

## Cité de la musique

## OBSERVATOIRE DE LA MUSIQUE

# Les radios de la Ferarock

Année 2005

#### André Nicolas

Responsable de l'Observatoire de la musique 221, avenue Jean Jaurès 75019 Paris

Tél. : 01 44 84 44 98 Email : <u>observatoire@cite-musique.fr</u>

Site internet: <a href="http://observatoire.cite-musique.fr">http://observatoire.cite-musique.fr</a>

### **SOMMAIRE**

Avant propos	5
Introduction	7
1. La Fédération	9
1.1. Historique	9
1.2. Organisation	9
1.3. Chiffres clés	
1.4. Objectifs	
1.5. Activités	11
2. Les partenariats musicaux	15
2.1. La mise en place des partenariats	
2.2. Les partenariats en 2004	15
2.3. Le suivi des partenariats par les radios	16
2.4. Les partenariats disques mis en place par les radios	17
3. Les radios	18
3.1. Implantation	
3.3. Financement	
3.4. Fiches de présentation	24
4. Insertion des radios au niveau local	25
4.1. Collaborations avec les disquaires	
4.2. Collaborations avec les bars et clubs	
4.3. Collaborations avec les salles de concerts	
4.4. Collaborations avec les festivals ou événements locaux	
4.5. Collaborations avec les médias locaux	
4.6. Le tissu associatif	
4.7. Actions de proximité avec les collectivités locales ou territoriales	
4.8. Activités annexes des radios	27
5. Stratégies de programmation des Radios	28
5.1. Méthodologie	
5.2. Les classements FERALIST	
5.3 Les classements XXX DE FRANCE	
5.4. Les classements des radios (du 1er au 15 mars 2005)	33
ANNEXES	35
Annexe 1 : Fiches de présentation des radios	
Annexe 2 : Classement Feralist du 1 <sup>er</sup> au 15 Mars 2005	
Annexe 3 : Questionnaire envoyé aux radios	

Enquête réalisée avec la collaboration de : Simon Guzylack, Serge Arzoumanov (chargés d'étude), Céline Lahaye (cartographe)

#### Avant propos

L'Observatoire de la musique a été chargé, depuis 2003, de mettre en place un traitement d'indicateurs permettant de « mesurer » la diversité musicale d'un panel de radios représentant 92,4% de l'audience des radios musicales en France.

Ce panel est composé de 31 radios, comprenant des radios nationales et des radios régionales de catégorie B.

Ce dispositif offre une analyse pertinente d'un état de la diversité musicale, mais ne permet pas, pour autant, une radiographie exacte du spectre radiophonique du fait du nombre important de radios qui ne sont pas traitées pour des raisons techniques et financières.

Pour compléter les travaux entrepris avec l'aide d'un comité technique, représentant à ce niveau, la totalité des organismes de diffusion, l'Observatoire de la musique a décidé de procéder à des enquêtes illustrant la diversité des réseaux, en particulier celui des radios associatives (de catégorie A), non représentées dans le panel.

Une première étude concernant le réseau IASTAR, fédération de 17 radios campus, a été réalisée en 2004.

Cette nouvelle étude porte sur la FERAROCK, une fédération de 26 radios associatives rock, dont 22 françaises. Ces radios ont pour objectif commun de diffuser principalement les musiques actuelles en émergence ou peu exposées sur les radios nationales et présentent un attachement au tissu local culturel et social.

Nous remercions la fédération et les responsables des radios FERAROCK pour leur coopération.

#### Introduction

La FERAROCK - Fédération des Radios Associatives Rock - est une association unissant entre elles des radios associatives (radios de catégories A¹, éligibles au FSER²) ayant une même stratégie de positionnement.

En effet, ces radios ont pour caractéristique commune de diffuser principalement les musiques actuelles en émergence et/ou peu exposées sur les radios nationales.

Elles accordent un regard particulier à la scène française et à l'espace francophone et fondent leur engagement sur des valeurs partagées : une libre expression et participation de leurs adhérents, un attachement au tissu local culturel et social et à la notion de diversité et de découverte musicale et culturelle.

La FERAROCK n'est pas pour autant un réseau de programmation, mais un regroupement de radios dont les programmation sont souvent différentes.

La FERAROCK fédère 22 radios françaises, ainsi que 4 radios dites « cousines » (2 radios belges et 2 radios canadiennes). Le périmètre d'investigations portera dans cette étude sur les 22 radios françaises.

La FERAROCK coordonne au niveau national des initiatives politiques, économiques et culturelles de ses membres, et installe des chantiers d'envergure nationale.

#### La fédération travaille autour de 4 axes principaux :

- La représentation de ses membres auprès des instances professionnelles et institutionnelles,
- La promotion de l'identité culturelle et artistique de ses radios membres,
- Le soutien à la scène musiques actuelles française en émergence ou peu médiatisée,
- La mutualisation des moyens humains, techniques, financiers entre radios membres et l'expérimentation en matière de nouvelles technologies.

© Observatoire de la musique · 2005

Les radios de catégorie A sont les radios locales associatives. Il s'agit de radios non commerciales aux ressources commerciales inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires. Elles sont éligibles au Fonds de soutien à l'expression radiophonique.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Le FSER (Fond de Soutien à l'Expression Radiophonique): les textes prévoient le versement d'une aide financée par une taxe assise sur les sommes payées par les annonceurs pour la diffusion, par voie de radiodiffusion ou de télévision, de leurs messages publicitaires.

Cette aide est attribuée aux radios hertziennes éditées par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité lorsque leurs ressources commerciales sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total.

Ces aides sont attribuées sur proposition d'une commission composée de 11 membres nommés pour 3 ans par arrêté du ministre de la culture et de la communication : un président, membre du Conseil d'État, de la Cour des comptes ou de la Cour de Cassation, quatre représentants de l'État (budget, affaires sociales, culture, communication), quatre représentants des radios associatives et deux représentants des régies publicitaires.

#### 1. La Fédération

#### 1.1. Historique

Suite au festival les Etats Généraux du Rock qui s'est tenu à Montpellier en 1991, dressant un bilan annuel de la scène française, 6 radios pionnières: 666, BETON, DIO, EKO PRIMITIVE et FMR - se sont rencontrées autour de points communs tant au niveau de leurs programmations qu'au niveau de leur fonctionnement général.

Ces six radios décident alors de se fédérer en créant la FERAROCK.

La création de la fédération avait pour but de :

- Regrouper des radios associatives à thématique rock,
- Défendre les intérêts des radios.
- Représenter et coordonner les radios, selon les modalités qu'elles se seront fixées en Assemblée Générale, auprès de tout interlocuteur.

A la fin 1991, la FERAROCK comptait déjà 18 radios. Au cours de ces quinze dernières années, de nombreuses radios ont adhéré, d'autres se sont désengagées, ne cadrant plus vraiment avec les objectifs de la FERAROCK.

Petit à petit, les motivations premières de la création de l'association se complexifient avec l'arrivée de nouvelles radios et donc l'émergence de nouvelles problématiques.

#### 1.2. Organisation

La FERAROCK, constituée en association sous le régime de la loi 1901, se réunit en assemblée générale une fois par an pour traiter des questions statutaires et des grands chantiers en cours.

Au cours de l'année, les adhérents se réunissent au moins trois fois dans des réunions plénières, se déroulant dans les locaux de l'une des radios adhérentes ou alors sur le lieu de festivals (PRINTEMPS DE BOURGES, TRANSMUSICALES).

Le Conseil d'administration, composé de 10 personnes, se réunit tous les deux mois. Le bureau, composé de 6 personnes, se réunit quant à lui tous les mois.

Tous les trois ans, la FERAROCK organise un séminaire sur des thématiques nouvelles.

Conformément aux statuts, une radio qui souhaite faire partie de la fédération doit répondre à certaines modalités :

- La radio doit exister depuis au moins un an dans un format de programmation musicale proche de celui des radios FERAROCK.
- La radio doit être parrainée par la radio FERAROCK géographiquement la plus proche. Cette dernière visite la radio candidate, étudie son fonctionnement et les rapports entretenus avec les acteurs des musiques actuelles sur son territoire d'intervention.
- La candidature est soumise à acceptation par l'ensemble des radios en réunion générale.

Depuis trois ans, deux nouvelles radios ont adhéré à la fédération; deux radios se sont par ailleurs désengagées: une radio parisienne (Radio Neo), dont le fonctionnement était trop éloigné des autres radios de la fédération, et une radio bordelaise, qui ne respectait plus ses obligations.

Ne s'agissant pas d'un réseau de programmation, les radios gardent le contrôle de leur programmation musicale et de leur grille de programmes. Il leur est cependant imposé de réserver un créneau hebdomadaire d'une heure destiné à la programmation d'une émission réalisée par l'une des radios adhérentes, présentant ses découvertes régionales, ainsi qu'à la diffusion d'émissions de partenariat.

Les radios adhérentes doivent respecter d'autres engagements que sont l'édition de classements bimensuels et mensuels, et la diffusion de spots relatifs à des partenariats.

#### Contacts de l'association :

Président	Coordinatrice	Assistant de la communication
Dominique Marie	Stéphanie Thomas	Gael Cordon
BP 18	9-11 rue de Dinan	com@ferarock.com
10420 Les Noës près Troyes	35000 Rennes	
dmarie@ferarock.com	Tél. : 02.23.48.62.78	
	Fax: 02.23.48.62.78	
	Port: 06.62.30.25.42	
	stiff@ferarock.com	

#### 1.3. Chiffres clés

La FERAROCK est composée de 26 radios adhérentes dont 22 radios françaises, 2 radios belges et 2 radios canadiennes.

La FERAROCK emploie 2 salariés permanents (1 à temps plein et 1 à mi-temps).

Chaque radio emploie de 1 à 8 salariés (dont la plupart à temps partiel), et de 10 à 150 animateurs bénévoles, soit un total de 81 salariés pour l'ensemble des 22 radios et plus de 1 150 bénévoles. Plus de la moitié de ces 81 emplois correspondent à des contrats aidés avec 43 CES, CEC et emplois jeunes.

Le public visé par les radios est identifié par la FERAROCK comme appartenant à la tranche d'âge 25/35 ans.

La FERAROCK estime les bassins de population situés dans les zones d'émission de l'ensemble des radios à 12 millions d'individus.

L'audience des radios de la fédération est estimée, selon les radios, entre 2 500 et 17 000 auditeurs.

Le budget de l'association FERAROCK s'élève, en 2004, à 33 600 euros :

- 53 % du budget est composé de l'aide CNASEA,
- 30 % des cotisations et des ressources liées aux partenariats.

Le montant de la cotisation est de 200 euros par radio, les radios hors France ne versent pas de cotisations.

#### Principales sources de financement de l'association

SOURCE DE FINANCEMENT	2003	2004	
CNASEA	17 919	17915	
COTISATIONS DES RADIOS	5550	3800	
PRESTATIONS ET PARTENARIATS	4663	6135	
SACEM - PROJET DISCOVERY	-	4000	
MINISTÈRE DE LA CULTURE	4500	-	
MINISTÈRE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS	800	-	
OSCR	80	632	
AUTRES	1043	1105	
BUDGET TOTAL	34 555	33 587	

#### 1.4. Objectifs

Les objectifs statutaires de l'association FERAROCK sont :

- Le soutien de la scène musiques actuelles française en émergence ou peu médiatisée,
- La promotion de l'identité culturelle et artistique des régions d'implantation des radios FERAROCK.

Les radios se doivent d'être un espace de diffusion et de liberté pour tous les artistes, hors variétés et musique classique. Les radios soulignent leur participation au développement musical français en étant des acteurs de la scène locale, par le soutien des productions, des groupes, des spectacles, des lieux de diffusion, des différents intervenants sociaux et culturels.

La FERAROCK est aussi un réseau d'entraide et d'échanges de savoir et de compétences entre ses adhérents. Ce réseau doit leur permettre de se développer tout en gardant l'esprit de radios libres, autrement dit de radios déliées de toute contrainte commerciale.

#### 1.5. Activités

Dans le cadre de ses objectifs, les principales activités de la FERAROCK sont :

- l'édition de classements
- le développement d'échanges avec le secteur professionnel
- le développement d'échanges entre les radios
- le développement du label «radios découvertes»
- la défense et la représentation de ses membres

#### ✓ L'édition de classements

La FERAROCK édite deux classements : la FERALISTE et le XXX DE FRANCE. Compilés à partir des classements fournis par les radios adhérentes (les périmètres de ces classements peuvent de ce fait n'être pas totalement homogènes), ils illustrent périodiquement les plus fortes diffusions constatées sur les radios de la fédération. Publiés sur le site internet de la FERAROCK, ces classements sont repris mensuellement par la presse musicale spécialisée : LES INROCKUPTIBLES et ROCKSOUND.

#### ✓ Le développement d'échanges avec le secteur professionnel

#### • La presse spécialisée

Depuis deux ans, les classements FERAROCK sont, par exemple, édités mensuellement dans le magazine LES INROCKUPTIBLES. La FERAROCK s'associe régulièrement aux compilations offertes aux lecteurs du magazine, ce partenariat se traduisant d'une part par l'apposition du logo de la FERAROCK sur l'emballage du disque, et d'autre part, chaque mercredi, par la diffusion sur l'ensemble des radios, d'un spot publicitaire promotionnel signé LES INROCKUPTIBLES accompagnant la sortie du disque.

En 2005, un partenariat ponctuel a été initié avec le journal LE MONDE durant le PRINTEMPS DE BOURGES avec des chroniques, intitulées « Le Monde des rencontres », diffusées à l'antenne durant le festival.

#### Les associations

#### - Le FAIR

La FERAROCK soutient les activités du FAIR, association créée en 1989 à l'initiative du Ministère de la culture, participant à la promotion d'artistes en développement.

La FERAROCK participe aux appels à candidature du FAIR par la diffusion de spots, puis au suivi des groupes sélectionnés par des diffusions promotionnelle. Les radios restent libres de l'opportunité de diffuser la compilation du FAIR.

Pour ce soutien, la FERAROCK reçoit 1800 euros de la part du FAIR et se retrouve associée à la visibilité de l'association, par l'apposition du logo FERAROCK sur l'ensemble de ses supports de communication et compilations.

#### - La FEDUROK

La FEDUROK est une fédération de lieux de musiques amplifiés et actuelles, rassemblant plus d'une cinquantaine de lieux, répartis sur l'ensemble du territoire national. Ces lieux promotionnent des pratiques artistiques musicales dédiées aux nouveaux talents en étroite relation avec des publics de proximité. La FEDUROCK assure la promotion des technologies de sonorisation. Les projets artistiques et culturels des structures adhérentes s'articulent autour d'une action culturelle principalement construite à partir de la diffusion mais aussi, de plus en plus, autour de la formation, de l'accompagnement artistique, et du soutien à la création.

Un partenariat a été engagé entre la FERAROCK et la FEDUROK, apportant un plus grand rayonnement à leur communauté d'intérêt. Ce partenariat se traduit par des actions sur le plan politique, pour lesquelles l'action conjointe des deux associations accroît leur capacité de négociation.

Le projet MONTE CHARGE, constituant la vitrine de ce partenariat, a été initié par la FEDUROK. L'objectif du projet est de développer des actions favorisant la professionnalisation des artistes en développement.

La FERAROCK participe à la promotion des artistes sélectionné.

#### - Le RESEAU PRINTEMPS

Le RESEAU PRINTEMPS est un programme de soutien des artistes découvertes du PRINTEMPS DE BOURGES.

La FERAROCK est partenaire du RESEAU PRINTEMPS à différents niveaux :

- Elle participe au jury de sélection des groupes découvertes,
- Pendant le festival, les radios réalisent des interviews des artistes découvertes,
- La FERAROCK poursuit ensuite un travail d'accompagnement après le festival.

#### ✓ Le développement d'échanges entre les radios

En addition aux échanges informels entres programmateurs, la FERAROCK a initié le programme DISCOVERY : mensuellement, une radio FERAROCK réalise une émission d'une heure sur la scène locale de sa région et ses coups de cœur, ce programme étant ensuite diffusé sur l'ensemble des radios FERAROCK.

L'objectif de ce programme, subventionné par la SACEM, consiste en la découverte des artistes locaux défendus par chacune des radios. Ces artistes bénéficiens ainsi d'une visibilité accrue. Le contenu de chaque émission est défini librement par la radio organisatrice (interviews longues ou citations avec mordeaux). En 2004, des émissions DISCOVERY ont été réalisées par les radios BEAUB FM, BETON, DIO, EKO, FMR, et PRIMITIVE.

#### Quelques exemples d'émissions :

- DISCOVERY RADIO PRIMITIVE (Reims): Historique des musiques actuelles à Reims et interventions courtes des groupes cités (Les combinaisons: Les grosses dames; Le vieux Thorax: Célibataires; The Film: Can you touch me; Western Special: Will You?; Gavroche: Code Bare; Kayans: My Strength; Fovea: Le monde n'est pas ton ghetto; Big Charley & the boogie men: Jump, jive & wail)
- DISCOVERY RADIO SOL FM (Lyon) : axé sur la scène actuelle, interviews longues des groupes cités (Sons of Buddah, Mihai Ederish & Daitro, Miss Fire, Cheac Peas, Miss Goulash, Overmars)
- DISCOVERY FREQUENCE MUTINE (Brest): axé sur la diversité des formes musicales brestoises (garage, noise, club et electro), interviews longues des artistes (Sprayback : Ballade pour un paumé ; Zwieback : Roccky Mout ; Scotchy Dub : Is this love ? ; Sheer K : The Fall)

Aux côtés du projet DISCOVERY, le chantier « nouvelles technologies », très actif en 2004 et 2005, a pour ambition la création de plates formes informatiques expérimentales favorisant les échanges.

#### ✓ Actions en faveur d'artistes en émergence

L'axe de travail et de programmation des radios de la FERAROCK, illustré par le slogan « radios découvertes », est orienté sur la découverte, le défrichage et la promotion des scènes, artistes, et initiatives musiques actuelles et amplifiées.

Les radios diffusent de manière soutenue des artistes autoproduits ou sur des labels spécialisés en programmant de nombreux nouveaux artistes. Cette prise de risques est facilitée par leur fonctionnement non-commercial.

Les radios diffusent certains artistes en développement sur leur antenne au même titre que des artistes déjà rodés et reconnus. Les radios seraient souvent les seules radios de leur région programmant des découvertes, programmant et invitant des artistes locaux. La plupart des radios (dont RADIO BETON et SOL FM, par exemple) programment régulièrement une dizaine d'artistes régionaux qui bénéficient de rotations soutenues.

A travers les échanges de programmes avec les autres radios FERAROCK, et notamment par l'intermédiaire du programme DISCOVERY, des artistes peuvent bénéficier d'une diffusion à l'échelle nationale.

Les radios estiment participer au suivi d'artistes par :

- Le suivi des partenariats de la FERAROCK à travers la programmation, les interviews, les annonces de concerts.
- Les partenariats installés directement par la radio à travers la diffusion plus marquée de titres, des annonces de concerts et d'actualités éditoriales...
- L'organisation de concerts pour quelques radios des artistes soutenus, des tremplins rock ou des soirées-concerts associés à des émissions spéciales. Les soirées « Indé-couvrables » de la radio GRAF'HIT en sont un exemple.

#### ✓ La défense et la représentation de ses membres

#### • En interne

La FERAROCK assure une veille générale dans ses domaines d'activités, informe, mutualise et met en place des actions de défense des intérêts de ses membres.

© Observatoire de la musique - 2005 Page 13

La Ferarock suit actuellement le débat sur le développement du MEDIA MUSIC CENTER. Cette avancée technologique suscite de nombreuses réticences auprès de ses membres, au nombre desquelles nous pouvons citer le coût important de mise en place, les problèmes de stockage des données, le décalage entre des stratégies de programmation axées sur de la diffusion d'albums et l'envoi de titres, l'inadaptation à la découverte et à la promotion d'artistes locaux...

La FERAROCK et les radios se concertent sur des réflexions plus générales comprenant le secteur des musiques actuelles et amplifiées, comme ce fut le cas par exemple lors des rencontres interprofessionnelles entre labels indépendants, salles de concerts de la FEDUROCK et radios de la FERAROCK lors des TRANSMUSICALES de Rennes en 2004 et du PRINTEMPS DE BOURGES en 2005.

• La représentation aux différents comités institutionnels

#### - Le CNAR Culture

La Ferarock fait partie des réseaux et fédérations signataires du CNAR Culture, Centre National d'Appui et de Ressources pour la filière Culture.

Le CNAR Culture s'est constitué en juillet 2004 pour apporter un appui au réseau des DLA (Dispositifs locaux d'accompagnement - aides aux associations employeuses) créés sur chaque département par le ministère de l'Emploi, du travail et de la cohésion sociale, et la Caisse des dépôts et consignations.

L'enjeu est de renforcer l'efficacité du DLA et, plus largement, de contribuer à la consolidation et au développement des activités et des emplois d'utilité sociale dans le secteur de la culture.

- Le Comité sur les indicateurs de la diversité musicale dans le paysage radiophonique

L'Observatoire de la musique a mis en place un dispositif permettant de mesurer la diversité musicale dans les radios suite à la remise, en 2001, au ministère de la culture, du rapport Baptiste, analysant les relations entre les radios et la filière musicale. La Ferarock est signataire de l'accord professionnel regroupant les radiodiffuseurs, les producteurs de phonogrammes et les auteurs et éditeurs de musique, et participe activement aux travaux.

L'observation des indicateurs fait l'objet d'un rapport annuel remis au Ministre de la Culture et de la Communication et au Président du CSA.

- Le sous-groupe « Radios associatives » de la Commission Baptiste

Ce sous-groupe a été créé en 2001 sur une préconisation du même rapport Baptiste. Il a pour objet de travailler sur l'évolution des relations entre maisons de disques et particulièrement la place des radios locales, notamment associatives, et des producteurs indépendants dans les accords commerciaux qui se substituent de plus en plus aux partenariats artistiques, et la diversification des activités des radios et des maisons de disques notamment sur l'internet.

- La concertation nationale des musiques actuelles

La Ferarock entre en janvier 2005 dans ce processus de réflexion mis en place par le ministère de la culture, ayant pour objet de réaliser une analyse globale des musiques actuelles qui puisse être portée par les acteurs du secteur professionnel, les collectivités territoriales et les services de l'Etat, afin d'engager un processus de coopération, de structuration et de développement.

© Observatoire de la musique - 2005 Page 14

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Il est important de rappeler que ces partenariats peuvent également concerner des autoproductions, ce critère de qualité de l'enregistrement est donc à prendre en compte.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Pour pouvoir bénéficier d'un partenariat Ferarock, il est nécessaire qu'un disque soit distribuée dans toute la France et non pas uniquement dans une région.

#### 2. Les partenariats musicaux

Une grande part de l'activité de la FERAROCK repose sur la mise en place de partenariats d'ampleur nationale sur des tournées, des festivals et surtout avec des maisons de disques sur des sorties d'albums.

En plus d'assurer la promotion d'artistes, cela permet également au réseau de bénéficier d'une plus grande visibilité au niveau national (en apposant le logo de la FERAROCK sur la communication des partenaires comme par exemple sur les affiches de tournées, les tracts de concerts, les autocollants sur les boîtiers des CD).

#### 2.1. La mise en place des partenariats

Les partenariats disques de niveau national sont mis en place hebdomadairement (avec un maximum de 3 partenariats par semaine).

- Ils sont décidés par le comité d'écoute constitué de 6 radios désignées par l'Assemblée Générale et la coordinatrice FERAROCK (sont pris en compte des critères de qualité du son³, caractère novateur de l'œuvre proposée, compatibilité du style musical avec la programmation « générale » de l'ensemble des radios membres, projet professionnel du groupe, la distribution envisagée⁴).
- Le partenariat retenu est proposé aux radios, il y a peu de refus, en général toutes les radios y participent sauf dans le cas de la chanson française ou des genres musicaux plus en marge comme le hardcore, expérimental. Certaines radios sont en effet moins intéressées par ces courants musicaux.

#### 2.2. Les partenariats en 2004

La Ferarock a mis en place 69 partenariats en 2004 :

- avec des festivals
- avec des tournées d'artistes
- avec des labels

#### ✓ Partenariats avec des festivals

9 partenariats portent sur des festivals : PRINTEMPS DE BOURGES, TRANSMUSICALES DE RENNES, EUROCKÉENNES, PRIMAVERA SOUNDS FESTIVAL, BENICASSIM, 3 ELEPHANTS FESTIVAL, JAZZ À MONTRÉAL, BARS EN TRANS FESTIVAL, DÉCOUVERTES DU RÉSEAU PRINTEMPS.

Pour 6 de ces festivals, l'implication des radios s'est concrétisée par la diffusion d'une émission d'une durée d'une heure annonçant l'événement.

Indépendamment de cette émission, pour les EUROCKÉENNES, le PRINTEMPS DE BOURGES et les TRANSMUSICALES, des spots promotionnels ont été diffusés par les radios. La FERAROCK disposant d'un studio sur place pour ces trois festivals, des interviews sont réalisées, ainsi que des enregistrements de concerts.

En 2005, la FERAROCK, partenaire des mêmes festivals que pour l'année 2004, a élargi son rayonnement avec le MONTREAL JAZZ FESTIVAL pour lequel une équipe a été dépêchée sur place.

✓ Partenariats avec les tournées d'artistes

10 partenariats portent sur des tournées d'artistes : 100g de tête, Fred Poulet, King Khan, Laetitia Sheriff, Le Nombre, Manimal, Palindrome, Spy, Troublemakers, Zurribanda.

Les radios de la FERAROCK assurent la promotion du concert par la diffusion de spots, ainsi que par l'accélération des rotations, en nombre, consacrées à l'artiste. Des interviews des artistes sont régulièrement organisées lors de leur passage en région.

- ✓ Les partenariats labels portent sur plusieurs sorties de disques :
  - 47 partenariats portent sur des sorties de disques
  - 3 partenariats ont été organisés avec des labels : LOLLIPOP, OVERCOME et SUBSONIC

Les partenariats disques s'étendent sur une semaine, ils impliquent de la part du label ou des artistes, la mise à disposition de lots qui seront mis en jeu sur l'antenne des radios, à l'occasion de jeux diffusés une fois par jour durant la semaine du partenariat. La diffusion d'un titre de l'album est programmée au moins une fois par jour concomitamment à l'annonce du jeu.

En retour, le partenaire doit apposer le logo de la FERAROCK sur les supports de communication utilisés pour la promotion du disque ainsi que sur la jaquette. Cette formalité assure ainsi à la fédération une visibilité accrue.

Les partenariats disques / labels peuvent être scindés en deux catégories distinctes : les partenariats « de type lourd » (au nombre de 20), et les partenariats dits « plus légers » (au nombre de 30) selon la typologie utilisée par la FERAROCK.

- Les partenariats de type lourd comprennent outre la semaine de promotion. la diffusion d'une émission spéciale d'une heure (réalisée par une radio FERAROCK à la charge du label ou de l'artiste), par l'ensemble des radios participantes.

En 2004, la fédération FERAROCK a reçu en moyenne 20 demandes de partenariats par mois pour un maximum mensuel de 12 opérations menées, dont 4 partenariats de type lourd.

#### 2.3. Le suivi des partenariats par les radios

Les pratiques des radios sur ce plan sont assez différentes.

En effet, les partenariats FERAROCK n'impliquent pas automatiquement l'entrée dans la programmation des radios de l'album référencé voire un nombre plus important de diffusions du disque concerné.

- Pour la moitié des radios, la participation à un partenariat disque de la FERAROCK entraı̂ne effectivement un nombre plus important de diffusions du disque. A partir de deux passages par jour en programmation générale, un disque a de fortes chances d'apparaı̂tre dans le classement des titres les plus diffusés sur la radio ; de ce fait pour ces radios, les disques dont la FERAROCK est partenaire apparaissent tous dans le classement hebdomadaire de l'opération de partenariat.
- Pour les autres radios qui se défendent d'être un lieu de promotion mais revendiquent leur choix de radio de découverte, la participation à ce genre d'opération FERAROCK n'entraîne pas une visibilité du disque dans le classement Feralist. Les disques des opérations FERAROCK sont bien diffusés au minimum une fois par jour dans l'annonce du jeu à l'antenne et peuvent l'être lors d'émissions spécialisées uniquement.

Les partenariats hebdomadaires de la FERAROCK sont analysés régulièrement afin d'optimiser ce processus de promotion.

Cette réflexion a commencé en 2004 et se poursuit aujourd'hui, autour d'une possible réforme des partenariats avec la volonté de :

- Classifier les genres musicaux pour mettre en valeur des œuvres proposées : des partenariats « spés » pour des styles musicaux dits « extrêmes » ou vraiment spécifiques nécessitant une préparation en amont plus importante, et une plus large information des auditeurs.
- Proposer des partenariats non seulement aux productions mais également aux artistes ou aux groupes en réel développement, selon leurs projets professionnels. Cette stratégie permet, par ailleurs, une formation sur le plan communication / médias.

#### 2.4. Les partenariats disques mis en place par les radios

A côté des partenariats proposés par le réseau, d'autres opérations sont mises en place directement entre une radio et le label (ou l'artiste). Ceux-ci sont mis en place soit à l'initiative du label (lors de son travail de promotion) soit à l'initiative des radios si elles souhaitent défendre un artiste en lui donnant plus de visibilité à l'antenne ou mettre en place un événement autour de la sortie d'un album.

C'est ainsi que certaines radios ont proposé en 2004 moins de 5 partenariats de ce type sur leur antenne alors que la radio FMR en a proposé, quant à elle, plus de 80. Le volume de partenariats dépend de la volonté des radios mais également des labels. Certains labels sollicitent plus ou moins, en fonction d'affinités repérées. Si certaines radios affirment avoir été sollicitées une douzaine de fois, d'autres reconnaissent l'être plus de 100 voire 150 fois.

Par ailleurs, certaines radios comme RADIO BETON ou BALLADE organisent ce genre de partenariat uniquement pour des artistes locaux ou autoproduits, ce qui met en évidence leur volonté de soutien à ces artistes.

En général ces partenariats sont proches des partenariats de « type léger » de la FERAROCK. La radio diffuse des titres de l'album et fait gagner des CD à ses auditeurs. Il n'y a pas, dans ce cas, d'apposition de logo de la radio sur les supports de communication relatifs à la sortie du disque, ni celui de la FERAROCK (qui n'est pas partie prenante de ce partenariat).

De la même manière que pour les partenariats du réseau, ces opérations ont une durée d'une semaine (ou 10 à 15 jours pour quelques radios).

Ces partenariats s'établissent d'une manière assez différente : .

Contrairement aux partenariats de la FERAROCK, ces partenariats ne sont mis en place que si l'album est déjà diffusé à l'antenne, en soutien à l'artiste. Il résulte que ces albums sont donc visibles dans les classements de la radio avant la semaine du partenariat. Pour certaines radios, ces promotions entraînent obligatoirement un meilleur positionnement à l'occasion des classements effectués (la radio s'engageant à 3 diffusions/jour en programmation générale et des diffusions en émissions spécialisées). Ces partenariats disques sont relayés parfois par la présence du disque en borne d'écoute des magasins de disques partenaires de la radio (comme c'est le cas avec JET FM à Saint Herblain).

#### 3. Les radios

Les radios membres la FERAROCK, qui se retrouvent autour d'objectifs communs, et qui défendent un format de programmation se différencient pour autant du fait de leur localisation et des moyens (financiers et humains) dont elles disposent.

#### 3.1. Implantation

Selon la typologie utilisée par la FERAROCK, les radios sont différenciées entre radios urbaines / sub-suburbaines et rurales.

20 radios urbaines et sub-urbaine, localisées en centre-ville ou en périphérie proche :

- ARVERNE à Clermont Ferrand
- BEAUB FM à Limoges
- RADIO BETON à Tours
- RADIO COTEAUX à Saint Blancart
- C'ROCK à Vienne
- RADIO DIO à Saint Etienne
- L' EKO DES GARRIGUES à Montpellier
- RADIO FMR à Toulouse
- FREQUENCE MUTINE à Brest
- RADIO PRIMITIVE à Reims
- RADIO EN CONSTRUCTION à Strasbourg
- RCV à Lille
- RADIO 666 à Hérouville St Clair près de Caen
- CANAL B à Bruz près de Rennes
- RADIO GRESIVAUDAN à Crolles près de Grenoble
- JET FM à St Herblain près de Nantes
- SOL FM à Oullins près de Lyon
- GRAF'HIT à Compiègne
- PFM à Arras
- VALLEE FM à Marne-la-Vallée

#### 2 radios rurales:

- COLORIAGE à Fain les Moutiers à 50 km de la «ville»
- RADIO BALLADE à Esperaza

Il faut également compter les 4 radios « cousines » de catégorie internationale :

CIBL à Montréal (Canada), CHUO FM à Ottawa (Canada), RADIO EQUINOXE à Namur (Belgique), RADIO PANIK à Bruxelles (Belgique).

# IMPLANTATION DES RADIOS FERAROCK et les trente premières agglomérations françaises



Nous observons une absence de radios FERAROCK dans certaines agglomérations importantes telles que Marseille et Bordeaux. Nous observons également une concentration de radios FERAROCK dans la région de Lyon-St Etienne.

© Observatoire de la musique - 2005 Page 19

#### 3.2. Composition des équipes

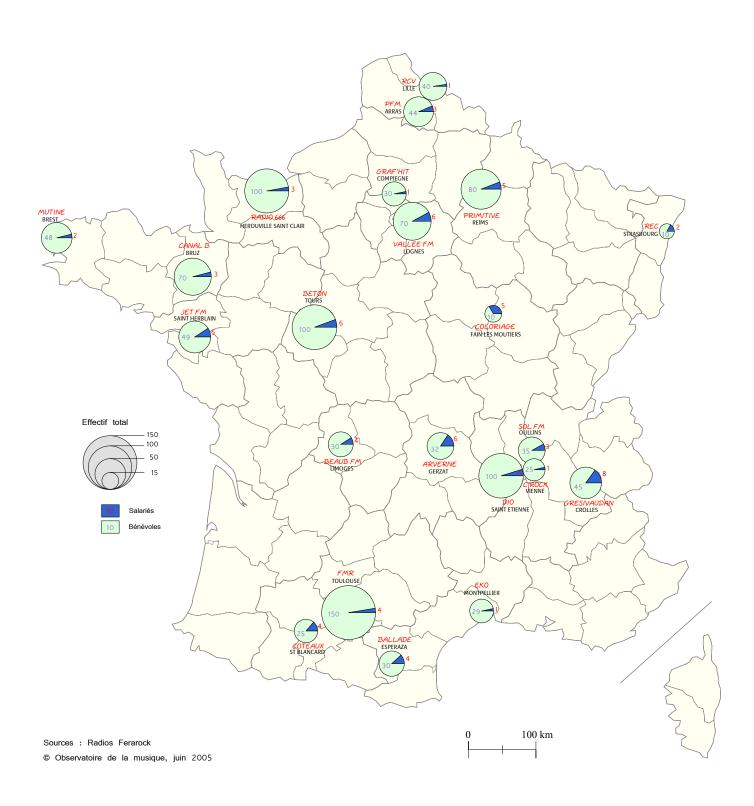
Les effectifs des radios par type de contrat

					SALAF	RES			
NOM	Total	CDI	CDD	CES	CEC	Emplois jeunes	Intermittent	BENEVOLES	EFFECTIF TOTAL
RADIO 666	3			1		2		100	106
ARVERNE	6	1		2	2	1		32	44
BALLADE	4	1		1		1		30	37
BEAUB FM	3	2	1			1		30	33
BETON	6	1		4		1		100	112
CANAL B	3	2	1					70	76
COLORIAGE	5	1		2	1	1		10	20
COTEAUX	4	1		2	1			25	33
C'ROCK	1	1						25	27
DIO	5	3				2		100	110
EKO	1	1						29	31
FMR	4	1		2		1		150	154
MUTINE	2	2						48	52
GRAF'HIT	1	1						30	32
JET FM	5	3	1		1			49	59
PFM	3	2			1			44	50
PRIMITIVE	5	2				3		80	90
REC	2	1				1		10	14
GRESIVAUDAN	8	1		4	1	2		45	61
RCV	1		1					40	42
SOL FM	3	1	1				1	35	41
VALLEE FM	6	4	1			1		70	82
 Total	81	32	6	18	7	17	1	1152	1306

Chacune des radios dispose d'un effectif total de 12 à plus de 150 personnes dont 1 à 8 salariés (à temps partiel pour la plupart d'entre eux), ce qui représentent un total de 81 salariés et environ 1150 bénévoles pour les 22 radios.

© Observatoire de la musique - 2005 Page 20

#### LES EFFECTIFS DES RADIOS FERAROCK



#### 3.3. Financement

Le modèle économique des radios FERAROCK est proche de celui proposé par le CNRA sous le vocable "radios sans ressources locales". Ce modèle qui rassemblerait 40 % des radios associatives serait caractérisé par un budget moyen de 60 000 euros, avec 2 à 3 salariés. La composition des ressources serait la suivante : FSER (53 %), emplois aidés (21 %), autres (26 %).

#### Principales sources de financement des radios

RADIOS	FSI	ER	CNA	SEA	COLL TER	TORIALES	AUT	RES	TOTAL
RADIO 666	44 000	32,5%	59 000	43,6%	2 300	1,7%	29 938	22,1%	135 238
ARVERNE	60 000	38,9%	40 000	26,0%	10 000	6,5%	44 078	28,6%	154 078
BALLADE	40 000	46,9%	14 405	16,9%		0,0%	30 951	36,3%	85 356
BEAUB FM	44 000	51,1%	37 191	43,2%	3 889	4,5%	979	1,1%	86 059
RADIO BÉTON	40 000	40,2%	25 000	25,2%		0,0%	34 400	34,6%	99 400
CANAL B	48 000	30,4%	20 700	13,1%	10 748	6,8%	78 700	49,8%	158 148
COLORIAGE	48 000	44,1%	44 934	41,3%		0,0%	15 876	14,6%	108 810
COTEAUX	36 000	56,8%	15 350	24,2%	372	0,6%	11 626	18,4%	63 348
C'ROCK RADIO	42 685	54,2%		0,0%	36 130	45,8%		0,0%	78 815
RADIO DIO	64 000	45,7%	10 000	7,1%	17 500	12,5%	48 500	34,6%	140 00
EKO DES GARRIGUES	39 600	61,7%	16 692	26,0%	5 350	8,3%	2 540	4,0%	64 182
RADIO FMR	60 000	47,0%	39 900	31,2%		0,0%	27 800	21,8%	127 700
PFM	52 000	54,7%	15 000	15,8%	7 100	7,5%	20 900	22,0%	95 000
FRÉQUENCE MUTINE	39 600	76,2%		0,0%	7 600	14,6%	4 800	9,2%	52 000
GRAF'HIT	32 600	55,2%	14 511	24,6%	8 770	14,8%	3 217	5,4%	59 098
RÉDIO GRÉSIVAUDAN	64 000	38,1%	39 000	23,2%	12 000	7,1%	53 000	31,5%	168 000
JET FM	60 000	33,3%	30 000	16,7%	23 000	12,8%	67 000	37,2%	180 00
RADIO PRIMITIVE	56 000	32,4%	51 600	29,8%	21 000	12,1%	44 400	25,7%	173 000
RADIO EN CONSTRUCTION	48 000	53,3%	27 000	30,0%		0,0%	15 000	16,7%	90 000
RCV	39 600	68,5%	16 900	29,2%		0,0%	1 300	2,2%	57 800
SOL FM	52 000	57,8%	6 100	6,8%	1500	1,7%	30 400	33,8%	90 000
VALLÉE FM	48 000	32.3%	5 000	3.4%	79 400	53.5%	16 000	10.8%	148 400

En 2004, les budgets des radios oscillent entre 52 000 et 180 000 euros, soit un total de 2 417 084 euros pour l'ensemble des radios.

La part du FSER est comprise dans une fourchette de 32 600 à 64 000 euros (de 30 à 76 %) selon les radios, soit un total de 1 058 085 euros, correspondant à 44 % du budget total de l'ensemble des radios.

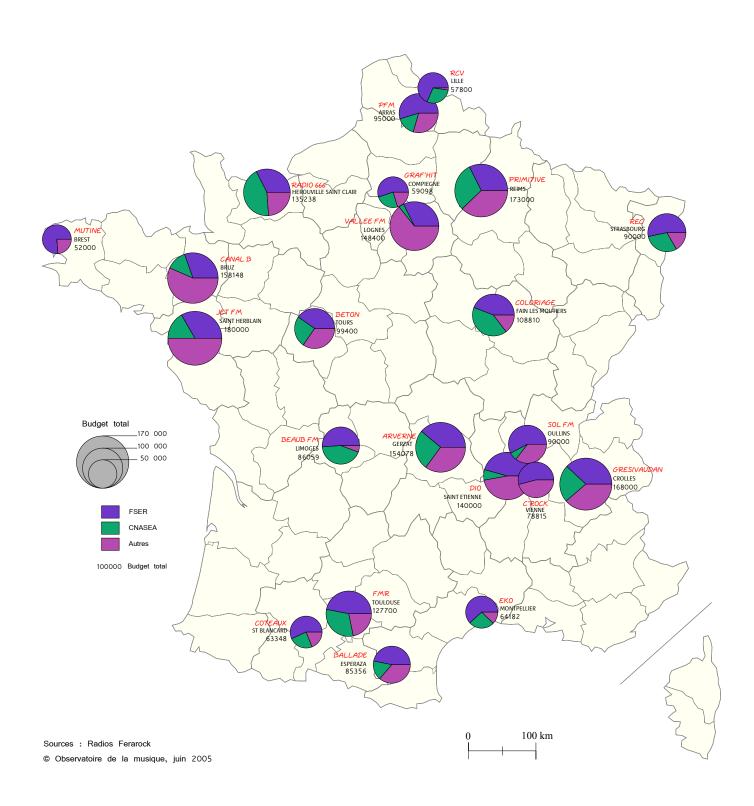
Le seconde source de financement provient du CNASEA - Centre national pour l'aménagement des structures des exploitations agricoles (pour la participant au financement des emplois aidés). Ces subventions sont variables avec, pour l'une d'entre elles, un seuil plafond de 59 000 euros, soit un total de 528 065 euros pour les 22 radios. Ce financement peut représenter jusqu'à 47% du budget pour la radio (voir détail fiches).

Les autres sources varient selon les radios : Mairies, Conseils régionaux et généraux, Associations...

Certaines des radios ont développé des actions originales pour accroître leur financement comme par exemple des foires aux disques organisées par la radio FREQUENCE MUTINE à Brest ou PFM à Arras. des offres de services en communication ce que fait la Radio FMR pour les événements culturels de spectacles vivants.

À noter que les radios FERAROCK refusent majoritairement d'introduire de la publicité sur leurs antennes et que, jusqu'à peu, nombre d'entre elles refusaient d'être conventionnées par des collectivités territoriales.

#### BUDGET DES RADIOS FERAROCK



© Observatoire de la musique - 2005 Page 23

#### 3.4. Fiches de présentation

Cf.: annexes 1.1 à 1.22

#### 4. Insertion des radios au niveau local

#### Collaboration avec:

- les disquaires
- les bars et les clubs
- les salles de concert
- les festivals ou évènements locaux
- les médias locaux
- le tissu associatif

NB : Se référer aux fiches des radios pour une liste complète des différents partenariats.

#### 4.1. Collaborations avec les disquaires

√ 10 radios collaborent avec des disquaires locaux :

2 radios, JET FM, à Saint Herblain, et RADIO EN CONSTRUCTION, à Strasbourg, participent au choix des disques en borne d'écoute dans des Fnac locales. Par la présence de leurs logos, ces collaborations permettent de donner de la visibilité pour les actions de ces radios.

- Pour JET FM, dans le cadre de son partenariat, le disque de la semaine est toujours en borne d'écoute à la Fnac.
- Pour RADIO EN CONSTRUCTION, les disques en borne d'écoute à la Fnac locale sont choisis mensuellement par le programmateur de la radio, sans vraiment prendre en compte les partenariats existants.
- les autres radios travaillent, en association avec des disquaires indépendants, sur des disques qu'elles sélectionnent, plutôt de manière ponctuelle, à travers des projets ou des événements.

La promotion des albums joués par les radios se fait la plupart du temps de façon informelle. Par exemple pour RADIO BETON, à Tours, le disquaire indépendant de la région. TEENAGE KICKS, en l'absence de partenariat avec la radio, distribue les artistes soutenus par cette radio.

La radio GRAF'HIT, à Compiègne, a été approchée, il y a quelques années, par le magasin CARREFOUR qui souhaitait prendre connaissance des classements de la radio. Depuis, les disques de ces classements sont disponibles dans les bacs de cette grande surface.

✓ 12 des 22 radios n'ont pas mis en place d'actions spécifiques avec des disquaires. Ceci s'explique par l'absence de disquaire de proximité comme c'est le cas pour les radios rurales ou alors par l'absence de disquaire indépendant exposant une sélection musicale suffisamment proche de la programmation de la radio.

#### 4.2. Collaborations avec les bars et clubs

La plupart des radios (17 sur les 22) mettent en place des actions, des événements avec des bars ou clubs dans leur ville ou dans la région. Cela va de la simple diffusion de la radio dans ce bar (en échange de visibilité, promotion pour l'un et l'autre avec des annonces des événements à l'antenne) à des partenariats plus globaux avec les lieux qui sont mis à disposition de la radio lors de soirées promo.

#### 4.3. Collaborations avec les salles de concerts

Pratiquement toutes les radios entretiennent des collaborations avec au moins une salle de concerts dans la région. Il s'agit le plus souvent de réels partenariats sur convention plutôt que de simples collaborations comme c'est le cas par exemple entre la radio REC de Strasbourg et LA LAITERIE, ou entre RADIO COTEAUX de Saint Blancard et le CRI'ART.

© Observatoire de la musique · 2005 Page 25

Ces partenariats sont très proches des partenariats tournées de la FERAROCK.

Les radios font les annonces des concerts, mettent en place des jeux à l'antenne, parfois également des émissions avec des interviews des groupes ou plus rarement des captations live.

Pour certaines radios, il ne s'agit pas uniquement d'échanges de services ou visibilités avec ces salles, des spots pouvant être diffusés contre rémunération.

Il s'agit en général de partenariats globaux avec des salles pour une durée d'action d'un an.

Cependant avec certaines salles dont la programmation n'est pas si proche du style de la FERAROCK, des partenariats sont mis en place ponctuellement pour certains concerts.

Ainsi la radio C'rock travaille depuis plus de 10 ans avec le Transbordeur à Lyon (même s'il ne s'agit de que partenariats ponctuels sur des concerts avec la salle)

#### 4.4. Collaborations avec les festivals ou événements locaux

L'ensemble des radios sont partenaires de plus de 200 festivals et/ou événements locaux dans leur région. Ces partenariats revêtent diverses formes selon les radios. La radio FMR, à Toulouse, a diffusé 188 bandes annonces pour des événements et festivals en 2004 alors que d'autres radios n'interviennent que sur quelques événements.

En plus de bandes annonces, les radios organisent souvent des jeux à l'antenne, des émissions en amont et même parfois des émissions en direct du festival. Pour ces événements, les partenariats reposent presque tous sur un échange marchandise permettant d'accroître la visibilité de la radio.

#### 4.5. Collaborations avec les médias locaux

7 des 22 radios entretiennent des partenariats réguliers avec des médias locaux. Pour la plupart il s'agit de collaboration sous la forme d'échange de visibilités avec des fanzines et webzines locaux, de la presse alternative, d'autres radios associatives (avec lesquels sont possible également des échanges de programmes).

Par exemple la radio PFM bénéficie d'un soutien du magazine rock régional Presto qui annonce les événements de la radio, la radio FMR, à Toulouse, échange des programmes avec des radios de la FERAROCK, et les radios TRANSPARENCE ou RADIO D'OC dans sa région.

Pour la plupart des radios cependant, il n'existe pas de collaboration régulière avec des médias locaux (la presse quotidienne régionale n'étant pas toujours « proche » du style musical de la FERAROCK). Pour GRAF'HIT, à Compiegne, la promotion des actions et événements antenne est assurée par la presse locale qui en échange anime une émission hebdomadaire d'informations sur la station.

#### 4.6. Le tissu associatif

Pratiquement toutes les radios sont impliquées dans des actions de proximité.

- Pour 3 des radios, il s'agit uniquement de promotion d'associations à but culturel/musical de la région, qui sont accueillies à l'antenne régulièrement pour présenter leur actions et projets.
- Pour les autres radios, il s'agit d'actions communes avec les associations de solidarité (insertion, centres sociaux, associations du domaine de la santé, MJC) de la région : annonces d'évènements ou émissions co-réalisées, diffusées à l'antenne.

Ainsi, certaines radios proposent des émissions animées à l'antenne par les associations de solidarité. 4 radios reçoivent directement des associations « en résidence » sur l'antenne pour présenter leurs propres émissions. On peut citer par exemple BEAUB FM, à Limoges qui offre son antenne à une dizaine d'associations différentes pour des émissions régulières.

Pour d'autres radios, l'implication se fait sur le terrain en organisant des formations ou ateliers autour de l'outil radio, de la sensibilisation du jeune public. C'est le cas de RADIO FMR par exemple qui anime des ateliers radio pour les enfants avec des

centres de loisirs et d'actions éducatives (le CLAE et le CLSH) et également des modules d'insertion et formation pour adultes.

#### 4.7. Actions de proximité avec les collectivités locales ou territoriales

Une dizaine de radios participe à des actions de proximité mises en place par la ville, le conseil général ou régional.

Pour 3 de ces radios, ces actions sont intégrées dans des contrats de ville. Pour 8 autres radios, il ne s'agit pas uniquement de l'utilisation de l'antenne pour diffuser des messages, les actions sont présentées sous forme d'émissions spéciales.

Ces relations peuvent trouver d'autres concrétisations : pour l'une de ces radios, le recrutement d'un journaliste antenne financé par un contrat de type « emploi solidaire » est en prévision.

#### 4.8. Activités annexes des radios

Certaines radios développent d'autres activités. Ainsi 8 radios, dont RADIO BETON et C'ROCK par exemple, organisent des concerts ou festivals en co-productions avec les salles ou MJC qui sont leurs partenaires habituels (avec l'appui de quelques sponsors privés).

La radio COLORIAGE, à Fain les Moutiers, organise son propre concert.

Certaines activités permettent de générer des revenus supplémentaires, comme par exemple :

- la location de studio d'enregistrement ou locaux,
- la mise en place de conférence ou formations sur la radio,
- l'organisation de foires aux disques pour PFM, en collaboration avec la ville d'Arras, et Fréquence MUTINE à Brest.
- des prestation d'actions de communication pour des événements culturels pour FMR, à Toulouse.

#### 5. Stratégies de programmation des Radios

Les radios FERAROCK ont la particularité de diffuser les albums des artistes programmés (les radios musicales commerciales concentrent plutôt leur diffusion sur le format single et sur les nouveautés).

Les radios de la FERAROCK sont indépendantes dans leurs stratégies de programmation mais l'adhésion à la FERAROCK entraîne tout de même quelques obligations : elles doivent réserver 1 heure par semaine à la diffusion des émissions FERAROCK et diffuser ponctuellement des modules ou spots. Elles participent surtout aux classements de la FERAROCK.

La FERAROCK réalise, en effet, 2 classements : la FERALIST et Le XXX DE FRANCE à partir des albums les plus diffusés sur ces radios.

#### 5.1. Méthodologie

Nous avons orienté l'analyse de la programmation des radios de la FERAROCK à partir de ces deux classements. Pour autant, la FERAROCK n'agit pas comme un réseau du type France bleu où l'on retrouve une homogénéité de programmation. De ce fait, les classements FERALIST et XXX DE FRANCE ne mettent pas en évidence la très large diversité ou éclectisme de programmation des radios.

La périodicité des classements XXX DE FRANCE est mensuelle, et celle des classements FERALIST est bimensuelle. Par ailleurs, la méthodologie de classement est différente. De ce fait, les traitements statistiques qui ont été réalisés par l'Observatoire offrent une lecture non homogène mais très complémentaire.

#### Cette analyse comprend:

- les classements de la FERALIST de janvier 2004 à fin mars 2005 (sachant qu il n'y a pas eu de classements réalisés entre début juillet et fin août 2004), soit un total de **26 classements**.
- les XXX DE FRANCE de la même période (sachant qu'il n'y a pas eu de classement XXX DE FRANCE en août 2004), soit un total de 14 classements.
- par ailleurs, un travail complémentaire offre les classements individuels de 18 radios sur la première quinzaine de mars 2005 au regard du classement de la FERALIST correspondante.

#### 5.2. Les classements FERALIST

<u>Bi-mensuel</u>, le classement FERALIST est composé des 70 albums les plus diffusés sur l'ensemble des radios de la FERAROCK. Cette compilation, émanant des Top 50 des albums diffusés par chacune des radios (l'établissement de ce Top 50 ne tient pas compte des albums diffusés lors d'émissions spécialisées) est effectuée à partir du croisement de deux critères :

- le nombre de radios dans lesquelles l'album est classé
- les points obtenus dans chaque classement (part décroissante).

De janvier 2004 à mars 2005, sur les 26 FERALIST comprenant pour chacune 70 albums soit 1 820 albums, nous avons identifié :

- 620 albums différents classés au moins une fois
- 198 albums qui n'apparaissent qu'une seule fois.

Dans une fourchette de 10 à 33, 19 nouveaux albums en moyenne sont classés dans chaque nouvelle FERALIST.

Parmi ces 620 albums, 144, soit 23% des albums classés, sont des productions françaises (francophones, non francophones ou instrumentales).

© Observatoire de la musique · 2005 Page 28

Top 25 de longévité des albums classés

ARTISTE	ALBUM	LABEL	TOTAL
INTERPOL	ANTICS	LABELS	11
SHERIFF LAETITIA	CODIFICATION	NAIVE	11
BLUES EXPLOSION	DAMAGE!	LABELS	10
CAVE NICK & THE BAD SEEDS	ABATTOIR BLUES &	LABELS	10
DOMINIQUE A	TOUT SERA COMME AVANT	LABELS	10
22/20's	-	CAPITOL	9
ENCRE	FLUX	CLAPPING	9
FONTAINE BRIGITTE	SAINT LOUIS EN L'ILE	VIRGIN	9
FRANZ FERDINAND	-	PIAS	9
GOMM	DESTROYED TO PERFECTION	AUTOPRODUCTION	9
JMPZ	SUBSONIC	MOSAIC	9
SAYAG JAZZ MACHINE	ANACHROMIC	MOSAIC	9
BLONDE REDHEAD	MISERY IS BUTTERFLY	BEGGARS	8
BLOOD BROTHERS THE	CRIME	V2	8
FEIST	LET IT DIE	POLYDOR	8
GHINZU	BLOW	ATMOSPHERIQUE	8
INTERLOPE	ELECTRIFIED	JARRING EFFECTS	8
MARRIED MONK	THE BELGIAN KICK	ICI D'AILLEURS	8
NOSFELL	POMAIE KLOKOCHAZIA	AUTOPRODUCTION	8
PJ HARVEY	UH UH HER	AZ	8
POIRIER PHILIPPE	QU'EST CE QUI M'A PRIS	MICROBE	8
STEINER RUBIN	YOUR LIFE IS LIKE A	PLATINUM / BMG	8
SUPREMES DINDES	LA BUCHE	ARDISPO	8
TIGRE LE	THIS ISLAND	BARCLAY	8
WAITS TOM	REAL GONE	PIAS	8

Le tableau ci-dessus liste les 25 albums ayant bénéficié de la plus grande longévité dans les classements FERALIST de janvier à mars 2005.

ANTICS, d'INTERPOL, édité chez LABELS est l'album le plus classé sur la période, avec 11 classements.

#### Sur ces 25 albums :

- 14 sont édités par des labels indépendants, 9 sont édités par des majors et 2 sont des autoproductions.
- LABELS (VIRGIN / EMI) est le label le plus représenté, totalisant 4 des 5 premières positions,
- 12 sont des productions françaises.

© Observatoire de la musique - 2005 Page 29

#### Les Top 1 des FERALIST

ARTISTE	TITRE	LABEL	TOP 1	NB CLASS
BLUES EXPLOSION	DAMAGE!	LABELS	5	10
FRANZ FERDINAND	•	PIAS	4	9
PJ HARVEY	UH UH HER	AZ	3	8
PEUPLE DE L'HERBE LE	CUBE	PIAS	3	7
М	QUI DE NOUS DEUX	DELABEL	2	6
BEULAH	YOKO	FARGO	1	3
THUGS	ROAD CLOSED 1983-1999	CRASH	1	4
SHERIFF LAETITIA	CODIFICATION	NAIVE	1	11
BJORK	MEDULLA	BARCLAY	1	4
GHINZU	BLOW	ATMOSPHERIQUE	1	8
GOMM	DESTROYED TO PERFECTION	AUTOPRODUCTION	1	9
INTERPOL	ANTICS	LABELS	1	11
MERCURY REV	THE SECRET MIGRATION	V2	1	6
LCD SOUNDSYSTEM		LABELS	1	4

Sur ces 26 classements, 14 albums ont accédé au Top 1.

9 des 14 albums classés une seule fois au Top 1 apparaissent dans 3 à 11 classements. Le meilleur classement est obtenu par l'album de BLUES EXPLOSION qui figure dans 10 classements dont 5 fois au Top 1.

- LABELS comptabilise 3 albums au Top 1 (BLUES EXPLOSION, INTERPOL et LCD COUNDSYSTEM).
- PIAS en comptabilise 2 (FRANZ FERDINAND et LE PEUPLE DE L'HERBE)
- DELABEL, NAIVE, V2, BARCLAY, AZ, ATMOSPHERIQUE, CRASH, FARGO, comptabilisent chacun un album au Top 1,
- 1 autoproduit est classé 9 fois dont une fois au Top 1.

Le Top 15 des labels les plus classés

LABEL	NB CLASS	NB ALBUMS CLASS
PIAS	197	76
LABELS	122	30
V2	86	28
WAGRAM	67	25
AZ	59	13
BARCLAY	58	18
VIRGIN	49	14
CAPITOL	47	11
BMG	46	13
DISCOGRAPH	46	17
NAIVE	45	15
BEGGARS	44	18
MOSAIC	39	13
DELABEL	33	10
POLYDOR	33	12

PIAS est le label le mieux classé (12% des albums classés sont édités / distribués par PIAS) avec un nombre d'albums (78) plus de deux fois supérieur à celui de LABELS (30), en 2<sup>ème</sup> position.

8 labels parmi le top 15 des labels les mieux classés sont des majors. Les 7 autres sont des indépendants.

Sur les 620 albums différents classés dans la période observée, ces 15 labels totalisent 313 albums, soit un peu plus de la moitié des albums classés.

Un grand nombre de petits labels n'entrent dans les classements qu'une seule fois, avec un seul album.

#### Les autoproductions classées

ARTISTE	TITRE	NB CLASS	MEILLEUR CLASS
GOMM	DESTROYED TO PERFECTION	9	1
NOSFELL	POMAIE KLOKOCHAZIA BALEK	8	7
BOOTY ZE KICK	ZE FRENCH BASTARD PROJECT	4	12
FILS DE TEUPHU	ALAMBIC	3	17
WAX TAILOR	QUE SERA	2	30
ALICE THE GOON	FUNNY GOON CONTEST EP	1	25
MATZERAH OSCAR	-	1	53
TOKYO OVERTONES	-	1	54
MONSIEUR PANTALON	-	1	67
NICOLAS JULES	LE CŒUR SUR LA TABLE	1	68

Au cours de la période observée, 10 albums autoproduits se retrouvent classés dans les FERALIST, dont un ayant obtenu un classement à la première place, il s'agit de l'album de GOMM, DESTROYED TO PERFECTION, qui est maintenant distribué par PIAS.

Les albums autoproduits accèdent au classement FERALIST en étant diffusés sur plusieurs radios grâce au programme DISCOVERY ainsi qu'aux échanges de découvertes souvent informels entre programmateurs.

#### 5.3 Les classements XXX DE FRANCE

<u>Mensuel</u>, le classement XXX DE FRANCE est une compilation des classements individuels des 30 albums de production française\* les plus diffusés sur l'ensemble des radios de la FERAROCK.

\* Il s'agit ici de toutes les nouvelles productions françaises : francophones, non francophones ou instrumentales. Est considéré comme une nouveauté tout album reçu depuis moins de six mois par une radio.

De janvier 2004 à mars 2005, sur les 14 classements soit 420 albums, nous avons identifié 217 albums différents ayant bénéficié d'un classement en XXX DE FRANCE, dont 202 artistes différents et 7 compilations.

144 des albums classés en XXX DE FRANCE sont classés dans les FERALIST.

Top 20 de longévité des albums classés

ARTISTE	TITRE	TOTAL
ARNO	FRENCH BAZAR	5
GOMM	DESTROYED TO PERFECTION	5
KAOLIN	DE RETOUR DE NOS CRIQUES	5
LAETITIA SHERIFF	CODIFICATION	5
AIR	TALKIEWALKIE	4
BERTRAND BETSCH	•	4
BRIGITTE FONTAINE	RUE ST LOUIS EN L'ILE	4
DANIEL DARC	CRÈVE CŒUR	4
DEBOUT SUR LE ZINC	DES SINGES & DES MOUTONS	4
DOMINIQUE A	TOUT SERA COMME AVANT	4
JEAN LOUIS MURAT	A BIRD ON A POIRE	4
KEREN ANN	NOLITA	4
LES SUPREMES DINDES	LA BUCHE	4
LES WAMPAS	NEVER TRUST A LIVE	4
LUKE	LA TÊTE EN ARRIÈRE	4
MIOSSEC	1964	4
NOSFELL	POMAIE KLOKOCHAZIA BALEK	4
OAISTAR	•	4
PSYKICK LYRIKAH	DES LUMÈRES SOUS LA PLUIE	4
TTC	BATARDS SENSIBLES	4

Top 10 des labels les plus classés

LABEL	TOTAL
WAGRAM	27
BARCLAY	22
LABELS	19
ATMOSPHERIQUES	13
PIAS	12
VIRGIN	12
CRASH	11
DELABEL	11
NAÏVE	10
ICI D'AILLEURS / VICIOUS CIRCLE	8
AUTOPRODUCTIONS	12

Sur la période étudiée, 121 labels et 12 autoproduits sont classés.

Le label PIAS, bien qu'il soit le label le plus représenté sur les radios FERAROCK dans leur ensemble, n'arrive qu'en 5<sup>ème</sup> position des labels les plus classés en XXX de France qui ne comprend que des productions françaises. Ce décalage s'explique par la part importante de disques étrangers sortant en licence chez PIAS en France.

WAGRAM et BARCLAY sont les labels les plus classés en XXX DE FRANCE.

#### 5.4. Les classements des radios (du 1er au 15 mars 2005)

Les classements individuels des 50 premiers albums de 18 radios (sur les 22 radios FERAROCK), sont analysés dans cette partie au regard du classement général FERALIST (70 albums) de la période étudiée, qui a lui même été établi à partir des informations fournies par ces 18 radios.

Cet exercice révèle une grande hétérogénéité des stratégies de diffusion des radios.

Sur la première quinzaine de mars qui comprend 900 albums (50 X 18), nous avons identifié 424 albums différents :

- 51 albums sont classés sur plus de 5 radios.
- 373 albums sont classés sur moins de 5 radios
- 288 albums ne sont classés que sur une radio

Cette constatation confirme l'hétérogénéité et/ou l'éclectisme des programmations de ces radios.

En moyenne, sur les 50 premiers albums classés par chaque radio sur la période, 25 figurent parmi les 70 albums du classement FERALIST. Ainsi, les radios RCV et PRIMITIVE, seraient les radios qui se rapprocheraient le plus du classements FERALIST, avec 32 albums en commun sur les 70 albums du classement FERALIST de la période analysée. La radio REC serait la radio qui s'en éloigne le plus, avec seulement 7 albums en commun.

Top 10 des albums classés sur le plus grand nombre de radios

RANG	ARTISTE	TITRE	NB RADIOS	MEILLEUR CLASS*
	STEINER RUBIN	DRUM MAJOR / YOUR LIFE	14	1
2	PEUPLE DE L'HERBE LE	CUBE	14	4
3	LCD SOUNDSYSTEM	LCD SOUNDSYSTEM	11	1
4	CHEMICAL BROTHERS THE	PUSH THE BUTTON	11	1
5	BREUT FRANCOIZ	UNE SAISON VOLEE	11	1
6	BLOC PARTY	SILENT ALARM	11	4
7	SHANE COUGH	INTRAVEINEUSE	11	6
8	WAX TAILOR	QUE SERA	9	4
9	AUSTIN LACE	EASY TO COOK	9	11
 10	PRESIDENT CHIRAC	SURFING THE VOLCANO	8	3

Top 10 des labels les plus classés

LABEL	NB ALBUMS CLASS / RADIOS (424 albums)	NB ALBUMS CLASS / FERALIST (70 albums)	NB RADIOS
PIAS	37	7	18
V2	15	5	16
LABELS	12	5	17
NAIVE	10	3	16
MOSAIC	9	2	12
CHRONOWAX	8	1	10
BARCLAY	7	1	10
CAPITOL	5	1	9
BEGGARS	5	1	8
ER A TERRE / NIGHT & DAY	4	2	9

Les autoproductions classées radio par radio

RADIO	NB AUTOPRODUITS CLASS
SOL FM	8
BETON	6
GRESIVAUDAN	4
RCV	4
666	3
PRIMITIVE	3
EKO	3
BALLADE	2
CANAL B	1
PFM	1

Sur 18 radios étudiées. 10 ont classé des autoproductions sur la période soit 35 autoproductions classées dont 30 différentes. On relève que 26 de ces autoproductions ne sont classées qu'une seule fois.. On comprend d'autant mieux qu'aucune autoproduction ne soit reprise dans la FERALIST car elles sont diffusées par trop peu de radios pour pouvoir être classées à ce titre.

Les radios SOL FM à Oullins et RADIO BETON à Tours apparaissent davantage impliquées dans la promotion des groupes autoproduits. Ainsi, la radio SOL FM affirme avoir programmé plus d'une centaine de groupes locaux en 2004.

© Observatoire de la musique - 2005 Page 34

## **ANNEXES**

Annexe 1 : Fiches de présentation des radios

Annexe 2 : Classement feralist du 1er au 15 mars 2005

Annexe 3 : Questionnaire envoyé aux radios



### **RADIO 666**

Fréquence 99.1

Année de création : 1982

### COORDONNEES

Adresse: BP 666

14203 HEROUVILLE SAINT CLAIR CEDEX

Téléphone / Fax : Site web :

02 31 94 66 66 / 02 31 95 85 25 http://www.radio666.com

Email:

radio666@radio666.com

### **RESPONSABLES**

Président : Claude Buot

666r@wanadoo.fr

Directeur antenne: Philippe Gomont

philippe.gomont@radio666.com

**Programmateur:** Dominique Marie

dmarie.666@wanadoo.fr

### **EFFECTIFS**

 CES
 1

 Emplois Jeunes
 2

 Total salariés
 3

Bénévoles ≈ 100

### **BUDGET 2004**

Budget total	135 238				
dont: FSER	44 000	32.5%	Mairie	2 300	1.7%
CNASEA	59 000	43.6%	Contrat de ville (2003)	10 600	7.8%
			Publicités	2 200	1.6%

Subvention sur projet : en 2004, la radio est sous un contrat de ville de 16 100 euros pour le projet intitulé «pérenniser la rencontre des identités culturelles»

#### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Audience estimée: 7000 auditeurs / jour

Bassin de population estimé : 300 000 (en zone suburbaine de Caen)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 25 et 34 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés: pop rock francophone, rock indé, grunge-noisy, pop, electrorock

Nouveautés: environ 85%

Diffusion musique francophone: environ 35%

Une quarantaine d'émissions musicales spécialisées sont programmées de façon hebdomadaire (pop rock, hip hop, ragga reggae, musiques expérimentales, afro beat electro jazz funk, emocore hardcore, rock français, gothique, trip hop, néo metal, new wave, deep house electro, power pop core, blues, punk hardcore, ska rocksteady, metal hardcore, punk covers et hardcore punk, electro pop, indie rock, post rock, 70'&80's groove, country, rock français alternatif)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Sonic Records, Paranoid Records

Bars/clubs: Backstage, Le Nucleon

Salles de concerts: le Big Band Café, Zenith, l'Agora, le Normandy,

l'Abordage

**Festivals / Evènements locaux :** Nordik Impackt, Eklectik Festival, Chauffer Dans La Noirceur, Artsonic, Rock Dans Tous Ses Etats, Chanson.

fr, Rockalles

Médias: Ouest France ponctuellement, pas de zine

Associations: Hipsyndrome, Burning Reggae, Aleph, Secousses Acoustik,

Back'n'Rock, Arts Attack

Actions de proximité : participation au contrat de ville, rallye citoyen

### **COORDONNEES**

Adresse: Maison des associations Téléphone / Fax: 04 73 23 03 78 / 04 73 24 31 61

Rue Blum Site web: http://www.radioarverne.net 63360 GERZAT Email: radioarverne@wanadoo.fr

### RESPONSABLES

### **EFFECTIFS**

**Président :** Bernard Roudaire

radioarverne@wanadoo.fr

Directeur antenne: Bernard Roudaire

radioarverne@wanadoo.fr

Programmateur: Bernard Roudaire

radioarverne@wanadoo.fr

1
2
2
1
6
32

### **BUDGET 2004**

Š			1		
Budget total	154 078				
dont: FSER	60 000	38.9%	Mairie	7 000	4.5%
CNASEA	40 000	26.0%	Conseil général	3 000	1.9%
			FASILD	4 000	2.6%
Subvention sur projet : pour le projet «court métrage», une émission spéciale sur le festival international, la radio a reçu 800 euros de la Mairie de Clermont et d'un			Publicités	1 171	0.7%
organisme privé.					

### **AUDIENCE**

9 heures d'antenne par jour.

Bassin de population estimé : 400 000 (en zone urbaine - Clermont Ferrand)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 25 et 49 ans) comme étant «très spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock et rock alternatif francophone, pop rock international, rock indé, rythm'n blues

Nouveautés: environ 40%

Diffusion musique francophone: environ 33%

23 émissions musicales spécialisées sont programmées de façon hebdomadaire (groupes locaux, rock 80's, rythm'n soul, hard rock, punk, ragga, world music, jazz, rock us, brit pop, rock indé, country, hardcore trash, dub, reggae, electro, blues, funk, rap us)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Fnac

Bars / Clubs : Les 4 Vents, la Comète, la Sangria, le Grémone, le Fou du

roi, le Wheelie Bar, le Medley, le Bam Bar

Salles de concerts : la Coopérative de Mai, la Baie des Singes, le

Sémaphore, Espace Couriat, Corum St Jean

Festivals / Evènements locaux : Volcaniques de Mars, Hippocampus, Jazz en Tête, Festival de Lionsat, Massif Celtrad, Semaphore en Chanson,

On Connaît la Chanson, Festival Country de Craponne, Festival du Court

Associations : Association de la Fondation Etudiante pour la Ville, Telethon, Forum Social, Comité des Fêtes et Villes de Gerzat Actions de proximité : émission sur «Clermont Communauté»





1

### **COORDONNEES**

Adresse: BP 57 Téléphone / Fax: 04 68 74 25 74 / 04 68 74 34 95

11260 ESPERAZA

Site web: http://www.radioballade.com
Email: acm.ballade@wanadoo.fr

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Vincente Hella
Directeur antenne : Dominique Guerreiro
CDI
CES

 Directeur antenne :
 Dominique Guerreiro acm-ballade@wanadoo.fr
 CES
 1

 Programmateur :
 Dominique Guerreiro
 Emplois Jeunes
 1

 Total salariés
 3

acm-ballade@wanadoo.fr **Bénévoles** 30

### **BUDGET 2004**

 Budget total
 85 356

 dont: FSER
 40 000
 46.9%
 Mécénat
 14 820
 17.3%

**CNASEA** 14 405 16.9%

Subvention sur projet : La radio a reçu 3 122 euros de l'Union Européenne pour l'acquisition d'un émetteur

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Radio située en zone rurale

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 49 ans) comme étant «spécialisés» des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, punk, rock indé, dub, reggae, electro

Nouveautés : environ 80%

Diffusion musique francophone: environ 40%

Une dizaine d'émissions musicales hebdomadaires (musique francophone, electro, reggae, dub, world music, sélection rock)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires:

Bars / Clubs : Domaine de Caderonne, diverses associations organisatrices de spectacles

Salles de concerts : Astronaute

Festivals / Evènements locaux : Plein les Sens, le Cocazine

Médias :

Associations : La Maison des Mots, Vent d'Echange

Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de concerts et de soirées



### Beaub FM Fréquence 89.0

Année de création: 1987

### COORDONNEES

Adresse: BP 2031 Téléphone / Fax : 05 55 35 51 59 / 05 55 35 53 51

87070 LIMOGES CEDEX Site web: http://www.beaubfm.com beaubfm@chello.fr Email:

### **RESPONSABLES**

**EFFECTIFS** 

Président : Pierre Laurent CDI 2 pierre.laurent@chello.fr CDD 1

Directeur antenne : Philippe Laurent **Emplois Jeunes** regie-laurent@wanadoo.fr Total salariés

Programmateur: Alexis Portella beaubfm@chello.fr Bénévoles 30

### **BUDGET 2004**

Budget total	86 059				
dont : FSER	44 000	51.1%	Conseil régional	1 524	1.8%
CNASEA	37 191	43.2%	Conseil général	1 525	1.8%
Mairie	840	0.9%	Publicités	151	0.1%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Radio située en zone urbaine - Limoges

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 25 et 49 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, rock alternatif francophone, world music, chanson française à texte, electro

Nouveautés: environ 80%

Diffusion musique francophone: environ 50%

Emissions musicales: chanson française, accordéon, zouk, tango salsa, musique cambodgienne, rock progressif, hip hop, rap, ragga, hardtek, hardcore,

blues, dub, electro experimental, ska, punk, metal hard.

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Anecdotes, Point Chaud, l'Autre Disquaire

Bars / Clubs : de nombreux bars dont Woodstock, Boogiebar, DandD, la

Tartine, les Matins Seladons, la Pyramide

Salles de concerts : John Lennon, le Grand zanzibar, Des Lendemains

qui Chantent, le Cafteur

Festivals / Evènements locaux : Catalacum, le Festival de Belalc, Festival Urbaka, Festival Tout'art'zic'mut, Pop sur la Ville, Harmonicales, Graines de

Rue, Chamberet, Davignac

Médias: France 3, echo, le populaire centre, info magazine

Associations: 10 associations ont une émission à la radio (MCT, Maison des Chômeurs, Maison des Jeunes, Association Réunionnaise de la Haute

Vienne, France Cambodge) Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Studio d'enregistrement, organisation de concerts et festivals (avec la fédération HIERO)



### Radio Béton

Fréquence 96.3

Année de création : 1985

### COORDONNEES

Adresse: 90 avenue Maginot Téléphone / Fax: 02 47 51 03 83 / 02 47 51 10 99

37100 TOURS

Site web: http://www.radiobeton.com
Email: prog@radiobeton.com

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président :Cédric GrouhanCDI1

beton 93.6@radiobeton.com CES 4

Directrice antenne: Mathilde Chevre Emplois Jeunes 1

Programmatrice : Mathilde Chevre

prog@radiobeton.com Bénévoles ≈ 100

### **BUDGET 2004**

Total salariés

Budget total	99 400				
dont: FSER	40 000	40.2%	Publicités	2 500	2.5%
CNASEA	25 000	25.1%			

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Audience estimée: 8000 auditeurs / jour

Bassin de population estimé : 350 000 (en zone urbaine - Tours)

prog@radiobeton.com

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 24 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : rock indé, punk, garage rock, electro, hip hop

Diffusion musique francophone : envion 30%

Emissions musicales tous les jours de 19h à 3h + le week-end (musique experimentale, electro, rap, hip hop, ska, scratch, blues, pop electro, dub, rock garage, reggae, funk, indie rock, grind core, metal hardcore, musique du monde, musique 80's, musiques celtiques, punk).

En journée (7h - 19h), émissions animées par les salariés et bénévoles, proposant 80 % de musique et 20 % d'informations sociales et culturelles.

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

**Disquaires**: Teenage Kicks, Jam Down, African Heritage, Boom bas, Teck

Off, Le Baromètre

Bars / Clubs : tout bar qui organise des concerts

Salles de concerts : Confort moderne (Poitiers), Chabada (Angers),

Chatod'o (Blois), Astrolabe (Orléans)

 $\textbf{Festivals / Evènements locaux}: une \ trentaine \ par \ an \ (locaux, \ nationaux$ 

et internationaux, dont le Printemps de Bourges)

Médias : tous les zines locaux

Associations: Formations pour jeunes publics, sensibilisation à l'outil

radio

Actions de proximité : manifestations de soutien, Passeport Culurel

Etudant.

### **ACTIVITES ANNEXES**

Création de pim@nt il y a 5 ans, un pôle info musiques amplifiées informant et mettant en relation les acteurs culturels de la région. Des formations sont organisées pour les jeunes artistes et managers du secteur + festival Aucard de Tours + organisation de concerts (10 à 15 par an).

© Observatoire de la musique - 2005

Annexe 1 - Page 5 / 22

### COORDONNEES

Adresse: BP 7147 Téléphone / Fax :

> 35171 BRUZ CEDEX Site web: http://rennet.org/canalb

Email: canalb@rennet.org

02 99 52 77 66 / 02 99 05 39 07

1

### **RESPONSABLES**

yvan@rennet.org

**EFFECTIFS** 

CDI Président : **Thibaut Boulais** CDD Directeur antenne: Yvan Penvern

Programmateur: Yann Barbotin 70

Bénévoles

### **BUDGET 2004**

Total salariés

<b>Budget total</b>	158 148							
dont : FSER	48 000	30.3%	Agglomération	3 000	1.9%	Publicités	8 000	5.1%
CNASEA	20 700	13.1%	Mairie	125	0.08%	Evènements	3 000	1.9%
			Conseil général	7 623	4.8%	Stages radio	3 700	2.3%

Subvention sur projet : Pour l'anniversaire de la radio, Canal B a reçu 3000 euros de l'agglomération.

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Audience estimée: 10 000 auditeurs / jour

Bassin de population estimé : 400 000 (en zone suburbaine de Rennes)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 34 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Diffusion musique francophone: environ 50%

Environ 40 émissions musicales hebdomadaires (electro, chanson francophone, musique du monde, pop, techno, trip hop, post rock, punk'n'roll, break beat, reggae, drum n bass, wild pop, core punk, power pop rock, metal punk, roots, ska, hip hop, tech house, breakbeat, grind core, death metal, soul, noise, jazz experimental, indus punk, hardcore, downtempo)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires : la radio cite à l'antenne les disquaires où un disque rare peut être trouvé

Bars / Clubs : une douzaine

Salles de concerts : UBU (Rennes), Antipode, salles d'étudiants

Festivals / Evènements locaux : une trentaine

Médias :

Associations : associations éducatives, scolaires (avec les ateliers radio découverte)

Actions de proximité :





### COORDONNEES

Téléphone / Fax : Adresse : Ferme de la Vendue 03 80 96 40 76 / 03 80 96 34 99

> 21500 FAIN LES MOUTIERS Site web: http://coloriage.fr Email: infos@coloriage.fr

**RESPONSABLES EFFECTIFS** 

Président : Denis Pechon CDI direction@coloriage.fr **CES** 2

Programmateur: Stephane Gerard CEC 1 programmation@coloriage.fr Emploi jeune 1

Total salariés 5 10 Bénévoles

### **BUDGET 2004**

Budget total	108 810				
dont : FSER	48 000	44.1%	FASILD	1 200	1.1%
CNASEA	44 934	41.3%	Publicités	376	0.3%
			Publicités hors antenne	6 015	5.5%

Subvention sur projet : La radio a reçu 18000 euros de l'Union Européenne pour le projet pour GAL-FSE.

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet Bassin de population estimé : 35 000 (en zone rurale)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 25 et 34 ans) comme étant «très spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, brit pop, rock indé, pop, electro rock, electro

Nouveautés: environ 75%

Diffusion musique francophone: environ 30% 3 émissions musicales spécialisées (metal, hip hop)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires:

Bars / clubs :

Salles de concerts : les Abattoirs, l'Arrosoir, la Cave à Musique, la Péniche, la Tannerie, la Vapeur, Octarine

Festivals / Evènements locaux : le Chien à Plume (Langres) + nombreux festivals locaux

Médias locaux : Découpe (réalisé par la radio avec les salles, festivals)

Associations: FSE Actions de proximité :





**EFFECTIFS** 

### COORDONNEES

Adresse: LE VILLAGE Téléphone / Fax: 05 62 66 92 24/ 05 62 66 99 31

32140 ST BLANCARD

Site web: www.radiocoteaux.com

Email: radio.coteaux@wanadoo.fr

### RESPONSABLES

Président : Thomy Martinez CDI 1

 Directeur antenne : Patrick Martinez radio.coteaux@wanadoo.fr
 CES cec
 2

 1
 CEC
 1

Programmateur : Patrick Martinez Total salariés 4

radio.coteaux@wanadoo.fr Bénévoles 25

### **BUDGET 2004**

**Budget total** 63 348 372 0.6% 36 000 56.8% dont: FSER Mairie 4 036 6.4% 15 350 24.2% **CNASEA Publicités** 3 003 4.7% Mécénat

Subvention sur projet : La radio a reçu 16 000 euros de l'Union Européenne pour le projet Espéranto: aide à la réinsertion de personnes handicapées

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Radio située en zone rurale

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 49 ans) comme étant «tout public».

### **PROGRAMMATION**

**Genres musicaux les plus diffusés** : rock alternatif francophone, chanson française à textes, rock indé, pop, world music. 11 émissions musicales hebdomadaires (rap, jazz, country-blues, hard rock, world-reggae).

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

#### Disquaires:

Bars / Clubs :

Salles de concerts : le Cri'art (Auch), le Havane Café (Ramonville), la Maison du Savoir (St Laurent)

Festivals / Evènements Iocaux: Tempo Latino (Vic Ferensa), Jazz à Marciac, Alors Chante (Montauban), Country (Mirande)

Médias :

Associations : de nombreuses associations, Centre d'Insertion par le Loisir de St Plancard (projet espérarto)

Actions de proximité : diffusion de spots fournis par le Conseil général pour des campagnes d'information ou de sensibilisation



### C'Rock Radio Fréquence 89.5

Année de création :

### COORDONNEES

Adresse: 2 rue Jean Moulin Téléphone / Fax : 04 74 78 17 17 / 04 74 31 59 07

> **38200 VIENNE** Site web: http://crockradio.com Email: prog@crockradio.com

**RESPONSABLES EFFECTIFS** 

Président : CDI François Joly

francoisjoly@free.fr Total salariés

Directeur antenne: Jean-Michel Lebreux prog@crockradio.com Bénévoles

25 Programmateur: Jean-Michel Lebreux

78 815

**BUDGET 2004** 

**Budget total** 42 685 54.1 % dont : FSER 33 081 42.0% Mairie

3 049 3.9% Conseil général

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Bassin de population estimé: 800 000 (en zone urbaine - Vienne)

prog@crockradio.com

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 59 ans) comme étant «très spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés: pop rock francophone, rock indé, grunge-noisy, pop, electro

Nouveautés: environ 70%

Diffusion musique francophone: environ 40%

10 émissions musicales spécialisées en soirée (jazz, rock indé, musique 70's, indus, hardcore, métal, punk rock, ska, expérimental, electro, hip hop)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Cultura Givors et Starter Vienne

Bars/Clubs: le Ninkasi-Kao à Lyon

Salles de concerts : le Transbordeur (Villeurbanne), les Abattoirs (Bourgoin), le Kao (Lyon), la MJC (Oullins)

Festivals / Evènements locaux : les Authentikc (Vienne), les Côtes du Rock (Vienne), Lamastrock (Ardèche), le Oulala Festival (Loire), Jazz à Vienne,

les Nuits de Fourvière (Lyon)

Médias: PQR (le Dauphiné Libéré, le Progrès, Lyon Capitale, 491)

Associations: MJC de Vienne, le BIJ, centres sociaux

Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de concerts avec la MJC de Vienne et Vienne action culturelle.



### COORDONNEES

Adresse: BP 51 Téléphone / Fax: 04 77 25 05 94 / 04 77 41 79 16

42002 SAINT ETIENNE CEDEX
Site web: http://radiodio.fr.fm
Email: radiodio@club-internet.fr

RESPONSABLES EFFECTIFS

 Président :
 Thierry Toulon

 Programmateur :
 Capt'ain Bob / Dimitri

 CDI

 Emplois Jeunes

**BUDGET 2004** 

Bénévoles

≈ 100

**Budget total** 140 000 64 000 45.7% 5 000 3.5% **FASILD** dont: FSER 10 000 10.7% 7.1% 15 000 **CNASEA** Mairie 2 500 1.8% Conseil général 24 000 17.1% Ventes et prestations La radio est régie sous un contrat de ville.

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Audience estimée: 15000 auditeurs/jour

Bassin de population estimé : 500 000 (en zone urbaine – Saint Etienne)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 49 ans) comme étant «très spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, rock indé, pop, reggae, electro

Nouveautés : environ 80%

**Diffusion musique francophone**: environ 40%

Une trentaine d'émissions musicales hebdomadaires (jazz, house et electronica, reggae et dub, pop rock indé, musique du monde, rock français, pop power pop, metal et fusion, dark wave et indus, blues, soul, hip hop indé, rock and roll, ska, musique 60's, rock progressif)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires:

Bars / Clubs : Elephant Pub, Entrepot café, Thunderbird Café

Salles de concerts : Hall C, Palais des Spectacles

Festivals: Paroles et Musiques, Rhino Jazz Festival, Musiques Innovatives, Festival des Résistances et des Alternatives, Jazz à Vienne, Avatarium

Festival Médias : Associations :

Actions de proximité : participation au programme crescendo de la ville de St Etienne (musiques actuelles)



## Eko des Garrigues

Fréquence 88.5

Année de création : 1977

### **COORDONNEES**

Adresse: BP 5555 Téléphone: 04 67 70 80 86

34070 MONTPELLIER

Site web: http://www.ekodesgarrigues.com
Email: info@ekodesgarrigues.com

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Laurent Chaniac

laurent@ekodesgarrigues.com

Directeur antenne: Stephane Tosi

info@ekodesgarrigues.com

Programmateur: Stephani Tosi

info@ekodesgarrigues.com

CDI 1 Total salariés 1

Bénévoles 29

### **BUDGET 2004**

Budget total	64 182	
dont: FSER	39 600	61.7%
CNASEA	16 692	26.0%
Mairie	5 350	8.3%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Radio localisée en zone urbaine - Montpellier

La radio identifie ses auditeurs (de tout âge) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse .

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, rock alternatif francophone, rock indé, punk, electro

Nouveautés : environ 90%

Diffusion musique francophone: environ 90%

7 émissions musicales hebdomadaires (electron extreme, rock, trance, hip hop, musique ethnique, dub, musique traditionnelle, electroacoustique)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

### Disquaires:

Bars / Clubs :

Salles de concerts :

Festivals: Transcevenoles de Sumene, Art Tronic, les Oreilles au Chaud, Festival à 100%, Ragnar'oc, Poelée Printanière, Festival Shake Punk

Médias: Montpellier Off, Bioutifoul

Associations: Association «Lache les Mots», Adages

Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Studio d'enregistrement, résidence d'artistes

© Observatoire de la musique - 2005

Annexe 1 - Page 11 / 22



# Fréquence Mutine

Fréquence 103.8

**COORDONNEES** 

Adresse: BP 13125 Téléphone / Fax: 02 98 05 09 11 / 02 98 49 84 44

29231 BREST

Site web: http://www.frequencemutine.net
Email: contact@frequencemutine.net

CDI

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Romuald Gervez
Programmateur : Claude Martin

contact@frequencemutine.net

Total salariés 2

Bénévoles 48

Année de création: 1981

**BUDGET 2004** 

 Budget total
 52 000

 dont: FSER
 39 600
 76.1%
 Mairie
 7 600
 14.6%

Convention de disques 2 400 4.6%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Bassin de population estimé : 300 000 (en zone urbaine - Brest)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 49 ans) comme étant «très spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Nouveautés: environ 50%

 $\textbf{Diffusion musique francophone}: environ \ 50\%$ 

Une trentaines d'émissions musicales hebdomadaires (métal, punk rock, rock 70's, hiphop electro, rock indé, pop noise, musique electronique, indus, hardcore, country, hip hop français, métal, musique afro, emocore, postcore, worl musique, musette).

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires:

Bars / Clubs : Run Ar Puns (Chateaulin)
Salles de concert : cabaret le Vauban (Brest)

Festivals: Astropolis (Brest), Panorama (Morlaix), les Vieilles Charrues (Carhaix), Art Rock (Saint Brieuc)

/lédias :

Associations: Genepi (Brest), Action Gérontologie (Brest), BIJ (Brest)

Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de conventions de disques (1 par an)

© Observatoire de la musique - 2005 Annexe 1 - Page 12 / 22



### Radio FMR Fréquence 89.1

Année de création : 1981

### COORDONNEES

Adresse: 9 Boulevard des Minimes Téléphone / Fax: 05 61 58 35 12 / 05 31 58 37 04

31200 TOULOUSE Site web: http://radio-fmr.net Email: http://radio-fmr.net

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Philippe Frezieres CDI 1

philippe.frezieres@radio-fmr.net CES 2

Programmateur :Raskal<br/>raskal@radio-fmr.netEmplois jeunes1Total salariés4

Bénévoles ≈ 150

### **BUDGET 2004**

Budget total 127 700

 dont : FSER
 60 000
 47.0%

 CNASEA
 39 900
 31.2%

 Ventes de productions
 21 300
 16.7%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

Bassin de population estimé : 760 000 (en zone urbaine - Toulouse)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 49 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : hip hop, drum n' bass, métal, rock indé, electro

Nouveautés: environ 95%

Diffusion musique francophone : environ 45%

Une trentaine d'émissions musicales (rock punk ska, pop rock, metal hardcore, worl jazz experimental, rap soul funk, reggae ragga, drum'n'bass hard-

tek, electro experimentale, house )

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires :

Bars / Clubs : Fairfield Café, l'Autan, Marino d'o Dance, Baratin, Poseidon, le Rex, le Ragtime, le PV, le Japan, Adeclic, le Ramier

Salles de concerts : Bikini (salle des fêtes de Ramonville), Tournefeuille, l'Union, Grenade, St Orens, le Havana Café, Rio Grande(82), Bolegazon (81), Arcade (09), le Criard (32)

Festivals: Blayes les Mines, Garoneck

Médias: Radio Ballade, Radio Coteaux, Eko des Garrigues, Radio

Transparence, Radio d'OC

**Associations** : CTOREP (associations d'aide à l'insertion de personnes - Toulouse), CLAE et CLSH (centres de loisirs et d'actions éductatives en

milieu scolaire, classes du primaire)

Actions de proximité : programmes de diffusion de MIC et MIG

notamment pour le Conseil régional

### **ACTIVITES ANNEXES**

Communication d'événements culturels et spectacles vivants par le biais de prestations de services communication (info, campagne de presse...).

© Observatoire de la musique - 2005 Annexe 1 - Page 13 / 22





### COORDONNEES

Adresse: BP 60319 Téléphone / Fax: 03 44 23 46 75 / 03 44 23 49 08

60203 COMPIEGNE CEDEX

Site web: http://grafhit.fr.fm
Email: grafhit@ferarock.com

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Romain Saint-Leon

grafhit@assos.utc.fr

**Programmateur**: Romain Saint-Leon

grafhit@assos.utc.fr

CDI 1 Total salariés 1

Bénévoles 30

### **BUDGET 2004**

Budget total	59 098				
dont : FSER	32 600	55.1%	Mairie	3 050	5.1%
CNASEA	14 511	24.5%	Conseil général	5 720	9.6%
			Université de Compiègne	1 270	2.1%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Audience estimée : 2 500 auditeurs / jours

Bassin de population estimé : 65 000 (en zone suburbaine de Compiègne)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 34 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : rock alternatif francophone, chanson française à texte, rock indé, pop, electro rock

Nouveautés : environ 100%

Diffusion musique francophone: environ 60%

Une dizaine d'émissions musicales hebdomadaires (reggae, funk, blackmusic, metal hardcore, electro dub, jazz, hip hop, rock pop, folk)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires : le Disquodrome et Editions Limitées

Bars / Clubs : After Hours (Compiègne)

Salles de concerts: la Lune des Pirates, l'Ouvre Boite, la Grange à Disques

Festivals: Festival des Musiques Jazz et d'Ailleurs (Amiens), le Festival des Mondes Solitaires

Médias: PQR: Courrier Picard, Le Parisien, Oise Hebdo; journal municipal, Presto

Associations : association de jumelage avec le Portugal pour mise en place d'une émission communautaire, association attac

Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de concerts (indé-couvrables)



### Radio Grésivaudan Fréquence 87.8 / 89

Année de création: 1981

### **COORDONNEES**

**Adresse**: 94 rue du Brocey **Téléphone / Fax**: 04 76 08 91 91 / 04 76 08 97 56

38920 CROLLES

Site web: www.radio-gresivaudan.org

Email: redaction@radio-gresivaudan.org

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Wilfried Perret CDI 1

redaction@radio-gresivaudan.org CES 4

Directeur antenne: Eric Labaj CEC 1

redaction@radio-gresivaudan.org Emplois Jeunes 2
Programmateur: Arthur Luc Total salariés 8

musique@radio-gresivaudan.org Bénévoles 45

### **BUDGET 2004**

Budget total	168 000				
dont : FSER	64 000	38.1%	FASILD	4 000	2.4%
CNASEA	39 000	23.2%	Mairie	4 000	2.4%
			Conseil général	8 000	4.8%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Bassin de population: 700 000 (en zone suburbaine de Grenoble) La radio identifie ses auditeurs (de tout âge) comme étant «tout public».

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : rock, pop, chanson traditionnelle, jazz, électro

Nouveautés: environ 60%

Diffusion musique francophone : environ 60%

Une vingtaine d'émissions musicales (jazz, musique latine, rock alternatif, pop rock, chanson française, blues, electro, musique traditionnelle, reggae,

ragga, hardrock, metal, hip hop)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Magic Bus (Grenoble)

Bars / Clubs : le Duplex, l'Art Scène, le Magic Bus

Salles de concerts : le Summun, l'Heure Bleue, le Prisme, le Grand

Angle, l'ADAEP

**Festivals**: Festivart, Impro Pub, Rockvambale, Gospel Train, Festival Brel, Jazz à Grenoble, Gresiblues, les Authentiks, Festival en Herbe, Jazz

à Vienne, Festi Root

Médias : La Franc.ra, presse alternative : Silence,

Associations : une quinzaine de MJC, une dizaine de centres sociaux, les associations altermondialisation et tiers mondistes (dans le cadre du

soutien aux communautés étrangères et sans papiers)

Actions de proximité : formations (régions), magazine thématique (pays)

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de concerts, festivals, expositions, conférences, formations

© Observatoire de la musique - 2005 Annexe 1 - Page 15 / 22



Programmateur:

### Jet FM Fréquence 91.2

Année de création : 1986

3

1

### COORDONNEES

Adresse: 11 rue de Dijon Téléphone / Fax: 02 40 58 63 63 / 02 40 43 68 05

44800 SAINT HERBLAIN

Site web: http://www.jetfm.asso.fr

Email: contact@jetfm.asso.fr

RESPONSABLES EFFECTIFS

Présidente : Marcelle Mesnager
Directrice antenne : Marie Laure Bonnet
CDI
CDD

marielaure@jetfm.asso.fr CEC 1
Henri Landré Total salariés 5

henri@jetfm.asso.fr

Bénévoles 49

### **BUDGET 2004**

Budget total	180 000				
dont : FSER	60 000	33.3%	FASILD	3 000	1.7%
CNASEA	30 000	16.7%	Mairie (Nantes)	15 000	8.3%
La radio est régie par un contrat de ville.			Mairie (St Herblain)	8 000	4.4%
Subventions sur projet : Pour la Fête de la musique, Ramdam à l'ouest et Culture en stock , la radio a reçu 12 000 euros de la part d'organismes privés et des conseils régional et départemental.			Le lieu unique (salle de concerts)	4 000	2.2%

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / radio en écoute sur internet

**Audience estimée** : 2 500 auditeurs / jour Radio localisée en zone suburbaine de Nantes

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 25 et 49 ans) comme étant « tout public ».

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : folk, rock indé, electronica, electro rock, musique traditionelle

Nouveautés: environ 100%

 $\textbf{Diffusion musique francophone}: environ \ 40\%$ 

17 émissions musicales hebdomadaires en soirée (electronica, hip hop, musique expérimentale, uk breaks, jungle, uk garage, electropop, hip hop, metal, hardcore, gring, punk, emo, funk, soul, noise, musiques improvisées, post rock, folk)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires : Fnac, Box Elder, Oneness Records, Bubble

Bars / Clubs : le Bobar, le Violon Dingue, l'Atomizeur, Chez Lisette

Salles de concerts : l'Olympic, le Lieu Unique, le Pannomica, la Bouche d'Air, la Barakason Festivals : IDEAL, Scopitone, Ramdam, les Orientales, le Livre et l'Art, SOY, Culture en Stock

Médias: Fragil.org, Autres Directions, Pulsomatic

Associations : Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de concerts (avec l'Olympic), organisation de festivals



### **PFM** Fréquence 99.9

Année de création: 1981

COORDONNEES

Adresse: BP 524 Téléphone / Fax : 03 21 50 99 99 / 03 21 07 46 88

> 62008 ARRAS Site web: http://radiopfm.com Email: pfm@nordnet.fr

RESPONSABLES **EFFECTIFS** 

Président : Guy Lesniewski Directeur antenne :

Bernard Lyoen pfm@nordnet.fr

Programmateur: Jerome Mullet / Nicolas Buignet

musicboy@neuf.fr / tramplopline@hotmail.com

CDI	2
CEC	1
Total salariés	3

Bénévoles 44

### **BUDGET 2004**

Budget total		95 000	FASILD	7 100	7.4%
dont: FSER	52 000	54.7%	Mairie	2 800	2.9%
CNASEA	15 000	15.8%	Conseil régional	4 300	4.5%
			Ateliers radio, événements	12 000	12.6%

Subventions sur projet: La radio a reçu 15 000 euros de différents organismes privés et de la région pour les projets suivants : ateliers radios (PET), projet santé (PRS), atelier fac, reportages EPRA, émission conseil départemental (DDJS), atelier insertion (AFP2I)

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour / projet de radio en écoute sur internet

Audience estimée: 1 000 à 8 000 auditeurs / jour

Bassin de population estimé: 120 000 (en zone suburbaine - Arras)

La radio identifie ses auditeurs comme étant plus ou moins « spécialisés » selon les émissions.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés: chanson française à texte, rock indé, electro rock, hip hop, world music (raï)

Nouveautés: envion 60%

**Diffusion musique francophone**: environ 45%

Une trentaine d'émissions musicales spécialisées (chanson française, rock world, hip hop, vintage soul, rap raggae ragga, pop rock, electro pop, rock noisy, punk rock, electro, power pop, rock 80's, country, folk, indus ebm darkwave goth, trash metal, musique du monde, musique classique, worl pop, jazz, rock français)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Organisation d'une foire aux disques d'occasion

Bars / Clubs :

Salles de concerts : Aéronef, salles du réseau RAOUL

Festivals, évènements locaux : Diduda (promotion de la chanson française), Seuchy (promotion des groupes régionaux)

Médias: Zine Presto!, Artoiscope, ponctuellement PQR La Voix du Nord

Associations: AFP2I (insertion), centres sociaux, Maisons de guartiers, foyers de jeunes travailleurs

Actions de proximité : projets éductaifs territoriaux (ville, DDJS), ateliers radios (PJJ), rubriques santé (Région)

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation de concerts et foires aux disques (avec la ville et d'autres associations culturelles et étudiantes)



### Radio Primitive

Fréquence 92.4

Année de création : 1981

### **COORDONNEES**

Adresse: BP 2169

51081 REIMS CEDEX

**Téléphone / Fax** : 03 26 02 33 76 / 03 26 02 68 30

Site web: http://perso.wanadoo.fr/primitive Email: radio.primitive@wanadoo.fr

**RESPONSABLES** 

**EFFECTIFS** 

Président : Thierry Wippler

radio.primitive@wanadoo.fr

Directeur antenne: Eric Jonval

radio.primitive@wanadoo.fr

Programmateur : Eric Jonval

radio.primitive@wanadoo.fr

 CDI
 2

 Emplois Jeunes
 3

 Total salariés
 5

Bénévoles 80

### **BUDGET 2004**

Budget total	173 000		FASILD	7 500	4.3%
dont : FSER	56 000	32.3%	Mairie	21 000	12.1%
CNASEA	51 600	29.8%	Animations	4 000	2.3%

La radio est régie sous un contrat de ville.

Subventions sur projet : La radio a reçu 28 500 euros du FASILD et de ville de Reims pour des émissions culturelles et socioculturelles, des ateliers sonores.

#### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Bassin de population estimé : 250 000 (en zone urbaine - Reims)

La radio identifie ses auditeurs (de tout âge) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, chanson française à texte, brit pop, rock indé, pop

Nouveautés : environ 40%

Diffusion musique francophone: environ~40%

Plus de 40 émissions musicales (musique electronique, reggae, country, chanson française, blues, post rock, new wave, trip hop, hardcore, punk, lounge, drum'n bass, ska, jazz, hip hop, rock alternatif, rock progressif, fusion)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires :

Bars/clubs : organisation de soirées Sound System dans un bar Salles de concerts : la Cartonnerie (à partir de 2005 uniquement)

Festivals : presque tous les festivals locaux et régionaux

Médias :

Associations : des dizaines

Actions de proximité : réalisation d'émissions spéciales, ateliers sonores, promotion d'évènements culturels

### **ACTIVITES ANNEXES**

Organisation d'une bourse aux disques tous les deux ans.

© Observatoire de la musique - 2005

Annexe 1 - Page 18 / 22



### Radio en construction

Fréquence 90.7

Année de création: 1983

Cette radio fait également parti du réseau lastar (Radios Campus).

COORDONNEES

Adresse: BP 80124

67069 STRASBOURG

Téléphone / Fax : Site web : 03 88 60 09 15 / 03 88 60 09 15 http://radioenconstruction.com

Email:

http://radioenconstruction.com contact@radioenconstruction.com

**RESPONSABLES** 

Président : Thierry Danet

thierry@radioenconstruction.com

Directeur antenne: Thierry Danet

thierry@radioenconstruction.com

Programmateur: Julien Bircker

julien@radioenconstruction.com

**EFFECTIFS** 

CDI 1
Emplois Jeunes 1
Total salariés 2

Bénévoles 10

### **BUDGET 2004**

Budget total 90 000

dont : FSER 48 000 53.3% CNASEA 27 000 30%

### **AUDIENCE**

12 heures d'antenne par jour

Bassin de population estimé: 600 000 (en zone urbaine - Strasbourg)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 20 et 35 ans) comme étant «tout public».

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : chanson française à texte, rock indé, pop, electronica, electro

Nouveautés : environ 50%

Diffusion musique francophone: environ 40%

Pas d'émissions, REC se conçoit en terme de programmation générale avec des modules culture, interviews...

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires: Fnac (les cds en borne d'écoute sont choisis par la radio), Surfer Rosa

Bars / Clubs :

Salles de concerts : la Laiterie

Festivals : Festival Ososphere, Festival des Artefacts, Musica, C'est dans la Vallée

Médias : Associations :

Actions de proximité : Direction de la Jeunesse du Conseil de l'Europe, Ecole des Arts Décoratifs de Strasbourg, Conservatoire National de Région

### **ACTIVITES ANNEXES**

© Observatoire de la musique - 2005

Annexe 1 - Page 19 / 22



### RCV Fréquence 99.0

Année de création : 1982

COORDONNEES

Adresse: 41 bd Vauban Téléphone / Fax: 03 20 54 12 11 / 03 20 30 40 51

59046 LILLE CEDEX

Site web: http://rcv-lille.com
Fmail: rcv.lille@wanadoo.fr

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Olivier Verstraete
Programmateur : Benoit Vahtar

rcv.lille@wanadoo.fr

 CDD
 1

 Total salariés
 1

 Bénévoles
 40

### **BUDGET 2004**

Budget total 57 800

 dont : FSER
 39 600
 68.5%

 CNASEA
 16 900
 29.2%

### **AUDIENCE**

12 heures d'antenne par jour

Bassin de population estimé : 1 000 000 (en zone urbaine - Lille)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 25 et 34 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : rock indé, reggae, trip hop, electro, hip hop

Nouveautés : environ 60%

Diffusion musique francophone: environ 40%

Plus de 30 émissions musicales hebdomadaires (rock, musique électronique, hip hop, blues rock, country rock, hard rock, metak, rock sudiste,

electronica, experimental)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

**Disquaires**: Dreadphonic, Stamina **Bars/clubs**: Djoloff, Kiosk, Détour, Balatum

Salles de concerts : Aéronef, Grand Mix, Splendid, la Cave aux Poêtes, l'Escapade, la Condition Publique, le Biplan

Festivals : la Noche, la Fête de la Soupe, Wazemmes Accordéon

Médias :

Associations : toutes les associations à but culturel et musical sont accueillies régulièrement

Actions de proximité :

COORDONNEES

Adresse: 53 rue rancisque Jomard Téléphone / Fax: 04 78 51 16 85 / 04 78 51 24 01

69600 OULLINS Site web :

Email: solfm-marie@wanadoo.fr

1

1

1

3

10 000

11.1%

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Yves Bonnet CDI
Directrice antenne : Marie Rudeaux CDD

solfm-marie@wanadoo.fr
Pierre Ulrich

Intermittent
Total salariés

Bénévoles 35

**BUDGET 2004** 

 Budget total
 90 000

 dont: FSER
 52 000
 57.8%
 Conseil général
 1 500
 1.7%

**CNASEA** 6 100 6.8% **Formation** 3 000 3.3%

Produits de co-production de

concerts

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Programmateur:

Audience estimée: 17 000 auditeurs / jour

Bassin de population estimé : 1 000 000 (en zone suburbaine de Lyon)

La radio identifie ses auditeurs (âge compris entre 13 et 34 ans) comme étant «spécialisés » des genres musicaux qu'elle diffuse.

### **PROGRAMMATION**

Genres musicaux les plus diffusés : pop rock francophone, brit pop, rock indé, grunge noisy, electro

Nouveautés : environ 99%

Diffusion musique francophone: environ 45%

Une quinzaine d'émissions musicales hebdomadaires (jazz, blues, pop anglaise, metal, rock indé, hardcore, noise, electro, dub, world, reggae, hip hop,

indus, gothique, pop rock)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires : des collaborations occasionelles

Bars/clubs: Bistroy, Sirius

Salles de concerts : Point Orsel (MJC Oullins), Ninkasi, Tannerie, Abattoirs, Transbordeur

Festivals: Yaka, Verane, Avatarium, Fête de la musique (Lyon), Lamastre, Euthentiks, Daicil Daila, Oualala, Propagandub, Bechamel, Rock sous les

Etoiles **Médias**:

Associations : associations de solidarité (mais peu)

Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

Studio d'enregistrement et organisation de concerts en co production



### Vallée FM Fréquence 96.9

Année de création : 1993

### COORDONNEES

Adresse: 2 bis rue du Parc Téléphone / Fax: 01 64 11 91 90 / 01 64 11 91 89

77185 LOGNES

Site web: http://www.valleefm.fr

Email: nico@valleefm.fr

RESPONSABLES EFFECTIFS

Président : Pierre Landais
Directeur antenne : Mathieu Dal Zovo
Programmateur : Nicolas Zappa

nico@valleefm.fr

 CDI
 4

 CDD
 1

 Emplois Jeunes
 1

 Total salariés
 6

Bénévoles 70

### **BUDGET 2004**

Budget total	148 400		Mairie	9 000	6.1%
dont : FSER	48 000	32.3%	SAN*	71 400	48.1%
CNASEA	5 000	3.3%	Participation contrat de qualif	15 000	10.1%

<sup>\*</sup> SAN: Syndicat d'Agglomération Nouvelle

### **AUDIENCE**

24 heures d'antenne par jour

Radio localisée en zone suburbaine - Marne la vallée

Age estimé des auditeurs : 25-34 ans

### **PROGRAMMATION**

 $\textbf{Genres musicaux les plus diffus\'es}: pop \ rock \ francophone, \ rock \ ind\'e, \ new \ wave, \ electro \ rock, \ electro$ 

Nouveautés : environ 60%

Diffusion musique francophone: environ 40%

Une trentaine d'émissions musicales hebdomadaires (blues, métal, black music, jazz, rock)

### **COLLABORATIONS / PARTENARIATS**

Disquaires : Bars / Clubs :

Salles de concerts : étroite collaboration avec les 10 salles du réseau Pince-Oreilles

Festivals : échange promotionnel pour plusieurs festivals

Médias : le Transistor (réseau pince-oreilles)

Associations : Actions de proximité :

### **ACTIVITES ANNEXES**

© Observatoire de la musique - 2005

Annexe 2 : Classement Feralist du 1er au 15 Mars 2005

\*Classement / \*\*Classement précédent

C*	CP**	Artiste	Titre	Label
1	1	PEUPLE DE L'HERBE	Cube	PIAS
2	3	RUBIN STEINER	Your life is like a Tony Conrad	
3	8	LCD SOUNDSYSTEM	Movement EM	
4	6	CHEMICAL BROTHERS	Push the button	Virgin
5	4	SHANE COUGH	Intraveineuse	Enragés
6	7	BLOC PARTY	Silent alarm	V2
7	14	FRANCOISE BREUZ	une saison volée	Tot ou tard
8	9	WAX TAILOR	Que sera	Undercover
9	2	PRESIDENT CHIRAC	Surfin the volcano	Platinum
10	65	AUSTIN LACE	Easy to cook	Discograph
11	25	M83	Before the down heal us	Labels
12	5	POWER SOLO	it's a race day	Cornflakes zoo
13	13	PANICO	Subliminal kill	Tigersushi
14	22	THOMAS WINTER ET BOGUE	Sur la colline	Virgin
15	15	LAURENT GARNIER	The cloud machine	F com
16	23	MARDI GRAS BB	29 moonglow	AM Distribution
17	38	BLUE VAN	Beatsellers	PIAS
18	E	FLYING POOH	Spanking day	Mosaic
19	11	MERCURY REV	The secret migration	V2
20	54	3 GUYS NEVER IN		Artisan
21	E	SMOOTH	Electro soul experience	Little karma
22	29	SEBASTIEN SCHULLER	Happiness	Catalogue
23	35	CAMILLE	Le fil	Virgin
24	17	SHARON JONES	Naturally	Ter à terre
25	50	DEATH IN VEGAS	Milk it	BMG
26	59	WEDDING PRESENTS	Take fountain	Talitres
27	36	ROOTS MANUVA	Awfully deep	PIAS
28	68	SAYAG JAZZ MACHINE	Anachromic	Mosaic
29	10	RED	Nothin' to celebrate	Universal jazz
30	21	HOLLYWOOD PORN STAR	Year of tiger	Naive
31	12	13TH HOLE	Jack is back!	Limbo
32	RE	PHILIPPE POIRIER	Qu'est ce qui m'a pris	Microbe
33	44	DOMBRANCE		Virgin
34	E	THE FILM		Atmosphériques
35	20	FEMMOUZES T	Tripopular	Mosaic
36	E	TELEPOPMUSIK	Angel milk	Catalogue
37	RE	TARA ANGELL	Come down	Naive
38	41	G-LOVE	The hustle	Brusfire

39	E	LAB°	Müs	Crash
40	E	CALVIN RUSSELL	In spite of it all	Wagram
41	46	PAULINE CROZE		Wagram
42	E	MANDO DIAO	Hurricane bar	EMI
43	E	TRAIL OF DEAD	Worlds aparts	Interscope
44	53	FRUIT KEY	Beauty is	PIAS
45	RE	ORANGE BLOSSOM	Everything must change	Atlante
46	45	LEGENDS	Up against the legend	Undercover
47	28	ELLIOT MURPHY	Never say never	Last Call
48	E	FRED POULET	Milan athletic club	Bleu electric
49	30	EZ3KIEL	Live versus tour 2004	Jarring effects
50	64	KOMONO N°1	Congotronics	Crammed
51	37	INNOCENT X	Fugues	Bleu electric
52	34	SAGE FRANCIS	A healthy disturb	PIAS
53	Е	COMPILATION	Rock'n roll all stars	Nocturne
54	Е	MARS VOLTA	Frances the mute	Barclay
55	48	THRILLS	Let's bottle bohemia	Virgin
56	56	DE KIFT		Mon slip
57	60	BELL ŒIL	un corps,,,	Sterne
58	E	MOVING UNITS	Dangerous dream	PIAS
59	69	GENERAL PATTON	Joint special task force	Ipecac
60	E	KELLY DE MARTINO	Radar	Wagram
61	18	BLOOD BROTHERS	Crime	V2
62	Е	AMBULANCE LTD		PIAS
63	Е	ZITA SWOON	A song about,,,	V2
64	E	PSYKUP	L'ombre et la proie	Ter à terre
65	E	GUNS OF BRIXTON	Near dub experience	lakalashnik'off
66	26	AMADOU & MARYAM	Dimanche a bamako	Because
67	31	COMPILATION	Le nouveau rock français	V2
68	Е	SEXY POP	Strange days	Athome
69	E	BIFFY CLYRO	Infinity land	Beggars
70	58	INTERPOL	Antics	Labels

© Observatoire de la musique - 2005

Annexe 2 - Page 2 / 2

### Annexe 3 : Questionnaire envoyé aux radios

Cité de la musique - Observatoire de la musique 221, avenue Jean Jaurès - 75019 Paris Tél : 01 44 84 89 08 - Fax : 01 44 84 46 58 stag-obs@cite-musique.fr



### Cité de la musique Observatoire de la musique

MERCI DE BIEN VOULOIR RENVOYER CE QUESTIONNAIRE COMPLETE A L'ADRESSSE CI DESSUS.

Nom de la radio :				
Nom de la personne ayant répondu au q Fonction : Téléphone : Email :				
Site internet :				
Renseignements sur la radio				
Nom du président :		Email : Email :		
Elicetii total de la radio		•••••		
		CDI CDD CES CEC Emplois Jeune		
S	Salariés	Total		
E	Bénévoles	Total		
Salariés à temps partiel :				
Salariés à temps complet :				
Quel est le nombre d'heures d'antenne p	ar jour ? .			
La fréquence est-elle partagée avec une	autre radi	o? oui	non si ou	ii laquelle :
La radio est-elle en écoute sur le site inte	ernet?	oui	non	

© Observatoire de la musique - 2005

5 / /				
<u>Budget</u>				
Budget total 2004 :	€			
Sources de financement :				
		F0FD		1
		FSER Mairie		
		Conseil départemental		
		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
		Aide publique à l'embauche		
		FASILD		
	Subvention	CNASEA		
	Subvention	Total		
	Mécénat Privé			
		Cotisations		
		Publicités		
	Ressources propres	Total		
	Autre (précisez)			
	Hulle (precisez)			l
Existe-t-il un contrat de ville	? oui non			
Avez-vous bénéficié de subv	ventions sur projet?	oui non		
Pour quels projets :				
Pour quel montant	€			
Provenant de : Union europ	péenne Région (	Organismes privés Autre (p	réciser	)
Audience de la radio				
Selon vous, quel est le nomb	ore d'auditeurs/jour :			
Bassin de population :				
Cible de la radio :				
Age moyen des auditeurs:				

60et+

50-59

Selon vous, à quel type d'auditeurs s'adresse votre radio ?

Très spécialisés (dans un genre musical rock particulier)

35-49

Spécialisés

13-24

Peu spécialisés

25-34

Tout public

<u>La radio et le réseau Férarock</u>	
Quels sont pour votre radio les avantages à fair	re partie du réseau Férarock ?
Quels sont pour votre radio les contraintes à fai	ire partie du réseau Férarock ?
Votre radio a-t-elle produit une des émissions d	u « Programme discovery » en 2004 ?
oui non	
Est ce prévu pour 2005 ?	
oui non	
<u>Programmation</u>	
-	
Comment définiriez-vous le style musical de la	
Dans la liste suivante, quels sont les 5 genres r	nusicaux que vous diffusez le plus ?
Pop Rock Francophone	Chanson Française à Texte
Rock Alternatif Francophone	Brit Pop
Folk	Rock Indé
Rock 80's	Garage Rock
Rythm'n blues	Country
Fusion	Grunge, Noisy
Hard Rock	Hardcore, Trash
Industriel	New wave
Punk	Рор
Ska	Dub
Ragga	Reggae
World Music (Raï)	Trip Hop
Big Beat	Electro Rock
Electronica	Electro (autre)
Jazz	Blues
Autres, préciser	

Pop Rock Francophone Chanson Française à Texte Rock Alternatif Francophone **Brit Pop** Folk Rock Indé Rock 80's Garage Rock Rythm'n blues Country **Fusion** Grunge, Noisy Hard Rock Hardcore, Trash Industriel New wave Punk Pop Ska Dub Ragga Reggae World Music (Raï...) Trip Hop Electro Rock Big Beat Electronica Electro (autre) Blues Jazz Autres, préciser ..... Quels sont les 3 labels qui vous semblent les plus proches du style musical de votre radio? T..... Quels sont les 3 artistes les plus représentatifs du courant musical de votre radio? -Selon vous, quelle part de nouveautés et de golds diffusez-vous en moyenne ? Nouveautés .....% Golds .....% Selon vous, quelle est la part moyenne de musique francophone diffusée sur votre radio? .....% de diffusion Quelles sont les émissions musicales spécialisées de la radio ? (et leur fréquence de diffusion) ..... 

Dans cette même liste, quels sont les genres musicaux que vous diffusez régulièrement ?

.....

### Le label « radios découvertes »

De quelle manière participez-vous au suivi d'artistes ?
De quelle manière estimez-vous que votre radio est un accélérateur de découvertes ?
Quels sont les artistes que vous défendez le plus sur votre antenne en ce moment ?
A la dernière saison, quels étaient ils ?
Combien d'artistes régionaux ont été programmés sur votre antenne en mars dernier ?

### Actions menées/suivies par les radios

Pour les questions suivantes, nous prendront en compte les actions menées en 2004 uniquement.

### - Partenariats musicaux

D (		<b>-</b> /	
µart∆n	ariate	Féraro	·CK
ıaıt <del>c</del> ıı	ariato	ı <del>c</del> ıaıc	υn

i arteriariato i e	Tai ock		
Y a t'il une garan place ?	ntie d'entrée, dans la playlist de votre radio, des albums p	oour lesquels des partenariats Fé	érarock sont mis en
oui non			
Expliquer			
Partenariats ho	ors Férarock		
Quels autres co 2004 ?	ollaborations sur des sorties de disques avez-vous m	is en place directement au se	ein de la radio en
	Artiste	Label	
	llaborations sous forme de prestations commerciales (par cor ilité, de biens) ?	ntrat et contre rémunération) ou d'e	échange de services
Y a-t-il une garant oui non	tie d'entrée, dans la playlist de votre radio, des albums pour	lesquels ces actions sont mises e	n place ?
	duisent ces actions à l'antenne?		
Emission Diffusion Diffusion			

Annonces de sortie

Quelle est la durée moyenne de ces collaborations disques (hors Férarock) ?
Quelle est la régularité de ces partenariats ?  plus d'un par semaine 2 à 4 par mois un par mois moins d'un par mois moins de 6 sur l'année
Quels sont les moyens d'évaluation mis en place pour ces actions ?
Combien de demandes de partenariats/collaborations disques avez-vous reçu en 2004 (hors demande de partenariats Férarock) ?
- Actions en région : Disquaires
Quels sont les disquaires de la région avec lesquels des collaborations sont mises en place ?
S'agit-il de collaborations globales avec des disquaires ou de collaborations sur des projets ?
Depuis combien d'années existe le lien entre la radio et ces disquaires ?
De quelle manière ces disquaires suivent les actions entreprises par la radio ?
Quels sont les moyens mis en place ?  pour la radio :  pour les partenaires :
Expliquer
Quels sont les moyens d'évaluation mis en place pour ces collaborations ?

# - Actions en région : Bars/clubs Quel sont les bars et clubs avec lesquels la radio met en place des collaborations ? S'agit-il de colllaborations globales avec des lieux ou de collaborations sur des projets ? Depuis combien d'années existe le lien entre la radio et ces lieux ? De quelle manière ces lieux suivent les actions entreprises par la radio ? Quels sont les moyens mis en place? pour la radio : ..... pour les partenaires : Quels sont les moyens d'évaluation mis en place pour ces actions ? - Actions en région : Salles de concerts Quelles sont les salles de concerts avec lesquelles la radio met en place des collaborations? S'agit-il de collaborations globales avec des lieux ou de collaborations sur des projets ? Depuis combien d'années existe le lien entre la radio et ces lieux ?

Comment se traduisent ces actions à l'antenne?

Emissions Diffusions de spots Jeux à l'antenne Annonces de concerts

(échange de visibilité, de biens) ?
Expliquer
Quels sont les moyens mis en place?  pour la radio :
pour les partenaires :
Expliquer
Quels sont les moyens d'évaluation mis en place pour ces actions ?
- Actions en région : Festivals et événements locaux
Quels sont les festivals en région dont la radio est partenaire (hors partenariats férarock) ?
Depuis combien d'années existe le lien entre la radio et ces évenements ?
Comment se traduisent ces actions à l'antenne?
Emissions Diffusions de spots Jeux à l'antenne Annonces de sortie
S'agit-il de collaborations sous forme de prestations commerciales (par contrat et contre rémunération) ou d'échange de services (échange de visibilité, de biens) ?
Expliquer
Quels sont les moyens mis en place?  pour la radio :  pour les partenaires :

Expliquer
Overland the many and d'évaluation mid on place nous and actions 2
Quels sont les moyens d'évaluation mis en place pour ces actions ?
<u>- Actions en région</u> : Médias locaux
Quels sont les zines et les médias locaux avec lesquels vous travaillez ?
Expliquer?
Activitée ennevee :
- Activités annexes :
Action sociale
- 7.08.0.1. 000.0.10
Quelles sont les associations avec lesquelles la radio travaille ?
(associations éducatives par exemple)
S'agit-il d'actions globales avec des associations ou d'actions sur des projets ?
Depuis combien d'années existe le lien entre la radio et ces associations ?
·
Comment se traduisent ces actions à l'antenne?
Emissions
Annonces d'événements
Autre (préciser)
Ovela contilea marvana mia an place?
Quels sont les moyens mis en place?  pour la radio :
pour les partenaires :
Expliquer
Expliquel
Quels sont les moyens d'évaluation mis en place pour ces actions ?

■ Action de proximité
Quelles actions sont mises en place entre la radio et les institutions locales (villes, région)?
Quelle est l'influence sur l'antenne de ces actions ?
Emissions Diffusions de spots
Activité de production Dans quelles autres activités, la radio est-elle impliquée ?
studio d'enregistrement organisation de concerts organisation de festivals autre (laquelle)
Précisez
Avec quels partenaires sont produits les festivals et les concerts ?

Conformément aux articles 26,27 de la loi 78-17 du 06/01/86 dite «Informatique et liberté», nous vous informons que les informations contenues dans ce questionnaire seront diffusées dans le cadre d'une étude réalisée par l'Observatoire de la musique. Elles pourront servir à vous adresser des informations ou être transmises à des tiers susceptibles d'être intéressés par vos activités. Toute personne justifiant de son identité a un droit d'accès et de rectification nominative la concernant. Ce droit s'exerce auprès de la Cité de la musique - Observatoire de la musique - 221 avenue Jean Jaurès 75019 Paris.

© Observatoire de la musique - 2005 Annexe 3- Page 11 / 11