

La radio au Québec
À la recherche de la crédibilité

Les radios au Québec

RADIOS D'ÉTAT



Aucune publicité

RADIOS COMMERCIALES



Grand public

RADIOS COMMUNAUTAIRES



De gauche, mandat de faire découvrir les artistes émergents, de desservir sa communauté quasi de quartier, très « bloc-programmée »)

Cogeco Média

23 RADIOS AU QUÉBEC



1 SERVICE D'INFORMATION

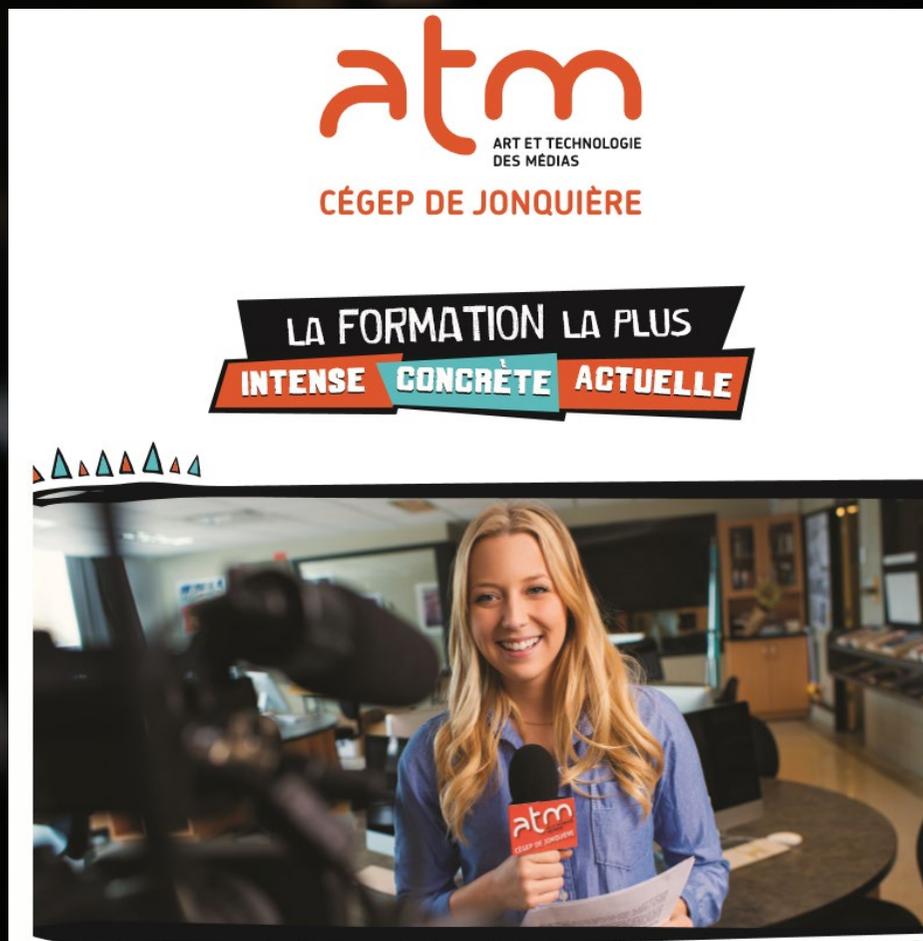


Cogeco Nouvelles

- 15 journalistes à Montréal, 40 journalistes au total partout au Québec
- Stations Cogeco desservies : 22
- Stations affiliées desservies : 20
- Couverture d'événements spéciaux : Ouragan Dorian en Floride, fusillade à Paris (Bataclan), inondations au Québec, Jeux Olympiques, Super Bowl à Miami, élections présidentielles américaines

La radio : à la recherche de la crédibilité

Formation : A.T.M.



atm
ART ET TECHNOLOGIE
DES MÉDIAS
CÉGEP DE JONQUIÈRE

LA FORMATION LA PLUS
INTENSE CONCRÈTE ACTUELLE



<https://youtu.be/rrTsxhhoe0I>

Instances

1. Code de déontologie des journalistes
2. FPJQ (Fédération professionnelle des journalistes du Québec) : elle défend la liberté de presse et le droit public à l'information. Non obligatoire, non coercitif, code d'honneur.
3. Conseil de presse : il peut porter des blâmes (fausses divulgations, propos considérés diffamatoires), il constitue un tribunal d'honneur qui porte des blâmes symboliques
4. CCNR (Conseil canadien des normes de la radiotélévision) : il reçoit les plaintes du public, il constitue l'organisme qui peut avoir une incidence directe sur le droit d'utilisation d'une licence de radio, il peut rediriger les plaintes au CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) qui lui peut restreindre les droits de licence d'une radio
5. CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) : il régit et légifère les droits d'utilisation de licence, le renouvellement de licence est aléatoire, s'il y a plainte ou préjudice, il règlemente les droits de licence, peut les renouveler, les restreindre, sur une période de temps de la licence ou sur son utilisation

Ordonnance de non-publication lors d'une accusation

- Théorie : tant qu'il n'y a pas d'accusation ferme, le nom des individus ne peut être dévoilé
- Pratique : lorsqu'il s'agit d'une personnalité publique et qu'il y a confirmation des informations par les corps policiers, son nom peut être mentionné
- Lorsqu'il y a accusation : nous pouvons mentionner le nom
- Exceptions
 - S'il y a une accusation concernant une personne mineure : il y a interdiction
 - Si le dossier concerne Chambre de la jeunesse : il y a interdiction
 - Si le dossier concerne la DPJ (Direction de la protection de la jeunesse) : il y a interdiction
- La violation d'une ordonnance de non publication peut entraîner un avortement de procès ou la prison

Quotas

MUSIQUE FRANCOPHONE

- 65% de musique francophone entre 6 h et minuit du dimanche au lundi
- 55% de musique francophone entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi (heures de grande écoute)

MUSIQUE CANADIENNE

- 35% de musique canadienne entre 6 h et minuit du dimanche au lundi
- 35% de musique canadienne entre 6 h et 18 h du lundi au vendredi (heures de grande écoute)

MONTAGE

- Temps de montage maximum par semaine : 12 heures 36 minutes, soit 10% du temps de programmation (un montage = une chanson anglophone)

La radio : à la recherche de la crédibilité

RADIO PARLÉE

- En constante quête de scoops
- Mise sur l'information juste et vérifiée
- Sa crédibilité repose beaucoup sur ses personnalités, ses chroniqueurs, ses experts et surtout, sur son équipe de journalistes
- Tendances actuelles : elle sort de plus en plus du cadre des bulletins d'actualité réguliers, fait plus de dossiers spéciaux (par exemple : accusations d'agressions sexuelles de Gilbert Rozon)

PETITS MARCHÉS

- Seule source d'information
- Dangers : manque de cadre, exemple, Arsenal Média.

RADIO MUSICALE

- Plus vraie que la télé
- La plus connectée sur la réalité de ses auditeurs, reflète la vie de ses auditeurs
- La plus conviviale de tous les médias, la plus complice
- Proximité amplifiée... la radio est l'amie qui te suit partout, qui se confie, qui rit, qui pleure avec toi, qui vit des moments touchants et névralgiques (tours jumelles de NYC, voyages humanitaires de CKOI en Haïti, une animatrice qui a perdu sa petite fille à cause d'une maladie rare, GoFoundMe pour un itinérant dont le fils est à l'hôpital)

La radio : à la recherche de la crédibilité

Le mix-crédibilité d'une radio musicale : VRAIE + COMPLICE + PROCHE

La radio musicale doit d'abord être authentique pour devenir crédible. Si elle sonne faux, personne n'y adhèrera. Les auditeurs doivent s'identifier à la marque, à l'idéologie, aux animateurs, aux propos.

Tous les propos, bulletins d'actualité, de sport, de showbiz doivent être justes avec les informations précises.

Dans le cas d'une radio avec une cible plus jeune, impossible de faire croire ou de dire n'importe quoi. Les auditeurs ne sont pas dupes, très informés, et ce rapidement. Il faut souvent user d'efforts pour leur en apprendre. Souvent, l'angle de traitement d'un sujet est la clé. Il faut se démarquer par notre différence. Personnaliser et s'approprier un sujet.

La radio : à la recherche de la crédibilité

2020 – la crédibilité de la radio ressentie par son type de consommation :

La nouvelle génération d'auditeur est une génération : A LA DEMANDE !

Utilisation du podcast : pouvoir organiser son écoute, et non pas subir une organisation que les radios imposent.

Avec le podcast, les radios doivent apprendre à recruter de jeunes auditeurs, mais aussi de jeunes artisans de la profession.

C'est un modèle d'affaires à développer.

