

« La radio a besoin d'un contenu riche plutôt qu'un flux musical »

Coulissémédias : La bande FM a probablement vécu. La radio est en train de vivre un grand tournant. Nous allons le voir dans un instant. Mais d'abord, quel bilan faites-vous de l'évolution de la bande FM ?

La bande FM a déjà bien vécu. Mais, elle n'est pas encore morte. Même si l'on prend en compte l'arrivée prochaine de la radio numérique, il ne faut pas oublier que le grand public est très bien équipé en matière de postes de radio. Et ceux-ci ne sont pas compatibles avec la radio numérique que

l'on nous promet. Il faudra quelques années avant que les radios arrêtent de diffuser sur la FM. Une double illumination sera donc à l'ordre du jour pour quelques temps.

Coulissémédias : Quelles ont été les métamorphoses importantes tout au long de ces années ?

Ce qui me marque le plus, c'est qu'il y a quelques années, on prédisait la mort des grandes enseignes généralistes comme RTL et NRJ promettait d'atteindre les 14 points d'audience nationale. Or, RTL est revenu très fort, NRJ n'a jamais atteint cet objectif et RMC revient en force... La radio a donc à nouveau besoin d'un contenu riche plutôt qu'un flux musical. L'iPod le fait très bien. La radio doit donc apporter un plus.

Coulissémédias : En matière de programmes et de créativité, quelle est la tendance qui se dessine actuellement ?

Je pense que les programmes parlés sont «tendances». En plus des progressions continues de RMC et d'RTL, regardez l'audience de Skyrock qui est principalement basée sur les talk-shows de l'excellent Difoool... Il a créé un talk-show jeune qui s'appuie sur un dialogue entre les auditeurs et une équipe radio dirigée par un modérateur.

Et bien, aujourd'hui d'autres radios jeunes ont installé le même concept sur leurs horaires de soirée. C'est dommage pour le média. Il vaudrait mieux proposer d'autres concepts. Les

copies étant toujours moins bonnes que l'original : cela n'apporte rien au média.

Je suis toujours très intéressé par ce qui se passe sur les radios québécoises. Tout comme nous, elles sont soumises aux quotas et essaient donc de trouver des solutions pour offrir un programme attractif. La plupart d'entre elles ont d'ailleurs considérablement diminué leur part de musique et ouvert des tranches entières aux talk-shows (ce qui n'a finalement pas rendu service aux labels qui avaient imposé ces quotas). Beaucoup de talk-shows sont basés sur l'humour. En ces périodes pas toujours très gaies, l'humour est une valeur sûre. Mais on peut aussi imaginer une libre antenne d'info déconnante, décodant l'actu pour un public jeune... En radio, tout est possible, il manque parfois l'envie du risque.

Coulissémédias : Après l'essor d'internet qui a déjà modifié les comportements d'écoute de la radio, on parle de plus en plus de la radio sur le téléphone portable. Comment analysez-vous cette évolution ?

C'est très intéressant. Plus il y aura de moyens d'écouter un programme, mieux ce sera.

Coulissémédias : Ces bouleversements vont donner la possibilité à l'auditeur d'écouter des milliers de programmes...

Je ne suis pas certain que les gens écoutent des milliers de programmes. Peut-être au départ pour l'attrait de la nouveauté. Mais finalement, cela ne sonnera pas le glas des programmes de mass-média. Le public apprécie de pouvoir écouter un même programme au même moment, de

pouvoir y réagir, d'en discuter entre eux, de se l'approprier. Ca a été le cas dans tous les temps : Europe 1 avec son «Salut les copains» ou quand ils étaient sur les barricades de mai 68, NRJ qui a mis les jeunes parisiens dans les rues de la capitale, Fun Radio et son Lovin'Fun...

Coulissémédias : Faut-il craindre cette concurrence qui va s'accroître considérablement ? On a déjà noté une forte chute de l'audience des musicales en un an dans la dernière enquête Médiamétrie...

On note une chute des musicales quand celles-ci ne répondent pas aux attentes du public ou qu'elles ne donnent ni le temps ni les moyens d'installer un concept. Je constate cependant que des stations comme Skyrock se maintiennent, que Fun Radio regagne des auditeurs depuis qu'elle a choisi un format clair et que des radios musicales régionales comme Contact ou Alouette n'ont jamais fait autant d'audience de toute leur histoire.

Coulissémédias : Comment analysez-vous ces transformations sachant que certaines villes ou régions sont encore à la peine pour obtenir des fréquences FM de quelques grandes radios ?

Attendons les résultats des appels à candidatures en cours ou l'arrivée de la radio numérique pour pouvoir nous prononcer.

Coulissémédias : Selon vous, quelles sont les radios qui ont un bel avenir dans ce grand tournant ?

Les radios qui ont un positionnement clair et précis. Les radios qui répondent aux attentes du public. Celles qui arrêtent de se regarder le nombril ou de copier d'autres stations. Mais je pense surtout que l'on retrouvera les grandes marques que le grand public connaît déjà.

Coulissémédias : Comment imaginez-vous l'évolution de SUD RADIO ?

Sud Radio a déjà commencé sa mue depuis environ 2 ans. La radio a choisi de se positionner sur le talk-show (d'où une forte baisse de la part de musique sur l'antenne). Nous avons



« En radio, tout est possible, il manque parfois l'envie du risque »

choisi un mix entre des shows et de l'info, notamment en promettant des flashs toutes les 30 minutes.

Nous alternons les émissions de divertissement avec des émissions d'actu. Nous sommes donc revenu sur le format généraliste historique de cette

radio qui a fêté ses 40 ans l'été dernier. Avec un tel héritage, nous ne pouvons pas faire de virage à 180 degrés. Et de toute façon, ce n'était pas notre envie. Il fallait remettre Sud Radio sur les starting-blocks et la remettre en position de conquête. C'est une très belle marque qui mérite de retrouver une grande place dans le paysage radiophonique.

Mais la prochaine grosse évolution de Sud Radio, c'est surtout de devenir réellement la radio du sud de la France. Aujourd'hui, nos frontières sont limitées sur le sud-ouest. Nous espérons donc pouvoir nous étendre pour informer et divertir tout le sud ! Être réellement la radio aux accents du sud.

Coulissémédias : Et le Jérôme Delaveau de demain ?

Me concernant, j'espère continuer à évoluer et à apprendre toujours plus. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'à mon départ de Contact Fm, j'ai préféré choisir ce poste à Sud Radio plutôt que de répondre aux sirènes de certaines musicales nationales.

Je me suis mis en danger mais j'avais envie d'enrichir mon parcours en pilotant une radio 100% talk-shows. Je connaissais bien les radios musicales pour avoir été aux commandes de radios régionales comme Scoop, Vibration ou Contact qui ont toutes fait de très bons scores d'audience. Je suis certain que j'aurai fait du très bon boulot sur une marque musicale nationale. Mais, il me fallait une expérience au sein d'une radio d'info pour compléter mes compétences.

Je suis encore jeune malgré plus de 20 ans d'expérience et je veux être totalement omniscient dans mon métier.

J'ai encore beaucoup à apprendre sur le format talk mais cette double expérience me permet d'appréhender le contenu des radios de façon différente et justement de préparer le futur.

Propos recueillis par Mickaël Roix