



Patrick Cohen et France Inter sont en tête des audiences chaque matin avec 1,6 million d'auditeurs. PHOTOGRAPHIE

Radios: la guerre des matinales

MÉDIAS C'est entre 7 et 9 heures que les rentrées publicitaires et les audiences sont à leur maximum. Dans cette tranche, les radios rivalisent d'invention pour écraser leurs concurrents. **Pages 2 et 3**

Le fait du jour

Les matinales, à l'heure

MÉDIAS Entre 7 heures et 9 heures, c'est le « prime time » de la radio : un maximum d'audience et de rentrées publicitaires. Un « marathon » aussi pour Jean-Jacques Bourdin, qui officie depuis 15 ans sur RMC. Reportage

DOSSIER RÉALISÉ PAR
JULIEN ROUSSET
jrousset@sudouest.fr

Il est 8 h 30. Jean-Jacques Bourdin se tient prêt. Souriant mais pas trop, droit dans sa concentration. Dans cinq minutes il va lancer l'interview politique qui couronne, en audience et en visibilité, « sa » matinale : 22 minutes d'un tête-à-tête au protocole strict (1). Le journaliste et son invité, aujourd'hui Philippe Nouchi de la CGT, se font face, seuls dans un studio préservé de toute interférence. Interdites, les oreillettes ou la présence de conseillers, d'attachés de presse... « Je voulais un décor nu pour que la conversation soit la plus directe possible », explique le pilier des matinées de RMC.

Chaque jour, le journaliste « tient l'antenne » pendant quatre heures, de 6 à 10 heures. Une performance sans équivalent sur les ondes françaises. Il se lève à 4 h 15, arrive à 5 h 30 dans les studios du groupe NextRadioTV (BFM, RMC), Porte de Versailles, à Paris. Une conférence de rédaction, un passage au maquillage, le voici au micro, il est 6 heures, cet animal radiophonique entame son marathon. Chef d'un orchestre où s'expriment une foule d'instrumentistes : journalistes, chroniqueurs, invités, auditeurs bien sûr — une heure de libre antenne leur est consacrée.

« Prime à la vie quotidienne »

Les séquences défilent dans un tourbillon maîtrisé, et dans un ajustement permanent avec ce qui se dit et s'annonce simultanément sur les autres radios. La ronde de l'information. « Une bonne matinale, c'est une question de rythme. Il faut savoir alterner les plages longues et courtes... », note Raphaël Duchemin, rédacteur en chef. C'est une ancienne de France Info. « Ici, on fait des choix de sujet beaucoup plus tranchés. Notre boussole, c'est la vie quotidienne des gens. On couvre peu l'international, sauf actualité importante, et quasiment pas l'institutionnel. Aller tendre le micro aux ministres à la sortie de l'Élysée, ça ne nous intéresse pas. » Ce matin, un sujet domine : la grève à la SNCF. « G comme grève, G comme galère », scandale le journaliste.

Plus de 2 millions de personnes écoutent chaque jour, en audience cumulée, « Bourdin direct ». Moins qu'Inter ou RTL, mais bien plus que le score de RMC quand cette matinale fut créée, en 2001. À l'époque, la radio monégasque n'en finissait pas de décrocher. Une vieille lady sur la Ri-

vière. À peine 2 points d'audience... L'homme d'affaires Alain Weill, venu du groupe NRJ, rachète la station. Frank Lanoux, son bras droit, est convaincu qu'elle ne peut rebondir qu'en se démarquant des autres généralistes. Comment ? En creusant un sillon florissant aux États-Unis, le « news and talk ». L'info et la parole.

Léopard d'Alain Weill

Au même moment, la carrière de Jean-Jacques Bourdin est au point mort. Il a 50 ans, vient de quitter RTL où il a passé vingt-cinq ans, dont un quinquennat à la barre des « Auditeurs ont la parole » : l'homme a une solide expérience de l'interactivité. Alain Weill le recrute, les deux outsiders vont gagner leur pari. RMC opère un retour spectaculaire dans la cour des grandes, portée par sa matinale et par sa star au visage bagar-

« L'invité de notre matinale, c'est l'auditeur, en aucun cas l'homme politique »

reux. L'œil sombre et ce sourire paradoxal, plus âpre que bonhomme... Pugnace, soulignent ses confrères. Populiste, se désolent, souvent, ses détracteurs. « Ce mot si vague, je ne sais plus ce que ça veut dire... Ce qui est certain, c'est que l'invité de notre matinale, c'est l'auditeur, en aucun cas l'homme politique. Et les gens doivent pouvoir s'exprimer librement chez nous, même si je ne suis pas toujours d'accord avec eux », explique celui qui a voté Bayrou en 2007 et Hollande en 2012. Il est 10 heures, les quatre heures de présentation viennent de s'achever. Fatigué ? Même pas. « Le plus exigeant, c'est le travail en amont. Tous les soirs, entre 18 heures et 20 h 30, je m'isole pour préparer chez moi, dans mon bureau, l'interview politique du lendemain ».

« Il faut être très concentré face à lui. On vient avec un message qu'on veut faire passer mais ce n'est pas facile car il garde, avec autorité, la maîtrise de l'interview », observe la sénatrice PS Marie-Noëlle Lienemann, invitée la semaine dernière. À peu près tous les hommes politiques « vont chez Bourdin », désireux, selon un conseiller en communication, de toucher, à travers RMC, un électoral populaire, politiquement versatile. Tous, sauf Nicolas Sarkozy. Le journaliste commente, de sa voix de stentor : « Il finira bien par venir ».

(1) Interview retransmise en directs sur BFM TV.



Jean-Jacques Bourdin, au micro de RMC, dans les studios parisiens du groupe NextRadioTV, jeudi 28 avril dernier.

« France Inter et RTL nettement

AUDIENCES Quelles sont, chaque matin, les radios les plus écoutées ? L'analyse de Philippe Nouchi

Philippe Nouchi est directeur de l'expertise média chez Vivadi, agence qui conseille les entreprises dans leur stratégie publicitaire.

« **Sud Ouest** » Médiamétrie a publié mi-avril son enquête trimestrielle sur les audiences radio. Ces résultats portent sur la période janvier-mars 2016. Quels en sont les enseignements pour les matinales ? **Philippe Nouchi** Patrick Cohen et France Inter sont toujours nettement en tête. Leur audience moyenne reste stable : 1,8 million d'auditeurs. Stabilité aussi pour RTL et Wes Calvi, avec 1,6 million d'auditeurs. Ces deux stations restent écartés avec Europe 1 : ces



Philippe Nouchi.
PHOTO SYLVAIN RENARD

résultats s'avèrent décevants pour la matinale conduite par Thomas Sotto qui, avec un peu plus d'un million d'auditeurs, recule sensiblement par rapport à l'automne dernier.

Et Jean-Jacques Bourdin ?

Son audience est légèrement en baisse : environ 700 000 auditeurs, en moyenne, entre 7 et 9 heures. Jean-Jacques Bourdin est à part dans ce paysage. Il joue la carte de la contre-programmation, sa matinale est très personnalisée, elle est totalement organisée autour de lui, alors que celles des autres radios reposent sur une succession de séquences, d'interventions... Elle dure aussi plus longtemps, quatre heures, et donne largement la parole aux auditeurs. Il n'a pas les audiences de France Inter ou de RTL, mais il a trouvé son public, qui lui demeure fidèle.

Pourquoi ces matinales sont-elles si stratégiques ?

Elles représentent pour la radio ce que le prime time est à la télévision : la période de la journée qui rassemble, de loin, le plus d'auditeurs. Les matinales concentrent une

où bondissent les radios

3 QUESTIONS À...

Jacques Esnous
Directeur de l'information sur RTL



1 Vous avez présenté la matinale sur RTL pendant une douzaine d'années, jusqu'à la fin 2003. Qu'est-ce qui a changé depuis ?

Les matinales d'aujourd'hui sont plus « personnalisées », plus identifiées à leur « maître de cérémonie ». À l'époque où j'officiais au micro, on disait « la matinale de RTL », « de France Inter », « d'Europe... » Aujourd'hui, on parle des matinales « d'Yves Calvi », « de Patrick Cohen », de « Thomas Sotto », leurs visages sont connus... Par ailleurs, l'environnement est nettement plus concurrentiel. Quand je présentais la matinale, les gens se levaient, allumaient la radio pour s'informer de ce qui s'était passé dans la nuit. On était dans l'info pure. Aujourd'hui, les gens ont encore le réflexe de la radio mais sont informés par des sources multiples - télévision, smartphone -, y compris tôt le matin ou dans la nuit. C'est pourquoi nous sommes davantage, avec Yves Calvi, dans l'explication, dans la pédagogie.

2 Que faut-il pour qu'une tranche d'information 7 heures-9 heures soit réussie ?

La matinale doit avoir une personnalité. Elle doit être en phase avec son antenne radio et avec leurs auditeurs. La matinale d'Inter ne ressemble pas à la matinale de RTL qui ne ressemble pas à la matinale de RMC... Et les trois marchent. Il faut, dans la présentation, de la fluidité, savoir passer naturellement d'un format à l'autre : journal, interview, débat, chroniques, humour...

3 Ya-t-il un ton spécifique aux matinales ?

Oui, l'« anchorman », celui qui orchestre la session, doit, tout en restant sérieux, avoir une forme de convivialité. À 7 heures ou à 8 heures, les gens se réveillent, on entre dans leur intimité, au petit déjeuner, ou dans leur voiture, avant la journée de travail : il ne faut pas employer un ton dur, stressant. Mais il faut avoir du tonus, une sorte de tonus positif : les auditeurs nous écoutent pour être informés, mais aussi pour se réveiller.

Cohen, Sotto, Calvi, Sintès... le jeu des sept stations

PROGRAMMES

Pas de matinale sans tête d'affiche. Aperçu

Patrick Cohen, France Inter, de 7 heures à 9 heures. Le matinalier le plus écouté de France, c'est lui. Patrick Cohen, 53 ans, a succédé en 2010 à Nicolas Demorand à la présentation du « 7-9 » de France Inter. Il a travaillé à RFO Guyane et à RTL (où il a animé « Les auditeurs ont la parole », avant Jean-Jacques Bourdin). Sur « Inter », il est entouré de journalistes (Léa Salamé, Bernard Guetta, Thomas Legrand, Héléne Jouan...) et d'humoristes (Charline Vanhoenacker, Sophia Aram, François Morel, Nicole Ferroni...). Cette matinale est prisée des « CSP+ », les cadres et cadres supérieurs (40% de l'audience globale, contre 34% pour RMC, 28% pour Europe 1, et 22% pour RTL, selon Médiamétrie).

Yves Calvi, RTL, de 7 heures à 9 h 30. Le présentateur de « C dans l'air » (France 5) est depuis 2014 le capitaine de « RTL Matin », session ponctuée par l'édition politique d'Alba Ventura, l'interview d'Olivier Mazerolle, les billets d'humeur de Nicolas Domenach, Éric Zemmour ou Guillemette Faure, la séquence « humour » de Laurent Gerra... Le style Yves Calvi, en un mot : la pédagogie. Il y a dix ans, le présentateur de la matinale de RTL se nommait... Patrick Cohen.

Thomas Sotto, Europe 1, de 6 heures à 9 heures. L'ancien présentateur de « Capital », sur M6, pilote depuis 2013 les petits matins d'Europe 1. Temps forts : la revue de presse de Natasha Polony, le billet de Daniel Cohn-Bendit, « la revue de presse » de Nicolas Canteloup, la morale de l'info (un pas de côté philosophique sur l'actualité, proposé par Raphaël Enthoven)... L'interview politique est assurée par l'immuable Jean-Pierre Elkabbach, entré à « Europe 1 » il y a 35 ans. Cette matinale a connu, sur le front des audiences, un hiver difficile.

Jean-Jacques Bourdin, RMC, de 6 heures à 10 heures. Hervé Gattegno, Laurent Neumann interviennent dans cette session centrée autour de Jean-Jacques Bourdin. Si elle fléchit dans ses audiences radio, l'émission gagne du terrain sur d'autres supports : télé (une partie est retransmise sur RMC Découverte ; une autre sur BFM TV), réseaux sociaux (420 000 abonnés sur Twitter, Jean-Jacques Bourdin est l'animateur de matinale le plus suivi sur ces réseaux).

Fabienne Sintès, France Info, de 6 heures à 9 heures. Celle qui fut longtemps grand reporter et correspondante de France Info aux États-Unis anime depuis deux ans la matinale de la radio, c'est la seule femme à occuper ce poste dans ce créneau.

FRANCE BLEU

« L'info chaude sur France Info, l'info froide sur Culture, l'info tiède sur Inter » : ainsi Frédéric Schlesinger résume-t-il la palette des matinales de Radio France, dont il coordonne les antennes. Quant au réseau France Bleu, « c'est le lieu de l'actualité locale et régionale », en particulier lors du journal de 8 heures.

Vincent Josse, France Musique, de 7 heures à 9 heures. C'est la « matinale culturelle » : Vincent Josse et Nicolas Lafitte reçoivent pendant deux heures musiciens, écrivains, comédiens... Des formations musicales (jazz, classique) jouent chaque matin en direct. Ce créneau devrait être remanié en profondeur à la rentrée, selon Frédéric Schlesinger, le directeur délégué aux programmes de Radio France.

Guillaume Erner, France Culture, de 6 h 30 à 9 heures. La vie des idées, l'actualité à travers le débat intellectuel : tels sont les sillons des « Matins de France Culture » animés depuis septembre dernier par Guillaume Erner, en remplacement de Marc Voinchet ; sa nomination fut la première décision majeure de Sandrine Treiner, directrice de France Culture depuis l'été 2015.

PHOTO ALAIN APPIVON/VABAC/AGF

nt en tête»

grande partie des audiences quotidiennes, donc des rentrées publicitaires : la part du 6 heures-9 heures dans les recettes publicitaires est d'environ 45% pour Europe 1 et RTL, et de 30% pour RMC. Par ailleurs, en termes d'image, ces matinales donnent le « la » de la grille. Elles portent l'identité de l'antenne.

Selon Médiamétrie, les audiences des généralistes s'affaiblissent. À l'heure du Net et des chaînes d'info continue, cette érosion est-elle inexorable ?

Je ne crois pas. Il y a eu une petite baisse sur cette vague, mais si l'on regarde sur une longue période, la radio, le matin, reste incontournable. En 2008, en tout, 53 millions de Français écoutaient, en audience moyenne, les généralistes entre 6 et 9 heures. Ils sont, selon la dernière enquête Médiamétrie, toujours le même nombre - 52 millions - en ce début 2016.



Yves Calvi (RTL), Patrick Cohen (France Inter), Thomas Sotto (Europe 1) et Thierry Josse (France Musique), les matinales des radios sont désormais très fortement identifiées à la personnalité de leur « maître de cérémonie ». PHOTOS AFP