musical, il faudrait peut-être jouer le même jeu en se posant la question de savoir ce qui reste en parts de gâteau sur le marché. Car, le créneau des musiques urbaines, hip-hop r'n'b est bien noyauté, celui des musiques électroniques aussi et on voit bien que les stations qui occupent les segments pop-rock sont un peu stagnantes. Donc, nous avons voulu garder une identité musicale forte, c'est

l'ADN du Mouv' et habiter l'antenne et ramener des contenus. Pour la saison 2009-2010, on a beaucoup travaillé les aspects musique, l'ouverture. On est sorti d'un format rock qui était celui du Mouv' depuis fin 1999. Et nous avons amené des émissions musicales spécialisées avec des vraies références.

Il s'agit de vrais spécialistes mais pas au sens snob ou élitiste du terme en tant qu'experts et vrais transmetteurs. Pour cette rentrée, nous allons travailler les contenus parlés, l'info, du sociétal, pourquoi pas du politique. Nous travaillons aussi sur des chroniques liées à la santé, avec toujours des langues décalées, un ton moderne et ce questionnement permanent de la forme pour intéresser les jeunes pour décrypter et rendre certains sujets attractifs et très informatifs. Nous avons une vraie volonté d'info.

Ça ressemble un peu à une opération commando... Tout change !

C'est presque ça. Ce n'est pas une réforme radicale dans le sens où c'est dans la continuité de ce que nous avons commencé il y a un an. C'est un gros changement au niveau des contenus parlés. Il y aura un peu plus de talk. Nous allons travailler la diversité des thèmes, des contenus. Ce qui change aussi sur le reste de notre marché des radios jeunes, c'est que nous allons vraiment avoir un vrai casting de diversité avec des gens qui ont des âges différents, des origines différentes, des milieux sociaux différents... Nous espérons vraiment faire une antenne de rassemblement qui mise sur la diversité

mais pour rester cohérent, le gros point commun, c'est l'approche et la traduction et le reflet de la jeunesse en enlevant toutes les caricatures ainsi que les habituels clichés.

Est-ce que vous avez l'impression de remettre les compteurs à zéro ?

Vu les réactions des auditeurs un peu fidèles du Mouv', je pense qu'on est vraiment en train de remettre les compteurs à zéro parce que le Mouv' était vraiment une radio positionnée sur le rock et la culture rock dans un sens assez segmenté pendant plus de 9 ans.

Si on refait la grille...

La matinale est découpée. Elle commence par un 6/7 animé par Gug qui faisait la tranche 6/9 toute la saison dernière. C'est quelqu'un qui est très malin, assez drôle, très fantaisiste. Il va amorcer la journée en commençant à amener de l'info mais de manière moins radicale que sur la tranche suivante. Ce sera plus ludique avec des petits papiers sur ce qu'il aura vu à la télé, des choses assez sarcastiques... C'est la rampe de lancement du réveil.

Dès 7h on a un 7/10 emmené par un trio avec un leader qui sera Yassine Belattar. Il connaît l'exercice parce qu'il faisait les matinales de Générations. C'est quelqu'un qui a moins de trente ans, c'est un mec de terrain, un fonceur, c'est quelqu'un de très cultivé, curieux et qui bouge, qui suit l'actu à la lettre. Il aime faire entrer l'auditeur dans son émission, interpellé, bousculer, savoir, comprendre... La matinale est assez thématifiée info avec quatre rendez-vous



Yassine Belattar, nouvelle voix sur le nouveau Mouv'

par heure. Il y a beaucoup de sons pour souligner et appuyer l'info mais aussi des décryptages et des éclairages.

Il y a des animateurs vedettes qui arrivent ?

Yassine en est un puisqu'il avait un bon public sur Générations et il a fait de la télé sur France 4. Entre midi et 14h, Philippe Dana. Nous ne voulions pas être un flux musical de 10h à 16h et entre midi et 14h, nous voulions un rendez-vous et nous nous demandions s'il était encore judicieux d'avoir un plus grand journal. Dans l'émission de Philippe Dana, nous proposons un magazine d'info. Le grand point d'infos de la mi-journée. Au programme : des sujets de 4 à 6 minutes, pas mal de musique, des sons en collaboration avec la rédaction et les chroniqueurs. Il y a aussi bien du sport, de la politique, de la santé, de l'éco etc... Philippe Dana incarne beaucoup de choses. C'est un homme de médias. C'est quelqu'un qui a 50 ans mais qui est ultra-moderne. Il fait partie des gens qui sont très expérimentés, avec de déontologie, à qui je peux dire « lâchez-vous ». Philippe Dana fait partie des gens qui viennent au Mouv' parce qu'il va se permettre ce qu'aucune radio ne lui permettrait en terme de choix de sujets, d'angles, de ton, il va innover, il va aller un peu sur le terrain.

Entre 16h et 18h, nous avons un magazine culturel animé par Frédéric Bonnaud qui a déjà travaillé sur France Inter et plus récemment sur Europe 1. Bonnaud est dans un élan de venir au Mouv' parce que c'est une radio moderne et parce qu'il veut bousculer les codes, les habitudes et tenter des choses et derrière le mot « culture », il peut mettre beaucoup plus de choses que sur des radios plus classiques. Nous prenons le pari que nous pouvons parler aux jeunes d'écrivains, des cinéastes, de la musique mais aussi les jeux vidéos, les séries télé, etc... De 18h à 20h, on a Eric Lange.

C'est le gros virage de la rentrée au niveau du talk Ce qui faisait un peu défaut au Mouv', c'était l'interactivité. Nous entendions peu d'auditeurs sur la station. C'était un choix qui correspondait à une époque. Nous avons constaté qu'il n'y avait pas d'offre pour que les jeunes puissent s'exprimer, ou entendre d'autres auditeurs, d'autres personnes s'exprimer pour qu'il puisse y avoir de la dialectique et du débat autour de trois ou quatre sujets par jour qui sont des gros sujets d'actu. Son émission sera un grand forum interactif auquel je crois beaucoup. Les jeunes âgés de 20 à 35 ans ont beaucoup de questions,

LE MOUV'

« Avec Laura Leishman, j'ai voulu aller chercher quelqu'un capable de griller Internet ! »

beaucoup de choses à dire. Ils ont envie de débattre sur plein de sujets mais il n'y a pas vraiment d'espace pour ça. L'interactivité en radio, sur des radios jeunes, ce sont des sujets très légers ou c'est très conformiste, trop lourd et trop sérieux sur des radios adultes.

Vous dites « forum interactif » sans parler de « libre-antenne »...

En France, le terme « libre-antenne » est volontairement employé parce que les propos sont très licencieux. On parle beaucoup de cul... Notre angle est beaucoup plus sociétal. Il y aura beaucoup d'auditeurs dans cette tranche mais aussi des invités : des sportifs, des politiques... Je voudrais rapidement en faire un rendez-vous incontournable pour le monde politique et je pense que les acteurs politiques viendront volontiers dialoguer avec les jeunes et peut-être pas toujours de la même manière parce que les jeunes balancent, ils n'ont pas froid aux yeux et ils ont parfois des questions qui sont

extrêmement précises. Pour moi, l'idéal c'est que les jeunes qui écoutent régulièrement cette tranche comprennent un message : quel que soit le sujet, il y a toujours un voire des avis différents de celui qu'on a et on peut avoir énormément d'arguments ainsi que plusieurs façons de penser. C'est aussi notre but de répondre à des questions. Nous voulons amener une notion de service dans cette tranche, c'est pour cette raison qu'elle est très importante.

Dès 20h, programme musical avec « Franco... » animée par Christophe Crénel. Cette émission existait déjà la saison passée et c'est le chanteur de Zebda qui l'animait. Une heure consacrée au monde francophone. A partir du moment où il n'y a plus de barrière de la langue, toutes les communications sont possibles et toutes les cultures peuvent se mélanger. Christophe va beaucoup travailler avec les radios francophones publiques (Couleur 3, Pure FM en Belgique, Radio Canada) et faire des petites incursions de ce qu'il se passe au Mali, à Alger, à Beyrouth sous l'angle musical. De 21h à minuit, on a toujours Laura Leishman qui est la tête chercheuse. Pour moi, elle est unique en France ! C'est LA référence

de la découverte musicale. Cela faisait des années que j'entendais qu'Internet avait grillé les radios en terme de prescriptions... Là j'ai voulu aller chercher quelqu'un capable de griller Internet ! C'est quelqu'un qui est toujours sur le terrain, aux concerts, sur les festivals, elle connaît les artistes. Elle voyage, elle est copine avec plein de groupes. Elle est d'origine Nord-Américaine qui lui donne cette culture. Le soir, on joue un peu avec les vieux épouvantails de la radio. Les radios jeunes sont très formatées au niveau de l'animation, tous les animateurs sont interchangeables avec ce style un peu « discothèque »... Nous, nous avons des voix différentes, des accents... Laura a un ton, elle fait un vrai show ! C'est du « Good morning England » pour moi.

Le week-end se veut très musical. Laurent Garnier, Dj Zebra, Olivier Cachin. La nouveauté, c'est l'arrivée de Jacky Berroyer le dimanche de 18h à 19h. Il n'arrivera que le 5 octobre parce qu'il est actuellement retenu par un tournage. C'est un vrai message et c'est tout ce qu'on pense de la jeunesse. Jacky c'est la série kamelott, il y a toute une génération



LE MOUV'

« Notre préoccupation et notre obsession, c'est de ne plus être seulement musical »

qui se souvient de lui par le standard de CANAL et puis, le cinéma, ses bouquins, ses papiers dans Vibrations et c'est un vrai dingue de musique, de culture, c'est un vrai fantaisiste et surtout un éternel jeune. Il proposera une heure musicale qui sera transversale, trans-générationnelle et fantaisiste. Il va progressivement mettre en place des collaborations avec des radios du bassin méditerranéen. Il veut vraiment un angle Nord/Sud sur la musique. Il pourra aussi bien parler d'une nouveauté que raconter un vieux standard du rock ou de jazz à des publics qui ont 25 ans et qui n'ont jamais entendu parler de ça. Ce sera donc très éclectique. C'est une sorte de carte blanche à Jacky Berroyer. Ensuite, Laurent Garnier (19h/20h) puis la Caution (20h/22h), le groupe de rap en carte blanche pendant deux heures. Avec le groupe, on est dans l'anti-clichés. Ils viennent de Noisy le Sec avec une grosse culture rap mais ils mélangent les Clash, Renaud et des groupes de rock... Et, ils ont un petit côté

show notamment quand ils rappent sur des morceaux.

Il y a beaucoup d'arrivées donc...beaucoup de départs ?

Il n'y a pas énormément de départs parce que parallèlement Le Mouv' qui avait sa base installée à Toulouse, déménage dans la maison de la radio comme toutes les autres chaînes. Donc tout s'est joué sur le volontariat entre ceux qui pouvaient nous suivre à Paris et ceux qui ne peuvent pas pour des raisons personnelles, des choix de vie etc... Du coup, certains sont restés à Toulouse et participent au projet de Radio France Toulouse qui verra le jour au plus tard au début de l'année prochaine. Au delà de tout cela, on parle plus de réorganisation de grille que de fins d'aventure.

On l'a compris, il n'est plus question de privilégier la musique. Est-ce que votre programme est équilibré entre musique et contenus ?

Il y aura une dominante musicale quand même. Je ne pense pas que nous serons très éloignés des 70% de musique. Nos tranches 10/12, 14/16 et 21/00h sont bien musicales. Le matin, on passe de 10 disques par heure à 4. Le week-end, lui, est très musical. Notre préoccupation et notre obsession, c'est de ne plus être seulement musical.

La programmation musicale justement...va t-elle évoluer ?

Elle a beaucoup évolué ces derniers mois. Nous sommes positionnés sur un public qui a de l'affect avec la musique. Nous sommes très axés sur les nouveautés

et les découvertes. Nous ne diffuserons jamais les titres purement produits marketing ou tubes pour un été. Nous sommes au niveau des productions et non pas des produits. Après, il y a une part de subjectivité. Un groupe comme Black Eyed Peas qui est joué à Ibiza et qui est très populaire, c'est aussi un vrai groupe qui a une identité, une histoire, des compositions, un son ! Nous ne sommes pas du tout élitiste. Nous jouons Charlie Wintson, Olivia Ruiz, Sexion d'Assaut... Nous sommes dans le « qualitatif » comme le disent les spécialistes.

Au niveau du ton, vous promettez plus de fantaisie...

Je l'espère. Il y a toujours eu beaucoup de fantaisie sur Le Mouv'. Je serai très près des producteurs qui sont très pros et qui connaissent le marquage au sol. Ce que nous refusons catégoriquement, c'est la discrimination, le sexisme, la diffamation... Pour le reste, il faut que ça se marre, que ça titille donc, effectivement, j'espère beaucoup de fantaisie.

On dit toujours qu'une grille de programmes se manipule toujours avec beaucoup de prudence et de subtilité. Or, on a l'impression que vous cassez pour mieux recommencer ?

Ce n'est pas non plus un grand coup de marteau. Il y a quand même des fondations qui sont dans la continuité de ce qu'était Le Mouv'mais, je reconnais, nous avons pas mal cassé. Nous ne sommes pas dans la nuance du marché radio qui fait des ajustements. En faisant ces changements, il faut accepter d'avoir un peu de galère pendant des mois. Nous savons que nous

LE MOUV'

pouvons nous attendre à tout. Nous allons conquérir de nouveaux auditeurs mais nous allons probablement en décevoir qui étaient fidèles. Et en général, on met plus

de temps à aller chercher les nouveaux qu'à décevoir les fans des anciennes formules. C'est un travail à plus ou moins moyen terme. C'est un vrai travail de fond, d'identité et qui dessine Le Mouv' qui ne sera pas celui d'une seule saison.

En fin de compte, vous savez ce que les auditeurs veulent réellement ?

Dans les grandes lignes, on le sait via des études. Mais, nous savons qu'il faut être

prudent. C'est pour cette raison que nous n'appliquons pas à 100% les conseils marketing parce que nous avons aussi un cahier des charges. Nous avons vu dans des forums de discussions que nous avons fait cette année qu'il y avait une place pour l'ouverture musicale, pour les débats de société... Nous n'y allons pas au doigt mouillé. Votre question est intéressante parce que je dois dire que quand nous proposons nos projets de grille à Jean-Luc Hees,



« Quel est l'intérêt en 2010, époque du numérique et d'Internet de faire un média qui ne propose que de la musique ? »

il me demandait à chaque fois « Est-ce que ça répond à toutes les préoccupations des jeunes d'aujourd'hui ? Est-ce qu'il y a du sociétal ?, Est-ce qu'on se marre ?, Y a-t'il des découvertes musicales ? de la culture ? de l'évasion ? ». Nous savons qu'à la radio, ce n'est pas gagné d'avance.

L'idée d'injecter du talk dans la grille, ce n'est pas révolutionnaire. D'autres l'ont fait avant vous. Ce sera facile de ne pas refaire ce qui a été fait ?

Sur un public de moins de 35 ans, on est dans le quasi-inédit. Sur les radios jeunes, le talk se résume à de la « libre-antenne ». Nous allons, avec une forme jeune et des sujets bien choisis, être plus proches des radios de contenus d'adultes.

C'est le changement de contexte radiophonique – à savoir leur succès dans les sondages – qui vous a donné des idées pour faire évoluer Le Mouv' ?

En partie. On voit effectivement que des radios de talk ont

pris des jeunes au passage. J'ai aussi observé ce qui se faisait dans certains pays en tant que membre du groupe Eurosonic à l'UER (Union Européenne des Radios) et j'ai aussi l'expérience de Couleur 3 en Suisse puisque j'ai participé au chantier qui visait à repositionner la cible en passant plutôt de jeune ado à jeune adulte et plus de talk. Côté musique, on a vu dans les études que si les jeunes découvrent 50 nouveautés par jour sur Internet, quand ils branchent la radio, ils ont une attente et une volonté de prescription et de sélection. C'est aussi pour avoir quelqu'un qui parle. C'est tout cela qui nous a inspiré. Quelques pays européens ont déjà fait ce travail et il a payé.

Est-ce que cela suppose un changement dans le règlement de la station ? est-ce qu'il y a une demande à faire au CSA pour pouvoir parler davantage sur l'antenne ?

Non puisque nous restons une radio musicale même si les contenus parlés sont plus présents qu'avant. En plus du forum de deux heures de talk, nous faisons beaucoup d'éditorial musique. Il y a sur notre antenne des contenus de 30 secondes et d'autres de deux heures.

Combien de temps donnez-vous à cette formule pour s'installer ?

Dans les pays que je connais, notamment la Suisse avec l'expérience Couleur 3, ça a été assez long. Cette radio a commencé par perdre beaucoup avant de doubler son audience en quatre ans. A mon avis, il faut au moins une saison complète avant de parler chiffres.

Quels seraient vos objectifs d'audience ?

Pour l'instant, je ne les chiffre pas. Nous sommes actuellement à 0,7. Nous avons chuté, on ne peut pas le nier mais avec 28 villes. Ensuite, il faut voir ce que fait Le Mouv' sur les moins de 35 ans. Je crois que c'est autour de 38% ! Il faut redresser la barre et je crois qu'il est jouable de repasser au dessus du point symbolique.

Au jour d'aujourd'hui la principale souffrance du Mouv', c'est sa couverture qui est restreinte ?

Non, je dirai sa notoriété. Nous ne sommes pas encore très forts. Nous avons à peine 40% de notoriété à Paris. Le Mouv' a un public en province et des difficultés à Paris-Ile de France.

Les raisons ?

Le Mouv' est sur le marché des radios jeunes, qui est très concurrentiel. Et cette radio se prend de la part de ses concurrentes des offensives marketing qui sont assez énormes. En plus, notre cahier des charges ne nous permet pas toujours de faire plein d'opérations prestigieuses parce qu'on ne peut pas s'associer avec des marques, parce qu'on ne fait pas du spot au km, etc... La bataille est beaucoup plus dure pour nous pour investir, disposer d'un partenariat ou avoir un marketing à outrance...

Cela dit, il y a beaucoup de jeunes qui ont envie d'écouter quelque chose de différent ?

Tout à fait. Et c'est à ceux là qu'il va falloir faire connaître Le Mouv'. Nous sommes en train de finir

LE MOUV'

« il faut au moins une saison complète avant de parler chiffres »



un gros travail qui est « le savoir-faire » et désormais, il faudra booster le « faire-savoir ». Si la notoriété décolle bien, on pourra compter sur le travail extraordinaire de Radio France sur les applications pour écouter la radio sur tous les mobiles. On a même une application Facebook, un player pour réécouter la radio à la carte... Aujourd'hui, on peut écouter Le Mouv' presque partout dans le monde. Donc, la principale difficulté, c'est la notoriété.

Par contre, aucun problème dans les villes où vous émettez ?

C'est dur. En matière de com', nous n'avons pas toujours le cahier des charges permettant de développer tout ça. Dans les villes, il ne faut pas oublier qu'il y a les grands réseaux nationaux et souvent de gros réseaux locaux qui marchent très bien par la proximité et qui sont très forts et très présents sur le terrain. Mais il y a un public potentiel pour cette offre publique avec une approche jeune avec de l'info, de la musique et des contenus.

La force de cette radio, c'est sa différence ?

Sa différence, sa diversité, son ton, son indépendance. Autant je dirai qu'on est limité sur notre marché en offensive marketing, autant nous pouvons jouer une carte redoutable sur les contenus que les autres radios

« musicales » auront plus de mal à avoir.

Son style était un peu trop ronronnant avant cette métamorphose ?

Je ne pense pas mais il était temps de changer en observant les comportements des jeunes, les études, la société d'aujourd'hui et au delà de toute analyse ou de toute étude : quel est l'intérêt en 2010, époque du numérique et d'Internet de faire un média qui ne propose que de la musique avec annonce et désannonce ?

C'est risqué ce que vous tentez ?

Un peu.

Vous avez peur ?

J'ai une bonne bouée sauvetage. Quand on dirige une radio de service public, il n'y a pas de service public sans public et pas de service public sans service donc nous avons deux objectifs. Il y a notre cahier des charges et la mission. Et, je suis très à l'aise avec ça. Je crois que nous allons faire une radio pertinente. Reste à travailler pour aller chercher le public. Mais ce n'est pas la seule obsession. Si ça ne décolle pas, j'aurais fait les choses en bonne âme et conscience, en y croyant, en mettant des gens qui ont des vraies personnalités, qui ont plein de choses à transmettre, qui sont contagieux au micro, qui sont passionnés, passionnants, fantaisistes, en travaillant la diversité, en donnant un rôle aux femmes sur l'antenne... Je n'ai pas peur. On a ficelé la grille mais le travail ne fait que commencer et il sera sans relâche.

Avec votre directeur des programmes, vous êtes tout de suite entendu sur les choix et les nouvelles orientations ?

C'est quelqu'un qui est très bon pour la rythmique, la mécanique et même le marketing d'antenne. Il a une énorme expérience là-dessus. C'est un vrai homme de radio. Nous ne nous sommes pas entendus sur tout mais s'il est là, c'est parce qu'il croit beaucoup à la place de l'auditeur, au développement de l'interactivité, au forum et à une radio moins formatée.

Quels sont vos conseils aux équipes en place ?

Si je les ai engagés c'est parce qu'ils sont de grands professionnels, qui ont de l'expérience et qu'ils sont intelligents. Et donc, je leur ai dit de ne jamais oublier la fantaisie, d'innover, de bousculer et de ne pas être formaté. Ce que je veux avec Le Mouv', quand on entend quelqu'un qui prend la parole, je veux que ce ne soit plus pour ne rien dire ! Et, Jean-Luc Hees m'a donné une seule consigne « Pas de diffamation mais tout est permis ! ».

Sur quoi serez-vous le plus attentif dès le début du lancement de la grille ?

Je veillerai surtout sur les fins

d'après-midi parce que c'est là où il y a le plus gros virage. J'ai beaucoup d'impatience avec la nouvelle matinale mais j'ai ma petite idée parce que je connais le bonhomme pour l'avoir écouté sur Générations. Pour les fins d'après-midi, ce sont deux personnes que je connais en radio et qui vont faire des choses différentes. Les leaders de ces tranches vont innover à tous les points de vue : en ce qui les concerne mais aussi en ce qui concerne Le Mouv'.

Tous ces changements ne traduisent pas une autre radio qui est en train de naître finalement ?

Oui, on peut dire ça. Mais il faut ce genre de renouvellement pour Le Mouv'. C'est une radio jeune, et il faut que tous les trois ou cinq ans, elle se pose des questions, qu'elle tente, qu'elle s'adapte, qu'elle évolue !

Dans le même temps, Le Mouv' revient à Paris. C'était une erreur de l'installer à Toulouse ?

J'ai connu cette époque en 1997 et c'était une vraie différence. Ça allait avec le format de l'époque. C'était une décentralisation qui a permis au Mouv' de se forger une culture qui était moins parisienne. C'était assez pertinent et aujourd'hui, ce qui change, c'est que les acteurs radio d'aujourd'hui font plein de choses à côté. La radio n'est plus un seul métier. On a essayé en 2009 mais ce casting d'animateurs, on ne pouvait l'avoir qu'à Paris. Nous voulons plus de talk et donc plus d'invités. Et comme vous le savez, dans la culture et surtout dans la musique, il y a de moins en moins de budgets et de promos donc

moins de déplacements en région, ce qui rend les choses plus faciles à Paris. Tout cela répond aussi à une question d'époque. Pour moi, c'était tout sauf une erreur. C'était même très sain, à la fois novateur et ludique. Ça a incité beaucoup de créativité. Et puis, pour être tout à fait pragmatique, les moyens que l'on mettait dans des frais de transmission et de mission, aujourd'hui, nous avons choisi de les mettre dans la grille pour développer les contenus parlés. Et puis, se posait la question de la représentation de Radio France en région. La création France Bleu Toulouse, c'est un vrai projet de Radio France.

Vous souhaitiez vous éloigner de Paris et à présent, vous voulez surtout bien cibler Paris parce que c'est indispensable...

Oui mais pas forcément sur les contenus et l'antenne. Là où nous devons être forts, c'est sur le terrain, sur la com' et sur le public qui est sur cette région. Mais notre antenne n'évoquera pas pour autant que ce qui se passe à Paris. Loin de là !

Propos recueillis par Mickaël ROIX.