

Les ambassadeurs de marque. Le cas des animateurs radio de Bel RTL et Radio Contact.

Mémoire réalisé par
Diandra Di Dio

Promoteur(s)
François Lambotte

Lecteur
Muriel Hanot

Année académique 2016-2017

Master en *Information et communication* à finalité *Stratégies de communication et médias*

TABLE DES MATIÈRES

ANNEXES	94
ANNEXE 1. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES ANIMATEURS	95
ANNEXE 2. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES RESPONSABLES DES RADIOS	96
ANNEXE 3. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES RESPONSABLES DE COMMUNICATION DES RADIOS	96
ANNEXE 4. INTERVIEW DE FABRICE COLLIGNON	97
ANNEXE 5. INTERVIEW DE THOMAS DE BERGEYCK	102
ANNEXE 6. INTERVIEW DE JEAN-MICHEL ZECCA.....	119
ANNEXE 7. INTERVIEW DE BÉRÉNICE	130
ANNEXE 8. INTERVIEW D'INGRID FRANSSSEN.....	138
ANNEXE 9. INTERVIEW DE PATRICK WEBER	146
ANNEXE 10. INTERVIEW DE JULIEN STURBOIS.....	157
ANNEXE 11. INTERVIEW D'OLIVIER ARNOULD	170
ANNEXE 12. INTERVIEW DE GAËTAN BARTOSZ	180
ANNEXE 13. INTERVIEW DE JUSTIN DOUILLIEZ.....	188
ANNEXE 14. INTERVIEW DE DAVID ANTOINE.....	196
ANNEXE 15. INTERVIEW DE LUCILE ROCHELET	206
ANNEXE 16. INTERVIEW DE THIBAUT FASSULETO	214
ANNEXE 17. INTERVIEW DE NATHAN SORET	225
ANNEXE 18. INTERVIEW DE CHRISTOPHER CALICE	234
ANNEXE 19. INTERVIEW DE BRUNO BANDINU	252
ANNEXE 20. INTERVIEW DE STÉPHANE GILBERT.....	260
ANNEXE 21. INTERVIEW DE SÉBASTIEN TOPART ET DANITZA HERMANN	265

The page features four decorative triangles in the corners, each with a thin black border. The top-left and bottom-right triangles are a dark blue, while the top-right and bottom-left triangles are a lighter, sky blue.

Annexes

ANNEXE 1. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES ANIMATEURS

Se présenter.

1. Pour commencer, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?
Pouvez-vous me parler de votre parcours scolaire ainsi que de votre(s) expérience(s) professionnelle(s) ?
Comment en êtes-vous arrivé à travailler pour Bel RTL/Radio Contact ?
Quel est votre statut au sein de l'entreprise (employé, cadre, pigiste...) ?

Rôle d'animateur/Rapport à la marque Bel RTL/Radio Contact.

2. Pouvez-vous décrire en quoi consiste votre fonction d'animateur radio ?
3. Vous sentez-vous comme un représentant de la marque Bel RTL/Radio Contact ?
4. Vous identifiez-vous à la marque Bel RTL/Radio Contact, pour laquelle vous travaillez ?
5. Êtes-vous fier de travailler pour la marque Bel RTL/Radio Contact ?
6. Pensez-vous que la marque Bel RTL/Radio Contact valorise votre fonction d'animateur ?
7. Pensez-vous que le fait de travailler pour la marque Bel RTL/Radio Contact soit un facteur de motivation dans l'exercice de votre métier au quotidien ?
8. Avez-vous un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL/Radio Contact quant à votre épanouissement personnel ?
9. Êtes-vous briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL/Radio Contact dans les campagnes de communication ou sur la manière de vous comporter pour représenter au mieux l'entreprise ?
10. Avez-vous des contraintes dans votre rôle d'animateur radio (choses à ne pas dire...) ?

Leader d'opinion.

11. Est-ce que votre entourage vous demande votre avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter ?
12. Avez-vous l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL/Radio Contact et les auditeurs (sentiment d'influence personnelle) ?
13. Êtes-vous présent sur les réseaux sociaux ? Pour quelle(s) raison(s) ?
14. (Si oui à Q13) Êtes-vous actif sur les réseaux sociaux ? Pour quelle(s) raison(s) ?

Ambassadeur d'entreprise.

15. Lorsque vous apparaissez dans une campagne de communication pour la marque Bel RTL/Radio Contact, pensez-vous avoir un rôle d'influenceur ? Pourquoi ? Comment ressentez-vous cet effet ?
16. Connaissez-vous le terme « ambassadeur d'entreprise » ? Comment définiriez-vous un « ambassadeur d'entreprise » ?
17. Vous sentez-vous comme un « ambassadeur » pour Bel RTL/Radio Contact ?
18. Pensez-vous que les Belges vous considèrent comme une célébrité ?

ANNEXE 2. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES RESPONSABLES DES RADIOS

1. Pour commencer, pouvez-vous vous présenter en quelques mots (quelle est votre fonction et en quoi consiste votre travail au sein de l'entreprise) ?
2. Quel est le rôle des animateurs radio au sein de Bel RTL/Radio Contact ?
3. Considérez-vous les animateurs radio comme des ambassadeurs de la marque Bel RTL/Radio Contact ?
4. Portez-vous une attention particulière aux valeurs des animateurs lors de leur engagement (critère) ?
5. Les animateurs des radios sont-ils briefés sur la manière de communiquer les valeurs de l'entreprise ?
6. Comment expliquez-vous le fait que les animateurs des programmes de semaine soient plus présents dans les campagnes de communication que les animateurs du weekend ?
7. Encouragez-vous les animateurs à être visibles sur les réseaux sociaux ?

ANNEXE 3. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES RESPONSABLES DE COMMUNICATION DES RADIOS

1. Pour commencer, pouvez-vous vous présenter en quelques mots (quelle est votre fonction et en quoi consiste votre travail au sein de l'entreprise) ?
2. Quel est le rôle des animateurs radio au sein de Bel RTL/Radio Contact ?
3. Lors de la réalisation de campagnes de communication pour la marque Bel RTL/Radio Contact, utilisez-vous les animateurs de la chaîne ?
4. Quels sont les objectifs de communication que vous souhaitez atteindre en utilisant les animateurs de Bel RTL/Radio Contact dans les campagnes de communication ?

5. Lors de la création des campagnes de publicité pour Bel RTL/Radio Contact, comment s'effectue le choix de mettre en avant un animateur plutôt qu'un autre (critère de sélection) ?
6. Selon vous, les animateurs radio sont-ils des « ambassadeurs » de la marque Bel RTL/Radio Contact ?
7. Est-ce que, selon vous, une attention particulière est portée aux valeurs des animateurs lors de leur engagement (critère) ?
8. Les animateurs des radios sont-ils briefés sur la manière de communiquer les valeurs de l'entreprise, notamment dans les campagnes de communication ?
9. Comment expliquez-vous le fait que les animateurs des programmes de semaine soient plus présents dans les campagnes de communication que les animateurs du weekend ?

ANNEXE 4. INTERVIEW DE FABRICE COLLIGNON

D- Voilà ! Alors pour commencer est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ?

F- Donc je m'appelle Fabrice Collignon, j'ai 49 ans, je suis, euh... animateur sur Bel RTL...

D- Hum, hum...

F- Euh, exclusivement des petits matins depuis que je fais de la radio, c'est-à-dire début des années 80, on n'a jamais voulu me mettre le soir, donc toujours le matin. Donc, euh, voilà, je suis employé à RTL depuis 1991, un des tous premiers à avoir signé le contrat d'embauche à la naissance de la radio. Et, euh... voilà, donc je suis dans la boîte depuis un petit peu plus de 25 ans maintenant.

D- Ha oui ! Et est-ce que tu peux me parler peut-être un petit peu de ton parcours scolaire et de tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

F- Haaa ! Le parcours scolaire, diplômé de l'école hôtelière, donc tu vois ça n'a rien à voir !

D- Ha oui !

F- Voilà ! Diplômé en 89 de l'école hôtelière et j'avais comme hobby, comme certains jouaient au tennis, euh, d'autres au foot, moi je faisais de la radio, et, euh, de fil en aiguille bhe c'est la passion qui a pris le pas sur, euh, le métier, j'ai laissé tomber l'école hôtelière après avoir eu mon diplôme. J'ai fait un an de service militaire parce qu'on allait encore à l'armée à ce moment-là. Et le jour de ma démobilisation, je signais mon contrat d'embauche à RTL, à Bel RTL le 2 septembre 91, à l'époque comme assistant d'Alain Simons...

D- Hum, hum...

F- Et donc, euh, j'ai été assistant pendant deux ans. Et donc, euh, en 1994 on m'a proposé, euh... d'aider un petit peu parce que l'animateur des petits matins venait de quitter Bel RTL, de le remplacer pendant

quelques semaines, le temps que la direction de l'époque trouve quelqu'un pour le remplacer, et donc ça fait maintenant, euh, 22 ans que je remplace !

D- Ha oui !

F- Voilà (sourire) !

D- Et quel est ton statut ici au sein de l'entreprise...

F- Je suis employé ! Je suis employé à RTL depuis le 2 septembre 91 !

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me décrire un peu plus en détails en quoi consiste ta fonction d'animateur radio ?

F- J'ai... j'ai une double casquette, je suis animateur de la tranche du matin, donc qui fait maintenant 4h30-6h30, ça a de temps en temps été 7h, ça reviendra encore mais donc de la, c'est la locomotive de La Matinale, et à partir, quand je termine mon émission, je suis responsable de la mise en onde, donc de la réalisation de, de toute la tranche info de, de Bel RTL...

D- Hum, hum, ok ! Et, est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Bel RTL ?

F- Bhe je crois que d'office, dès qu'on prend la parole au nom de Bel RTL en tant qu'animateur ou en tant que journaliste, on est assimilé à une marque, euh, et on s'exprime, quand on s'exprime en public en tout cas, euh, au nom de cette, euh, de cette marque, de cette visibilité qu'a RTL, oui. Oui, oui, oui, j'appartiens, on est un produit, hein, notre voix appartient, d'ailleurs on signe, euh, RTL est entre guillemets « propriétaire » de notre voix. On n'en fait pas ce qu'on veut. Je peux pas dire demain je vais aller faire deux heures d'antenne, euh, sur Fun Radio, sur NRJ ou sur la RTBF, c'est, euh, ma voix appartient à RTL.

D- Ok ! Et est-ce que toi tu t'identifies à la marque Bel RTL ?

F- Bhe, je, oui, je m'identifie à la marque Bel RTL mais je suis en train de me demander si je pourrais un jour m'identifier à une autre marque, parce que... on est tellement habitué, c'est, c'est un peu comme une famille, tu es, tu es ancré dans une famille et du jour au lendemain, tu peux pas basculer. Donc, la boîte a évidemment ses... ses idées de pensée, euh... et, et je crois qu'on, qu'on est un petit peu tous reliés ensemble avec des divergences, comme dans toutes les familles de nouveau, mais je m'identifie assez bien à la politique interne de RTL, ouais.

D- Hum, hum...

F- Fin de Bel RTL...

D- Ouais ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour Bel RTL ?

F- On disait toujours au début « on travaille pour les trois lettres magiques », on travaille pour le R, pour le T, pour le L. Oui, c'est une fierté, honnêtement, quand j'étais tout petit, j'écoutais, euh, Bel RTL en longues ondes et si on m'avait dit tout petit que un jour je travaillerais bhe pour BEL RTL, mais c'est le RTL qui est important, le Bel c'est pour nous, nous, nous mettre sur la carte géographique, j'aurais signé, j'aurais signé, j'aurais signé tout de suite quoi !

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que Bel RTL valorise, met en avant ta fonction d'animateur ?

F- Je crois qu'on est mis en avant, mais c'est parce que RTL a tout à y gagner aussi, ce qui veut dire que, on est, on est quelque part des porte-drapeaux, donc c'est plutôt à nous à vendre la marque RTL qu'à RTL à nous vendre nous, c'est pas du win-win dans ces cas-là, on est là pour vendre RTL, Bel RTL, ou pour défendre en tout cas les idées de la, de la boîte, mais pas dans l'autre sens.

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Bel RTL, ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier au quotidien ?

F- Oui hein ! Oui, d'ailleurs je me dis toujours, je me lève à 2h15 le matin, euh, ce qui veut dire qu'en semaine j'ai pas vraiment de vie sociale et euh, je, je tiendrais pas le coup depuis 22 ans, si j'avais pas cette satisfaction et même cette autosatisfaction de se dire « je travaille pour une boîte, un, que je respecte, deux, qui me respecte et c'est un boulot que j'aime », donc de toute façon oui, oui à 100%.

D- Ok !

F- Et on a un retour, un retour, oui, en effet, euh, on, on est encore dans une boîte, même si elle n'est plus vraiment à taille humaine alors qu'on la connue nous à taille humaine, on était 12, 13, 14 aux réunions et toute la boîte était là, bon maintenant on est dans un grand bâtiment, euh, on est 60-65 à travailler pour Bel, mais même si la boîte n'est plus à taille humaine, il y a encore cette manière de, de pouvoir dialoguer ensemble, humainement. On n'est pas des numéros.

D- Ouais... Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

F- Pff ouais... il y a toujours moyen de faire mieux, hein, mais... oui, non, sans, sans discuter oui, oui, je suis bien dans la boîte et je crois que si on a un problème ou une difficulté, euh, ou une tuile dans la vie, si la boîte peut faire quelque chose, ça a été mon cas avec un, un problème de santé, fin, un accident de travail, je me suis jamais, jamais senti mis sur le côté, que du contraire et la, la haute, même la haute Direction, Philippe Delusinne pour ne pas le noter, s'est montré hyper, euh, paternel, hyper agréable et reconnaissant, donc, euh, oui !

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL, notamment dans les campagnes de communication ?

F- Bhe fatalement, quand on enregistre ou qu'on est, euh, amené à une interview, s'il y a des choses à dire et à, à ne pas dire, on va nous le dire au service de presse « mets ceci en évidence », « ne parle pas de cela, il y a un blackout, j'ai, jusqu'à un certain moment », la, là-dessus oui, mais sur le reste ils nous laissent la liberté de, de penser (rires), heureusement !

D- Oui ! Et, tu n'es pas briefé non plus sur, euh, ta manière de te comporter par exemple quand tu croises quelqu'un dans la rue qui te reconnaît pour représenter au mieux Bel RTL ?

F- Mais non mais ça, ça fait preuve, euh, et je crois qu'on est tous un petit peu comme ça, à partir du moment où tu décides de travailler dans un média, alors c'est vrai que maintenant on a l'image en radio aussi, ce qu'on n'avait pas avant, avant on était des parfaits inconnus quand on se baladait dans la rue, ce qui a changé maintenant avec la, la radiovision etc., donc on est reconnus, donc il faut je crois être respectueux des gens, tant qu'ils sont respectueux de toi, donc euh, il, il y a certaines personnes, on a l'impression que tu leur appartiens, là je suis un petit peu plus, euh, euh... en recul mais à partir du moment où ça se passe bien, oui, on véhicule les idées de Bel RTL, oui, bhe on a décidé d'être des gens publics donc il faut assumer à un certain moment d'être des gens publics, oui.

D- Hum, hum, et, euh, est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animateur ? Tu parlais notamment de choses à ne pas dire, ou... ?

F- Des, non, en tant qu'animation, non, on sait ce qu'on peut faire, on sait ce qu'on peut pas faire. Bhe moi c'est encore assez restreint le matin parce que, bhe, c'est de la météo, ce sont des petits jeux, c'est de la mobilité, c'est des infos service, donc, voilà, mais maintenant on va quand même éviter entre nous de parler de politique, de donner nos idées, etc., quoi, on doit rester neutres, euh, par rapport aux gens qui nous écoutent.

D- Ok ! Et, est-ce que ton entourage te demande ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

F- Non, et d'ailleurs je n'écoute pas que Bel RTL non plus, hein, on n'est pas dans une secte ! Ma femme, et par exemple des choses qu'elle adore écouter sur Bel RTL et des moments où elle n'aime pas du tout, et elle écoute tout à fait autre chose, euh, non... non. Maintenant j'ai des amis, des propres amis qui ne m'écoutent pas le matin parce que, ils n'aiment pas le produit RTL mais, ça reste des amis quand même, c'est pas un souci avec ça.

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ? Est-ce que tu as par exemple le sentiment de les influencer ?

F- J'en sais rien ça, les influencer j'en sais rien. Les guider, peut-être, je l'espère, les réveiller comme il faut, je l'espère. Mais on, on, on ne passe pas de... on a nos valeurs propres, on a les valeurs de la boîte, et ces valeurs-là, on les véhicule, de la manière dont on s'exprime à l'antenne. Maintenant nos propres

idées à nous, j'ai pas du tout l'impression d'influencer d'une manière ou d'une autre un auditeur ou quelqu'un que je rencontrerai dans la rue qui est auditeur de Bel RTL mais qui me voit en, en face-à-face.

D- Ok ! Et est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ?

F- Oui ! Uniquement Facebook, les autres je comprends rien ! Mais tu parles à un gars qui a presque 50 ans aussi hein ! Non, non mais j'ai mon, j'ai mon profil Facebook, euh, je peux gérer la, la, la page de, de, de, de Bel RTL mais j'ai pas envie de, de ne faire que ça. Donc je me suis dit « voilà, Facebook c'est bien », j'avais commencé avec twitter mais j'ai, j'ai très, très vite abandonné et on communique, euh, généralement, j'évite évidemment, ayant beaucoup d'amis maintenant de mettre des photos trop personnelles même si de temps en temps je poste, euh, des photos de mon fils, euh, ou quelque chose comme ça, mais j'essaie de pas en faire une généralité, de plutôt communiquer sur ce qui va y avoir à la radio, si on a des petits événements ou des choses comme ça, quoi.

D- Hum, hum, tu as une page publique en fait ?

F- Ouais, ouais, ouais, c'est une page publique, euh, avec mon prénom, mon nom, ma photo !

D- Ok ! Et, euh, lorsque tu apparais dans une campagne de communication justement pour Bel RTL, est-ce que dans ce cadre-là tu penses avoir un rôle d'influenceur ?

F- Euh... ça c'est, je vais pas dire que c'est nouveau pour moi, ça fait 2-3 ans, mais quand j'ai commencé à... à avoir une vision, on te maquille, on te costume, fin ou on t'habille, je vais dire, euh, correctement, ou tu dois être en telle, telle position, j'étais pas très à mon aise avec ça, parce que c'est, au départ tu fais de la radio, vivons heureux, vivons cachés, on a un micro, euh, on a une voix, et les gens peuvent s'imaginer la voix et peuvent être déçus par, euh, ton apparence physique ou quelque chose comme ça, ou vestimentaire donc j'étais très mal à l'aise avec ça, bon maintenant on est, on est obligés de le faire, donc on le fait et ça me pose pas de problème, mais c'est pas mon, c'est pas mon exercice préféré, loin de là.

D- Ok ! Et est-ce que tu connais le terme, euh, d'ambassadeur d'entreprise ?

F- Pas du tout !

D- Non ? Euh... bha qu'est-ce que ça t'inspire alors un ambassadeur d'entreprise ?

F- Bhe je crois qu'un ambassadeur d'entreprise c'est quelqu'un, un, je crois que ça ne peut fonctionner que si tu es content de travailler dans ton entreprise. Si on prend un ambassadeur pour un pays quelconque, le gars qui défend à l'extérieur son pays, un, connaît son pays, deux, respecte son pays, même s'il n'est pas d'accord avec tout, mais, il respecte son pays, et donc, il fait tout son possible pour le mettre en avant. Donc moi à partir du moment où tu me demandes si je suis un ambassadeur de RTL, je... je serais tenté de te dire oui, parce que, à l'extérieur, les, les, les, les petits ragots internes ne

regardent personne donc je vais, pas glorifier, pas encenser mais je parlerai toujours d'une manière positive de mon employeur quelque part, c'est un respect, ça c'est win-win, quoi !

D- Ouais, donc tu te sens vraiment comme un ambassadeur de Bel RTL ?

F- Oui bien sûr, tout à fait, oui ! Et je crois que, même le per, le, le personnel qui n'est pas à l'antenne, les réalisateurs, les, les, euh, les assistantes, euh, au service informatique, euh, je crois que quand tu es à l'extérieur et que tu es dans une boîte dans laquelle tu te sens bien, bhe d'office tu es ambassadeur de cette boîte. Même involontairement, par moment.

D- Ouais... Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

F- (Rires) non ! Non, ça pas du tout ! Je suis reconnu fatalement, donc, euh, quand on, quand tu vas faire tes, tes, tes courses dans ton village ou quelque chose comme ça ou... il y a des regards mais voilà, une personne connue, ouais, par moment, il y a des gens qui ne me connaissent ni d'Ève, ni d'Adam, qui ne savent pas mon nom, pas mon prénom, ça m'arrive très souvent de parler avec des gens qui me disent « ho vous faites quoi dans la vie ? », euh, alors j'explique mon métier, puis c'est « ho, connais pas, jamais entendu parler », donc voilà, je suis pas une vedette, pas une star, je suis connu par les gens qui m'écoutent. C'est quand même 30% de part de marché, mais, euh, je suis pas connu par tout le monde donc je suis pas une vedette quoi !

D- Ok ! Et une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ça, euh, quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

F- Bhe, ce qui est important et je crois qu'on l'a é, évoqué, c'est quand tu fais un métier public, quand tu es dans une boîte publique, je crois que tu dois adhérer à 80%, euh, de ce que fait ta boîte, sinon c'est, c'est peine perdue, je me vois, je me verrais mal le matin ouvrir mon micro et dire « bienvenue sur Bel RTL », si je ne croyais pas en Bel RTL, si je ne croyais pas au produit Bel RTL. Encore une fois, il y a des choses à changer et cette boîte est en perpétuel, euh, mouvement, les choses changent tout le temps, mais je crois qu'il faut croire, en, en la chose que tu défends, sinon c'est peine perdue, hein, ça passe pas.

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas d'avoir répondu aux questions !

F- Bhe non, merci à toi !

ANNEXE 5. INTERVIEW DE THOMAS DE BERGEYCK

D- Donc euh, d'abord est-ce que tu peux commencer par te présenter en quelques mots ?

T- Voilà donc moi je, moi je suis Thomas De Bergeyck, j'ai 40 ans, je travaille à RTL depuis le mois de mars 2003, euh... (réflexion) j'ai fait pendant longtemps des reportages pour le journal télévisé avant de le présenter en qualité de joker, euh, entre 2007 et 2010, avant qu'Olivier Schoonejans et Alix Battard

n'arrivent. Et en 2010 j'ai repris pl, le flambeau de Place Royale dans lequel je collaborais déjà en tant que journaliste depuis, euh, 7 ans. Et, euh, je suis devenu le présentateur en 2010...

D- Ouais...

T- De l'émission. En ce qui concerne la radio j'ai commencé, euh... les reportages en 2003 également à mon arrivée. Très vite j'ai commencé les flashs au mois de décembre 2003...

D- Hum, hum...

T- Le journal un peu plic-ploc, de temps en temps le matin, de temps en temps le soir, euh, le weekend, ça dépendait et, euh, j'ai commencé à animer les matinales en joker donc en qualité de remplaçant, en, et bien en 2009 figure-toi donc ça remonte déjà, c'était, euh, pour remplacer Pascal Vrebos

D- Hum, hum !

T- Qui a fait les matinales pendant 2 ans avec Barbara Mertens et ensuite j'ai été le joker pendant 5 ans, de Thomas Van Hamme en fait, euh... le matin. Il m'est arrivé de passer également par la présentation du Bel RTL soir tous les vendredis pendant 2 ans, euh... Pascal Vrebos faisant le lundi, mardi, mercredi, jeudi et moi le vendredi et l'émission, l'animation de l'émission L'essentiel le vendredi. Voilà et donc La Matinale en fait je suis joker depuis 7 ans et titulaire depuis le mois de septembre.

D- Ha oui !

T- Voilà.

D- Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et de tes expériences avant d'arriver ici ?

T- Moi j'ai fait mes études primaires aux... Berlaimont à Waterloo avant de faire mes humanités au Collège Saint-Pierre à Uccle. Euh... j'ai eu la chance dans ces humanités de faire une, euh, option complémentaire de théâtre et d'expression orale.

D- Hum, hum...

T- Évidemment, cet élément a été très déterminant dans, dans ma vie puisque ça m'a permis de développer... la diction on va dire. La diction et l'art oratoire, euh... le théâtre étant évidemment une porte incroyable dans ce métier, un accès incroyable dans ce métier, ce n'est pas uniquement un diplôme, c'est aussi... c'est aussi le... l'apprentissage du parler, tout simplement ! Voilà.

D- Hum, hum...

T- Donc ça j'ai beaucoup aimé dans mes études et je me suis dit quand même que le droit était une bonne chose pour commencer des études supérieures, alors j'ai commencé le droit et... je suis a, je me suis arrêté en deuxième humanité, en, en deuxième, euh, année de droit ! Donc à l'époque on appelait

ça des candidatures, en deuxième candidature, parce que, ça me plaisait pas en fait. Je voulais être journaliste.

D- Oui.

T- Voilà. Donc je suis passé en journalisme et j'ai terminé mes études de journalisme dans la foulée.

D- Hum, hum.

T- Voilà, donc euh, donc j'ai fait l'ULB, voilà. Non pas l'UCL mais l'ULB !

D- Oui (rires).

T- Et tout en, alors justement ce qui était intéressant, c'est que pendant mes études de journalisme, j'étais également journaliste déjà sur Radio Campus, donc euh... pendant 3 ans j'ai eu la chance de faire cette expérience de rédacteur en chef de Radio Campus avec Olivier Schoonejans et Olivia François qui y travaillaient aussi, figure-toi !

D- Haa !

T- Donc on se connaissait d'avant, donc... mon amour pour la radio a commencé très tôt, il a commencé à l'âge de 18 ans, sur des radios locales et puis en tant que journaliste sur Radio Campus, avant de débarquer très vite ici en fait. Je suis passé d'une petite radio à une très grande.

D- Oui ! Et justement comment t'en es arrivé à travailler ici pour Bel RTL ?

T- Mais parce que... euh... j'ai fait un stage ici dans le cadre de mes études universitaires.

D- Ha oui.

T- On devait choisir donc moi j'ai fait Bel RTL, pour ce qui est de la radio, radio-télévision, fallait choisir.

D- Hum, hum.

T- Et Nord Éclair à Tournai pour ce qui est de la presse écrite, on me l'a imposé, j'ai pas eu le choix, c'est tout ce qui restait ! Bon voilà, c'était passionnant hein, j'ai adoré mon stage

D- Hum, hum.

T- À Nord Éclair, mais voilà. Par contre, j'attendais avec impatience le stage à Bel RTL et donc en fait c'est le stage ici à Bel RTL qui m'a mis le pied à l'étrier mais c'est une maison dans laquelle je voulais travailler depuis, euh, depuis que j'étais enfant. Donc je suis content parce que... je me suis battu pour avoir ce stage, en échange d'un autre qui m'a été imposé, qui était Nord Éclair mais du coup, j'étais dans la boîte quoi !

D- Oui !

T- Donc c'était tout, c'était tout bon !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu peux me dire peut-être quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, est-ce que tu es plutôt employé, pigiste... ?

T- Je suis cadre.

D- Ha oui, ok !

T- Voilà, je suis cadre depuis 3 ans.

D- Ok ! Et tu peux me décrire en quoi consiste ta fonction d'animateur ?

T- Alors donc, ici, bon, mon, mon emploi du temps, si j'ose dire, ici, c'est donc l'animation de La Matinale tous les jours, de 6h30 à 8h30 et la présentation du magazine Place Royale, tous les samedis soirs avec rediffusion le dimanche, ce qui nécessite évidemment une organisation, euh, très particulière puisque nous préparons toujours les matinales la veille de l'émission, au téléphone, à domicile.

D- Hum, hum, ha oui.

T- Et... le matin même évidemment, j'arrive 1h plus tôt pour préparer, donc mes horaires sont toujours très... précis, c'est le lundi... c'est le dimanche soir d'abord de 19h à 20h30, chez moi, à la maison.

D- Hum, hum.

T- Le lundi de 5 à 9 et puis le soir pendant 1h, le mardi de 5 à 9 et le soir pendant 1h, le mercredi vous ajoutez à cela toute une matinée à pla, à Place Royale, pour commencer à travailler sur l'émission, plus le soir pour préparer la matinale du jeudi, la matinale du jeudi avec toute une matinée à Place Royale et alors le vendredi journée complète, très compliquée 5h-9h en radio et 9h-19h en télévision puisqu'on enregistre l'émission du lendemain, l'émission de télé. Donc ça me fait une grosse journée le vendredi.

D- Hum, hum.

T- Passionnante évidemment, exaltante, mais grosse ! Voilà, je vais chercher un peu d'eau, tu veux quelque chose ?

D- Non, c'est gentil merci !

T- J'arrive hein !

D- Oui !

(...)

T- Voilà !

D- Alors donc, est-ce que tu peux me parler peut-être plus particulièrement de ton travail d'animateur radio, en quoi ça consiste d'être un animateur radio pour Bel RTL ?

T- Haaa ! Alors je me qualifierais pas animateur, je me qualifierais présentateur en toute modestie, parce que le présentateur est celui qui peut faire la synthèse entre le rôle d'animateur en effet et le rôle de journaliste.

D- Hum, hum.

T- Ici, tu as vraiment des catégories, tu as le journaliste, par exemple, qui est Olivier Schoonejans, qui fait le journal de 7h, le journal de 8h, qui fait le journal, on peut pas dire qu'il anime véritablement.

D- Hum, hum.

T- Il présente un journal. Tu as l'animateur qui fait le, qui lance des disques, qui fait des concours, qui fait des jeux, qui parle avec les auditeurs et qui va animer l'antenne. Moi je suis la synthèse des deux, c'est-à-dire présentateur, c'est-à-dire je fais à la fois de l'info, dans cette matinale, les titres de l'actualité, trois fois par, euh, trois fois par émission.

D- Hum, hum.

T- Je... la donne aussi quand elle tombe en temps réel donc je donne, fin je fais mon métier de journaliste en fait. Et en même temps j'anime l'ensemble du truc. Donc c'est un rôle très complet qui passe par toutes les facettes du métier, c'est-à-dire lancer un disque, euh, lancer des chroniques, rebondir sur des chroniques, faire parler les gens, donc faire de l'interactivité, du débat...

D- Hum, hum, ouais.

T- Et en même temps faire de l'information, donc c'est un rôle très complet et c'est ça qui me plaît dans cette émission, c'est que je suis pas là pour animer, je suis là pour orienter, orienter une matinale, en... en la globalisant dans le contexte de l'information, euh, générale quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Bel RTL ?

T- Ha oui clairement ! Clairement pourquoi ? Parce que cette émission, elle, euh, c'est eux qui le disent, c'est pas moi, est le vaisseau amiral de cette chaîne. Comme le journal de 19h est le vaisseau amiral d'RTL, c'est la vitrine de Bel RTL. Bel RTL c'est de l'information, du divertissement et de la musique, avec une priorité sur l'info et le divertissement. Le matin, nous essayons de faire les deux, l'info et le divertissement.

D- Ouais.

T- Et donc forcément, bhe, La Matinale est un, est une responsabilité importante, parce que c'est une vitrine par définition, donc oui je me sens fort investi d'une mission.

D- Hum, hum.

T- Euh... par rapport à Bel RTL parce que rater une matinale, c'est rater toute une, toute une grille horaire en fait.

D- Ok !

T- Donc c'est important, évidemment ça ne dépend pas que de moi, hein. Si, s'il devait y avoir un échec aux prochaines, euh, au prochain sondage, ce ne serait pas que de mon fait, j'ai des chroniqueurs qui travaillent avec moi, j'ai, j'ai un, un, un, un ensemble d'establishment technique.

D- Hum, hum.

T- Mais je suis investi d'une responsabilité, ça c'est évident oui !

D- Ok, et est-ce que toi tu t'identifies à la marque Bel RTL ?

T- Oui complètement, parce que j'y adhère.

D- Hum, hum.

T- Je pense que pour que, que pour... pour soutenir un produit comme celui-là, que ce soit Nostalgie, la RTBF, euh, Vivacité, Bel RTL, il faut forcément adhérer au projet. Moi j'adhère au projet ici. J'ai tendance à me mettre un petit peu en décalage parfois avec la musique de Bel RTL.

D- Hum, hum, ouais.

T- Je ne suis pas le seul mais j'ai tendance à croire que la musique n'est pas assez offensive. Elle devrait être plus audacieuse.

D- Hum, hum.

T- Voilà, bon ça c'est mon avis, mais en même temps c'est une radio généraliste, donc elle doit s'adresser à un maximum de monde et donc la musique a tendance aussi à être un peu généralisante, euh... mais je souscris totalement au projet. Mêler l'info et le divertissement, faire parler le public, faire intera, interagir et considérer l'auditeur comme étant l'élément central de l'antenne, à la fois pour les cadeaux mais aussi pour la participation dans des débats, dans le talk, comme on appelle ça, ça je souscris. Et l'auditeur a une place tout à fait primordiale, dans nos émissions et en particulier dans la mienne mais, dans celle de Sandrine et toutes les autres quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et euh, est-ce que toi t'as un sentiment de fierté à travailler pour la marque Bel RTL ?

T- Oui, alors d'abord parce que c'est la première radio du pays, côté francophone, donc rien que pour ça. Même si Bel RTL a perdu des points dans le dernier sondage, mais, euh, sur La Matinale, on est

toujours les premiers, ça c'est important à dire, Bel RTL a baissé globalement mais La Matinale reste première sur la tranche 6h30-8h30 et même je dirais sur la tranche 4h30-8h30.

D- Hum, hum.

T- L'émission d'avant fait 30% de part de marché, donc oui j'ai une fierté parce que, parce que c'est une radio pionnière, euh... qui est arrivée sur les bases de RFM à l'époque, euh... qui a maintenant 26 ans et, euh, qui compte des animateurs qui sont là depuis le début : Christian De Paepe, Fabrice Collignon, ces gens-là sont là depuis le début ; des journalistes qui sont pionniers aussi : Philippe Callais, Bernard Lobet, par exemple, Frédéric Bastien.

D- Oui.

T- Par exemple, donc oui, oui, oui, parce que, parce qu'on est dans... dans quelque chose de... d'ancien, quelque chose qui s'est installé petit à petit avec l'arrivée des, des radios privées, et, euh, et donc en ça oui je, je souscris encore plus au projet quoi !

D- Ok ! Et euh, est-ce que tu penses que la marque Bel RTL met en avant ta fonction d'animateur ? Fin de, de présentateur ?

T- Ho oui, oui, oui, oui, oui, mais globalement, je dirais, que, que ce soit pour Bel RTL ou RTL TVI, la volonté est très claire, on le ressent nous, c'est de mettre en avant les animateurs comme des, des personnages clés, comme des, je parle des animateurs en général hein, donc, euh, les présentateurs, les journalistes, tout le monde, comme des personnages clés de l'antenne, comme des représentants de la marque. Il y a rien à faire, on est des représentants, on est des ambassadeurs de cette marque.

D- Hum, hum.

T- Dans tout ce que je fais dans, dans ma vie de tous les jours, je représente cette chaîne en fin de compte, quand je vais au Delhaize, je représente la chaîne, parce que, tu vois, aux yeux des gens, tu représentes, euh, ce qu'ils écoutent tous les matins, ce qu'ils regardent le samedi soir, euh, c'est une responsabilité qui est importante. Alors est-ce que la chaîne utilise ça ? Oui, elle l'utilise, notamment dans ses campagnes promotionnelles, euh...

D- Hum, hum.

T- La radio c'est avant tout des visages, alors tu vas me dire « c'est bizarre, c'est du son », oui mais ! La radio c'est des visages, c'est des noms, c'est des gens qui sont connus, des gens de l'antenne. Et donc forcément pour soutenir un produit comme celui-là, il faut montrer les personnages qui le, qui la font. Donc je pense que RTL oui, a tendance à bien rentabiliser ça.

D- Oui, ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour la marque Bel RTL, c'est un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

T- Oui parce que... encore une fois parce que c'est une marque qui est connue, parce que c'est une marque que les gens apprécient, que les gens citent dans les sondages d'opinion, euh... donc ou, c'est motivant, c'est motivant d'être écouté ! Il y a rien à faire, on fait ce métier aussi pour être écouté, quand je vois les commentaires que j'ai le matin, etc. les réactions des, des auditeurs, sur les sujets d'actualité, quand il sont nombreux on se dit « bhe c'est chouette, on parle à beaucoup de gens », donc fo, forcément c'est un moteur de motivation, euh... Alors évidemment... il faut s'inscrire aussi dans une, dans une suite logique, la, la radio Bel RTL n'est plus ce qu'elle était il y a 25 ans.

D- Oui !

T- Il y a 20-25 ans, elle était, c'était la, la, la petite radio qui monte, hein, comme on disait à l'époque. Euh... c'était le plus, le bébé quoi. Maintenant, c'est devenu un adulte, un adulte raisonnable et raisonné.

D- Ouais.

T- Face à une concurrence effrénée, parce que on voit Vivacité qui monte, on voit Nostalgie qui curieusement monte bien aussi. Je dis curieusement mais je l'écoute hein ! (Rires) Qui a tendance à monter beaucoup, euh, et donc effectivement aujourd'hui, on est dans un monde concurrentiel, qui est très compliqué, où il faut se réinventer et je crois que Bel RTL a besoin de se réinventer. Euh, tout en gardant ses grands principes, qui sont la proximité, le divertissement et l'information. Mais la proximité est fondamentale chez nous, tout comme elle l'est chez Vivacité, qui finalement ne fait que copier ce que nous faisons depuis des années ! Je le dis honnêtement hein (rires).

D- (Rires) Je t'en prie.

T- Euh, voilà ils ne font que copier mais ça marche.

D- Hum, hum.

T- Ça marche, ils ont des animateurs forts. Forts et donc des animateurs phares et c'est important.

D- Hum, hum, ok ! Et... dans le même ordre d'idée, est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

T- De ce que eux pourraient faire pour nous ?

D- Oui.

T- Bha je trouve que bon... (réflexion) on pourrait être mieux payés, hein c'est pas ça mais euh... non globalement, globalement euh, oui je pense que, ils nous mettent bien en valeur. Quand je vois la façon dont ils font les spots de promotion qui passent à l'antenne, par exemple, euh, « La Matinale Bel RTL, tous les matins... », ils enfoncent le clou en tapant sur nos noms etc., ils utilisent les noms, les prénoms, donc oui, ils mettent en valeur les produits, clairement, ils mettent en valeur ce rôle d'ambassadeurs que

nous sommes et nous en sommes bien conscients. Euh, donc je trouve que, euh, la gratification elle est là. Pfff

D- Hum, hum.

T- Ils ont tendance peut-être à oublier une chose c'est que nos métiers nous impactent dans la vie de tous les jours tout le temps et donc parfois les rémunérations ne sont pas forcément à la hauteur mais ce qui compte c'est le résultat à l'antenne et le résultat à l'antenne il est que, effectivement, nous sommes soutenus par notre direction, qui apprécie notre travail, qui nous suit, qui nous écoute, qui nous débriefe, pas encore assez, ils pourraient le faire plus mais ils le font. Et, euh, et, et ce qui permet d'avancer c'est ça aussi, c'est cette remise en question permanente. Rien n'est jamais acquis. On le voit bien, on a les chiffres, rien n'est jamais gagné, on doit tout le temps, tout le temps se réinventer et redécouvrir notre métier. Moi tous les matins, je repars d'une feuille blanche ici.

D- Hum, hum, ouais.

T- Je repars d'une feuille blanche. Soyons bons comme nous l'avons été hier, comme nous l'avons été avant-hier, soyons meilleurs que le lendemain parce qu'il y a des jours où ça va pas. Hier, je me suis pas trouvé bon, parce que ça n'allait pas, je, j'étais pas en forme quoi. Aujourd'hui j'ai dormi 3h et je suis en pleine forme. Comment expliquer ça ? Et demain je vais peut-être être crevé du coup !

D- Oui !

T- Mais tu vois donc c'est, c'est un métier qui se réinvente en permanence. Quand tu te reposes sur tes acquis, t'es déjà vieux.

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière justement de communiquer les valeurs de Bel RTL, tu parlais tout à l'heure des campagnes de communication, de quand tu vas au Delhaize, est-ce que t'es briefé sur la manière de te comporter dans la vie de tous les jours ?

T- Non, non je crois que c'est très intuitif, je crois qu'on est tous conscients de la responsabilité qu'on a. On est tous conscients de ce que... euh, représenter une chaîne veut dire.

D- Hum, hum.

T- Euh, il y a forcément des, des comportements à ne pas avoir, il faut toujours être gentil avec les gens, être bienveillant, accueillant avec les gens, parce que les gens viennent rarement pour te dire « vous, je ne vous aime pas ». On ne m'a jamais dit « vous, je ne vous aime pas ». On m'a déjà fait des remarques sur les émissions « ha, vous parlez un peu vite », ou euh, « j'ai pas aimé le sujet que vous avez fait dans Place Royale sur telle personne », « vous parlez tout le temps d'une telle », « je n'aime pas Émilie », ça on me dit souvent aussi ! Maintenant les gens commencent à s'habituer, ça va beaucoup mieux « je vous préférerais quand vous étiez seul », ça j'ai entendu pendant un an, ça n'a pas arrêté. Maintenant ça va mieux, les gens s'habituent enfin, c'est toujours comme ça, s'habituer. Euh... donc voilà, les

commentaires, même s'ils ne sont pas toujours agréables à entendre, doivent rester, euh, accompagnés d'une réponse bienveillante « je prends note de vos commentaires, c'est gentil de me les avoir, de m'en avoir fait part mais vous savez, voilà, on essaie de plaire à un maximum de gens donc c'est important », il y a une il y a une réponse diplomatique à avoir en fait, hein, euh... une réponse qui ne va pas les décevoir parce que moi je veux pas décevoir, jamais. Et donc forcément oui, je suis conscient du rôle que j'ai, mais je n'ai pas été briefé par la chaîne.

Par contre, quand nous faisons des interviews pour la presse écrite, là nous sommes briefés avant sur ce qu'il vaut mieux mettre en avant, et ce qu'il vaut mieux éviter de dire.

D- Ok !

T- Par exemple, la semaine dernière, j'ai donné une interview pour le Télépro sur mon rôle aujourd'hui à RTL, ce que je fais, si je me sens bien dans mon nouveau métier de journaliste radio, etc., euh...

D- Hum, hum...

T- On m'a dit « ce serait bien d'insister sur ce mot-là : proximité, cohérence avec le public, ta passion pour le métier, etc. » et d'éviter certains thèmes, certains thèmes, éviter le fait que, euh... (réflexion), je sais pas moi, euh... que les audiences étaient moins bonnes pour les autres émissions par exemple, privilégier les succès. Les succès c'est La Matinale, les succès, c'est le soir, c'est ceci, c'est cela, bon voilà mais à priori nous n'en avons pas besoin. Pendant des années, j'ai donné des interviews sans briefing, maintenant les briefings se font pour assurer une cohérence quoi. Pour qu'il y ait une image générale qui soit donnée, qui soit cohérente, que chacun ne joue pas cavalier seul, dans une boîte comme celle-ci on se, on se tient tous.

D- Hum, hum.

T- Et ce serait dommage que, que les gens travaillent pour leur propre gueule, entre guillemets. Ce briefing est donc important, il est maintenant automatique à chaque fois qu'on donne une interview.

D- Ha ouais. Est-ce que tu penses que c'est peut-être par les campagnes de communication que vous êtes sensibilisés à représenter la marque, que tu vois peut-être l'importance qu'elle a ?

T- Non, pas par les campagnes. Les campagnes sont, sont pour nous en fait très importantes. Il y en a eu une très grosse au mois de septembre.

D- Ouais.

T- En ce qui concerne les émissions de Bel RTL, qui était très bien suivie, qui a bien fonctionné avec des belles publicités, des belles, euh, un bel affichage, euh, qui a été fait en studio donc ça a été fait sobrement.

D- Ouais.

T- Et, et, et... l'idée était très simple, très sympa, c'était que les animateurs se tenaient la main virtuellement pour passer chaque fois d'une émission à l'autre, en disant « après moi ce sera un tel, après moi ce sera un tel, avant moi c'est Sandrine Dans, après moi c'est un tel » donc c'était, c'était assez lisible et assez clair. Maintenant, euh, le fait que ces campagnes nous influencent nous. Nous on est, on est fiers d'avoir notre tête sur un bus, et sur un, et sur un abribus, parce que c'est amusant voilà, mais euh, c'est surtout important pour la chaîne de relancer, de relancer la dynamique en disant « voilà, il y a une nouvelle rentrée, on est au mois de septembre, il y a de nouveaux animateurs, euh, Thomas De Bergeyck est là, Sandrine Dans revient, Fabrice Collignon revient, Jean-Michel Zecca débarque de, de 10h30 à midi ».

D- Hum, hum.

T- À un moment donné c'est important de dire « voilà, la chaîne elle est là, elle existe, les stars, entre guillemets, vous les connaissez, bhe voilà ce qu'ils vont faire cette année ».

D- Hum, hum.

T- Donc oui, c'est gratifiant pour nous à titre personnel mais on n'est pas là pour ça, c'est surtout important pour la marque, de dire « voilà, nos bases sont là, mais on vous propose un nouveau produit à partir du mois de septembre », elles sont indispensables ces campagnes. J'avais peur qu'il n'y en ait pas et cette année il y en a eu une toute belle, qui a duré longtemps d'ailleurs.

D- Oui... ok ! Et est-ce que tu as quelques contraintes dans ton rôle de présentateur radio, par exemple tu parlais de choses à ne pas dire, ou...

T- Elles ne nous sont pas imposées, en fait à un moment donné on nous font, on nous fait confiance. L'expérience joue aussi en ma faveur, je parle de moi, l'expérience joue en ma faveur, je sais ce qu'il est, ce qu'il est bon de dire et ce qu'il n'est pas bon de dire, euh... mais quand tu fais une interview par exemple, tu dois toujours pouvoir donner un peu de toi. Il faut pas hésiter à le dire que c'est fatigant de se lever à 4h30 du matin par exemple, pour faire une Matinale, que ça influe sur le rythme de vie, que ça influe sur la vie de tous les jours, sur la, la vie privée aussi, puisque ça a une influence, on doit s'adapter. Euh, il faut pouvoir le dire parce qu'à un moment donné nous sommes des êtres humains et on s'adresse à d'autres êtres humains, ces auditeurs sont des êtres humains, donc ils ont besoin aussi de... de se rendre compte qu'ils n'ont pas affaire à des robots. On n'est pas des robots. Donc, euh, donc, euh, des contraintes, euh, non pas vraiment, non, pas vraiment je pense qu'on nous fait confiance ici dans cette boîte. Moi je me rends compte qu'on me fait confiance en tout cas, j'ai pas, j'ai pas beaucoup de débriefing du style « non ça tu peux pas dire, non ça tu peux pas faire », par exemple moi je fais beaucoup de jeux de mots, bha il y a jamais personne qui m'a dit « arrête tes jeux de mots », quoi. Je les aime bien mes jeux de mots ! Et les auditeurs les aiment bien aussi, voilà.

D- Ok, et, euh, est-ce que ton entourage te demande ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter ?

T- Haaa ! Non ! Non, et ils n'écoutent pas forcément Bel RTL d'ailleurs. Bha chaque fois j'essaie de les convaincre de, d'écouter, euh, non ils écoutent vraiment en fonction de leur, de l'heure de la journée. Moi je me rends compte que les gens, c'est en fonction de l'heure de la journée, le matin ils ont tendance à écouter une radio avec du contenu, c'est notre cas à nous, c'est le cas de Vivacité par exemple. Euh... dans la journée, mon entourage a plus tendance à écouter Nostalgie, parce que c'est plus musical, on fait des découvertes, des redécouvertes de vieux tubes des années 80 etc.. L'après-midi on est plus sur de nouveau des émissions de talk, de dialogue, de discussion, Bel RTL Ingrid Franssen par exemple, La vie du bon côté sur Vivacité, qui est une très intéressante émission. L'humour arrive en fin de journée, on est fatigué de la journée. On remonte dans la bagnole, on a envie de rire, Les grosses têtes, par exemple, et il y a la concurrence qui fait de l'humour aussi. Et puis alors le soir on est de nouveau dans l'info à 18h, info pure, débat de société, et puis la musique qui revient à 21h, à 20h, donc euh, il y en a pour tous les goûts, pour tout le monde à n'importe quel moment de la journée.

D- Oui.

T- Voilà, mais moi j'ai sans doute un rôle un peu d'influence, d'influenceur auprès de mes proches forcément, qui m'écoutent le matin parce que ça les amuse plus de m'écouter moi que Benjamin Maréchal parce qu'ils me connaissent quoi, voilà. Ça je crois que c'est, c'est humain hein.

D- Hum, hum.

T- Moi je me dis souvent, j'avoue, si, si mon frère faisait, faisait une émission de radio, je l'écouterai tous les matins quoi.

D- Ok ! Et est-ce que tu as vraiment l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ? Peut-être le sentiment de les influencer ou ?

T- Oui, très modestement, je n'ai pas cette ambition de, de les influencer, de leur, d'orienter leurs choix. J'ai cette ambition très sobre de simplement proposer un panel d'avis.

D- Hum, hum.

T- Euh, ce sera plus le cas de Weber hein, ce serait intéressant de poser la question à Weber le soir, qui fait vraiment du débat. Moi j'étais les avis des gens et sur base de ça, d'autres gens vont se faire leur opinion. Weber il va plus loin, il va chercher des, des arguments chez les uns, chez les autres, puisqu'il a des experts au, autour de la table.

D- Oui.

T- Moi c'est pas mon cas, je suis beaucoup plus soft le matin. Donc je n'ai pas la, cette modestie de dire que non je n'influence pas les gens, mais je suis un passe-parole, je suis un... un intermédiaire entre l'information qui parfois est un peu rébarbative et compliquée à comprendre, et eux.

D- Oui.

T- Voilà, mais je ne vais pas plus loin que ça parce que je ne me donnerais pas d'autre pouvoir que celui-là.

D- Hum, hum.

T- Ce qui est déjà pas mal en soi. C'est un défi aussi au quotidien ça... Parce que les thèmes d'actualité parfois ne se bousculent pas au portillon, il y a parfois, on a parfois du mal à trouver quelque chose de concernant pour les gens. Pour l'instant c'est le cas, on a des trucs concernants mais c'est pas toujours le cas.

D- Ok ! Et est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ?

T- Oui, euh, j'ai deux pages Facebook, une publique et une privée. J'ai ma page Place Royale, donc ça fait trois pages en fait.

D- Oui.

T- Euh, trois pages mais Place Royale est gérée par, est cogérée par un producteur.

D- Hum, hum.

T- Et la page Bel RTL que je ne gère pas. Donc moi-même à titre privé, à mon nom propre, j'ai deux pages, j'ai un Instagram et un Twitter. Snapchat pas encore.

D- Hum, hum.

T- Je sais pas pourquoi d'ailleurs, je devrai peut-être y aller en fait... Tiens c'est con, je vais une fois essayer d'aller. Et je crois que j'avais mis l'application pour tout te dire.

D- Ha oui !

T- Je pense hein, et je n'ai jamais été dessus, je ne sais pas à quoi ressemble le logo mais...

D- Je pense que c'est une petit cloche, blanche et jaune.

T- Ha mais ça me dit quelque chose ça !

D- Je pense, hein, si ça a pas changé.

T- Bhe j'ai dû la virer ! Bhe c'est bête parce que... (réflexion) ça me dit quelque chose hein, j'ai dû le faire, navigation, non, j'ai dû le, j'ai dû le faire à un moment donné... non j'ai pas la cloche Snapchat mais je, ouais je crois que je, je crois que je me suis déjà inscrit. Et je l'ai virée faute sans doute, faute de...

D- D'utilisation ?

T- Ouais, faute d'utilisation.

D- Hum, hum.

T- Je vérifie quand même pour être sûr mais je vais me remettre dessus, c'est une bonne idée ça.

D- Ouais ?

T- Boff, ouais, pourquoi pas finalement, Snapchat, une bonne idée tiens ! Bha voilà, tu m'as donnée une bonne idée (rires) !

D- (Rires) bhe tant mieux ! Est-ce que tu peux peut-être me parler de ton utilisation de ta page, euh, plutôt, euh, professionnelle ?

T- Bhe écoute alors, c'est... oui, cette utilisation, euh, de la page professionnelle, je la fais vraiment pour parler de, de moi mais à travers mon métier.

D- Hum, hum.

T- Pourquoi ? Parce que... euh... (réflexion) c'est un vecteur intéressant de... d'anticipation de ce qu'on va faire. Soit, je te, globalement sur ma page Facebook publique, j'ai tendance à mettre des photos de mon activité quand elle est publique, par exemple des photos Télémie à la soirée Télémie, des choses comme ça, le programme de l'émission du samedi, et euh, des invités exceptionnels de La Matinale. Par exemple, si j'ai filmé un chanteur qui est venu chanter en live pendant 2 jours, 2h... non 2 minutes, euh, j'ai tendance à la mettre là-dessus tu vois ?

D- Hum, hum.

T- Bon, sur la page privée c'est autre chose, c'est un peu des photos privées mais pas tant que ça finalement parce que je suis très discret.

D- Hum, hum.

T- Mais euh, mais c'est un vrai moyen de communication sur les contenus.

D- Oui.

T- Bel RTL le fait mais moi je le fais de mon côté aussi, tout comme Place Royale, Place Royale le fait, a tendance à faire du contenu sur ma personne aussi mais moi je le fais de mon côté aussi, euh, parce que ça m'amuse, j'ai une photo par exemple de coulisses avec Émilie, on est tous les deux aux Pays-Bas, on fait une photo dans la rue, voilà, c'est, on met un petit message « nous sommes aux Pays-Bas pour l'émission de samedi, euh, au menu : les 50 ans du roi, la fête du roi, machin », tu vois ?

D- Oui !

T- C'est un moyen facile hein, tu prends une photo et hop t'y es quoi. J'étais dessus visiblement, parce que, avant connexion, inscription il me met, et comme, connexion, je...

D- J'imagine qu'il faut un mot de passe...

T- Tiens c'est marrant ça... (silence) bon enfin je verrais ça après, je suis là t'sais, tu peux y aller je t'écoute.

D- Oui ! Alors, euh... ensuite lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Bel RTL...

T- Ouais...

D- Est-ce que tu penses à ce moment-là avoir un rôle d'influenceur ?

T- (Inspire) Sur le, peut-être sur le choix des gens en tout cas, sur le choix des... des gens qui suivent le... qui suivent la campagne. Un rôle d'influenceur ? (réflexion) Pffff, oui parce qu'à partir du, oui d'une certaine manière, très modestement, si les gens...

D- Hum, hum...

T- M'appréciant à la ra, à la télévision, ils vont sans doute venir se rallier à la radio.

D- Hum, hum.

T- Voilà, donc, je, encore une fois très humblement hein, très, très humblement. Si mon image peut servir à ça, parce que finalement ils prennent des gens de la télévision pour attirer des gens en radio hein, ils mettent Zecca, Sandrine Dans et moi, c'est tous des gens, on est tous, on fait tous de la télé quoi. C'est pas pour rien, avec quelques personnalités radio quand même : Collignon, Franssen, mais euh... mais bon globalement c'est des gens qui sont connus en télé donc on profite de leur notoriété pour aller... donc oui, bhe si je peux servir à ça, tant mieux, tant mieux, mais je n'ai pas conscience de ça au moment de la campagne promotionnelle, non, non...

D- Ouais...

T- Et en même temps c'est vrai que quand je, quand j'observe la façon dont la promotion a été faite à la rentrée...

D- Hum, hum...

T- Je vois ma tête et je dis « bho oui c'est le mec de Place Royale », je serais un auditeur, je dirais « c'est le mec de Place Royale qui fait une matinale, qui fait autre chose, on va le découvrir dans un autre univers, dans un autre personnage, dans un autre rôle », en ça c'est intéressant.

D- Hum, hum...

T- Donc oui, en quelque sorte oui mais très humble, très humblement.

D- Ok ! Et, euh, t'en parlais tout à l'heure mais c'est justement ma question ici, est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise et comment tu pourrais définir un ambassadeur d'entreprise ?

T- L'ambassadeur d'entreprise, je dirais donc dans, dans, dans mon cas, c'est celui qui va véhiculer la philosophie d'une entreprise.

D- Hum, hum...

T- Qui va véhiculer son, comment dire, (réflexion), sa ligne de conduite, euh... son état d'esprit aussi.

D- Hum, hum...

T- Parce qu'une entreprise ce n'est pas que, je pense à la mienne en particulier, ce n'est pas que ce qu'on voit à l'antenne, c'est tout ce qu'il y a derrière. Il y a aussi des moments difficiles dans cette entreprise, on licencie des gens...

D- Hum, hum...

T- Ha, on met des gens de côté, on, on retire des gens de l'antenne aussi. Quand ça va plus bien ou quand la personne est un peu dépassée. Donc c'est pas toujours facile et puis il y a d'autres métiers aussi, il y a pas que les métiers de l'antenne, il y a tous les métiers techniques, il y a les métiers de secrétariats, euh, il y a beaucoup de métiers administratifs aussi dans cette boîte. Donc un ambassadeur c'est celui qui va relayer au maximum la philosophie de la, de l'entreprise, l'état d'esprit qui règne au sein de l'entreprise, et, euh, et sa vision de l'avenir. L'ambassadeur ne doit pas se pencher sur le passé. Ici on a tendance à beaucoup entendre des gens qui disent « c'était mieux avant », j'ai connu la grande époque, Jean-Charles De Keyser, Eddy de Wilde, c'est fini tout ça, maintenant il faut se tourner vers l'avenir et l'avenir n'est pas simple. La concurrence est effrénée, sur un plan publicitaire, le marché va se morceler avec l'arrivée de TF1 sur le marché publicitaire belge, TF1 qui va donc manger une part du gâteau publicitaire, ce qui va coûter très cher à RTL et RTBF, c'est public, ce que je dis est public.

D- Hum, hum...

T- Donc voilà, je le dis parce que (réflexion), ce que, ce que je veux dire par là c'est que notre rôle d'ambassadeur est d'autant plus important, on aura besoin de notoriété, on aura besoin de défendre notre marque encore plus qu'avant. Parce qu'on doit, on doit absolument protéger notre gâteau publicitaire.

D- Hum, hum...

T- Donc voilà, j'ai bien conscience du rôle d'ambassadeur que nous sommes.

D- Ok ! Et... bhe donc justement c'est ma question suivante est-ce que tu te sens quand même ambassadeur de RTL.

T- Oui complètement.

D- Oui ?

T- Dans mon rôle en particulier, la secrétaire du 2^e étage te dira peut-être pas la même chose mais moi oui, et tout le temps.

D- Hum, hum...

T- Je sors d'ici, c'est, je sors d'ici, je tombe sur quelqu'un qui, euh, qui est dans la rue, euh, voilà je suis l'ambassadeur de la boîte quoi, en permanence, c'est un rôle qui est omniprésent, et j'ai tendance même parfois à l'oublier. Je vais me promener, j'oublie et puis tout d'un coup les gens me rappellent à ce beau souvenir du fait qu'on est des ambassadeurs de la chaîne.

D- Hum, hum, ok. Et est-ce que tu penses que les belges te considèrent comme une célébrité ?

T- Euh... pffff, très modestement je pense que oui. Oui, bha à l'échelon belge hein, attention, gardons la tête, euh, la tête sur les épaules, mais oui, il y a, dès le moment où tu fais un peu d'antenne, dès le moment où tu passes à la télé, tu deviens connu.

D- Hum, hum...

T- Dès le moment où on te voit régulièrement, en fait c'est la récurrence hein, qui est, qui est importante dans la notoriété. Si on te voit une fois, tu vas être la star de ton village pendant 24h, si on te voit tous les samedis, tous les vendredis, tu deviens le tablier, le papier-peint du salon.

D- Hum, hum.

T- Donc du coup t'es connu parce que, on se souvient de ta gueule, donc oui, je dirais oui mais on est en Belgique.

D- Hum, hum, ok ! Et une toute dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur le sujet, quelque chose qu'on n'aurait pas abordé mais que tu juges important ?

T- Euh, non, je, je crois que... je crois que je t'ai à peu près tout dit, euh... peut-être que... on a tendance ici à ne pas assez, euh... nous conscientiser sur ce rôle d'ambassadeurs.

D- Ouais.

T- Parce qu'on a vite fait de faire une bêtise en dehors, on a vite fait d'être agressif avec quelqu'un, d'être grossier parce qu'on est de mauvaise humeur, faut faire très attention à ça. Donc ce rôle d'ambassadeur il doit être inné malheureusement parce qu'on nous l'explique pas. Et donc voilà, moi je, moi j'ai appris tout ça sur le tas, ça n'a pas été compliqué parce que je suis quelqu'un plutôt de, de poli, de gentil avec les gens et qui aime bien les gens. Mais on nous, on nous l'apprend pas. Ce serait peut-être intéressant de conscientiser davantage les jeunes recrues de l'antenne que l'antenne (réflexion)

à ce rôle d'ambassadeur, à ce rôle de marque, de marque que nous représentons en permanence. C'est quand il y a un problème qu'on nous le rappelle, faut pas attendre le problème, faut y aller, euh, en amont.

D- Hum, hum... Est-ce que t'as une idée peut-être de comment ils peuvent faire ça ?

T- On pourrait imaginer un séminaire là-dessus, on pourrait a, et même un séminaire qui pourrait être beaucoup plus large que, un séminaire pour les gens de l'antenne. Ça peut s'adresser à tout le monde. Les cameramen par exemple qui travaillent pour le journal télévisé, on les connaît pas, ils sont pas à l'antenne, pourtant ils sont devant l'actualité, ils sont devant les gars, ils filment les, tu vois ?

D- Ouais...

T- On pourrait peut-être leur apprendre aussi à s'adresser aux gens, autrement à... avec plus de prévenance parfois, plus de bienveillance. Ça vaudrait la peine de travailler là-dessus, parce que si on veut assurer une cohérence dans une boîte comme celle-ci, bha il faut que tout le monde soit cohérent, pas que les gens de l'antenne qui vont acheter leurs fruits et qui sont reconnus par le, par leur voisin, aussi les cameramen à qui on va s'adresser quand on est sur le terrain. Un mec qui filme un incendie, le public autour va s'adresser à eux « qu'est-ce qui se passe monsieur, vous savez quoi, vous en savez un peu plus ? », il faut pouvoir leur répondre avec diplomatie et...

D- Hum, hum...

T- Et de façon cohérente par rapport à l'image générale de la boîte quoi, pas faire cavalier seul, jamais.

D- Hum, hum...

T- Voilà.

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas d'avoir pris le temps de répondre à mes questions !

T- Je t'en prie ! Écoute du coup je me suis remis sur Snapchat !

ANNEXE 6. INTERVIEW DE JEAN-MICHEL ZECCA

D- Alors d'abord est-ce que tu peux commencer par te présenter en quelques mots peut-être ?

J- Me présenter en quelques mots... je m'appelle Jean-Michel Zecca, j'ai 48 ans, je suis né à Montigny-Sur-Sambre en 1968, nous étions un 17 septembre, je suis animateur de télévision et un petit peu de radio et je suis à RTL TVI depuis... (réflexion) 1999.

D- Ha oui ! Et, euh, est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et peut-être tes expériences professionnelles, euh, avant d'arriver ici à RTL ?

J- Alors comme études, euh, bha j'ai fait un parcours assez classique de, de, d'études secondaires, euh... dans une espèce de pseudo option de communication qui ne veut strictement rien dire, pour m'amener au final à faire un service militaire qui ne débouchera pas sur des études supérieures puisque, à l'époque je faisais déjà de la radio...

D- Hum, hum...

J- Sur, euh... sur des chaînes, euh, locales, et que à l'issue de ce service militaire on est à l'époque en... pfoulala, je crois qu'on est en 89-90, euh... on m'a proposé de, de faire de la radio et d'en faire mon métier, ce que j'ai fait avec plaisir, euh... donc j'ai fait de la radio, euh, FM pendant, euh, pfoua, je dirais, euh, pendant près de 10 ans, avant de venir à, à RTL passer un casting pour, pour de la télévision, et, euh, je suis passé par des radios comme, euh, SIS, euh, Nostalgie, NRJ, Chérie FM, euh... voilà.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, est-ce que tu es employé, cadre... ?

J- Ici je suis employé.

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me décrire, euh, un peu plus précisément en quoi consiste ta fonction d'animateur radio ?

J- Ha bha, euh, à animer des émissions de radio...

D- Hum, hum, et pour toi en quoi ça consiste d'être, fin qu'est-ce que ça veut dire d'être animateur radio ?

J- (Réflexion) Qu'est-ce que ça, bha c'est une bonne question tiens ça ! Qu'est-ce que ça veut dire être animateur radio, euh... en quoi ça constitue, tu veux dire en termes pratiques, en termes techniques, en, en, c'est, ça veut dire quoi ça ? Je comprends pas la question en fait...

D- Bha simplement pour toi, qu'est-ce que c'est d'être animateur radio, comment tu décrirais, euh, ta fonction ?

J- Bha c'est parler aux gens au quotidien et en direct, ce que la télé permet peu, puisque, euh, on enregistre beaucoup plus qu'on est en direct mais, euh, la radio pour moi c'est, c'est un bon complément à la télévision en tout cas, euh, puisque d'abord on est en direct je le disais et puis surtout parce que c'est un média beaucoup plus souple, euh, beaucoup plus réactif, euh, beaucoup plus léger, euh, on traite, euh, on peut monter une émission de radio en une demi-journée là où pour monter une émission de télé il faut 6 mois donc, euh, c'est aussi beaucoup, beaucoup, beaucoup plus cher de faire de la télévision donc on, on y réfléchit beaucoup, euh, plus, on y réfléchit à deux fois avant de s'engager dans la production, vu qu'on n'est pas sûr que ça fonctionne mais qu'on est sûr d'une chose c'est que ça peut coûter beaucoup d'argent, pas, c'est moins le cas à la radio même si ça a un peu changé quand même

depuis ces années mais, euh, je trouve que... voilà c'est le complément idéal quand on est, euh, animateur de télé, ou animateur de radio, c'est bien de faire les deux.

D- Hum, hum... ok ! Et, euh, est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Bel RTL ?

J- Pfff je sais pas, c'est prétentieux de dire ça parce que c'est, c'est clair que quand on incarne, euh, une des, une marque forte comme Bel RTL ou RTL TVI d'ailleurs, euh, quand on est un des visages ou une des voix de l'antenne, euh, je, c'est prétentieux de dire que... voilà que, que, qu'on représente, euh, alors je suis pas seul, je, je, d'abord sur, ni à la télé, ni à la radio. Je, en tout cas, oui je suis un des visages ou une des voix de ces chaînes, ça oui.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que toi tu t'identifies à la marque Bel RTL ?

J- Ouais je, moi je m'identifie en tout cas, euh, à la marque RTL en, en général, c'est-à-dire, euh, RTL que ce soit, euh... la télé ou la radio, ou même RTL en France ou... je, je, je trouve que c'est, euh, je trouve que c'est un média qui me va bien, euh, c'est quelque chose qui correspond pas mal à, à la vision que j'ai de la radio et de la télé, c'est-à-dire, euh, de la proximité, euh, euh... un média généraliste sur lequel on peut aborder, euh, euh, tant de sujet que, que, que, que j'en ai abordés, que ce soit du sport, du divertissement, des choses un peu plus, euh, liées à l'info, euh, euh... tenter de parler au plus grand nombre, d'exprimer des choses et, et de les, j'aime pas le mot vulgariser mais en tout cas de les rendre accessibles, euh, ouais c'est quelque chose dans lequel je me retrouve pas mal.

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour, euh, Bel RTL ?

J- Alors ça c'est des questions, si je dis que je suis fier de travailler pour Bel RTL, ça fait, ça fait fayot, si je dis que je le suis pas, ça fait pas corporate, oui, fin, je, moi c'est... je cache pas que c'est une marque pour laquelle j'ai voulu travailler, euh, bien avant d'y être engagé, euh, j'ai mis du temps à y accéder, euh, je, je, j'étais peut-être trop jeune à l'époque, euh... voilà, j'ai, oui, si j'avais très envie, j'avais très envie de travailler pour le groupe en tout cas.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu penses que Bel RTL met en avant ta fonction d'animateur ?

J- Attends, euh, est-ce qu'elle met en avant ma fonction d'animateur, ça veut dire quoi, ça veut dire que...

D- Je pense peut-être aux campagnes de communication quand tu participes...

J- Ha c'est ça, est-ce qu'elle, est-ce qu'elle investit sur ma tête ou sur ma voix...

D- (Rires) Dit comme ça !

J- Pfff, c'est pas à moi qu'il faut poser la question, c'est aux gens qui prennent les décisions de le faire ou pas.

D- Hum, hum...

J- Bho oui, fin, je, je, je pense, je sais pas si aujourd'hui on est vraiment dans une logique de communication axée sur les animateurs, je pense que on est plus dans une communication globale liée à l'image que véhicule la radio ou la télévision, je sais pas si, je pense que les, je pense que les gens, euh, les, qui consomment de la télé ou de la radio, euh, ne sont plus tellement dans, euh, « j'écoute un animateur ou je regarde un animateur pour lui », je pense que les gens regardent plus des programmes, regardent plus pour, euh, regardent plus une chaîne ou des programmes qu'un animateur en particulier. C'est pas de la fausse modestie, je pense que c'est un constat.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Bel RTL ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

J- Bha c'est en tout cas la, le, la radio qui, qui me permet de m'exprimer donc, euh, ouais. Alors que je sois sur Bel RTL, euh, si j'étais sur une autre radio, euh, c'est en tout cas le média qui me permettrait de m'exprimer, Bel RTL ou un autre, euh... quand t'es animateur radio, t'as quand même besoin d'une marque forte pour, euh, véhiculer, euh, véhiculer ta, ta voix ou ton image, euh... c'était quoi la question, c'était est-ce que... ?

D- Est que tu penses que le fait de travailler pour Bel RTL ce soit un facteur de motivation ?

J- Est-ce que c'est une motivation ? Oui, oui, c'est, oui, c'est, ça reste une motivation de travailler pour une marque forte, pour une marque puissante...

D- Hum, hum, ouais... ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

J- Oui ça oui, ça oui parce que c'est une chaîne qui depuis, euh... que je travaille pour elle, depuis, euh... 98-99, euh... c'est-à-dire depuis maintenant, euh, près de 17 ans, euh... m'a toujours, euh, assez fait confiance, euh, j'ai eu la chance de faire des choses très différentes pendant, fin, quand je dis ça c'est à moitié vrai parce que j'ai fait aussi beaucoup la même émission qui s'appelle Beau Fixe, qui était un truc, euh, qui passait le matin il y a quelques années, que j'ai animé pendant, euh, près de 12 ans je crois, euh... et dans le, une émission grâce à laquelle, euh, et c'est en, c'est en, en quoi je suis redevable à Bel RTL c'est ça, c'est, ça m'a permis de faire le tour du monde, euh, d'offrir des, des moments d'antenne, euh, absolument incroyables, euh, et pour moi de vivre des émotions, euh, absolument, euh, immenses parce que, euh, on a offert des vacances pendant près de 12 ans à des gens qui parfois n'avaient jamais pris l'avion, n'étaient jamais partis en vacances, euh, voilà le principe était, on recevait des invités, ça m'a permis de recevoir des gens assez, euh... assez incroyables, j'ai, j'ai, j'ai, j'ai reçu, euh, tout ce que, tout, tout ce qu'on pouvait recevoir comme artistes, comme, comme écrivain, comme chanteur, comme a, comme comédien, comme acteur, euh, comme scientifique, fin voilà on a fait le tour de, de tous ces gens qui écrivaient des bouquins, qui faisaient des choses brillantes, euh, qui venaient

dans l'émission en parler et en, en filigrane de ça bhe on offrait, euh, on offrait des voyages assez, assez géniaux, euh, et donc de temps en temps on avait la possibilité de délocaliser l'émission, euh, en disant « bhe voilà, on va vous offrir Tahiti, euh... bha, euh, on y est, on y est pendant une semaine pour vous prouver que... euh, ce qu'on vous dit est pas de la blague, venez vous allez voir, à la fin de la semaine, les meilleurs d'entre vous viendront nous rejoindre », et donc j'ai vraiment fait le tour du monde, j'ai, j'ai vécu des moments assez intenses...

D- Hum, hum...

J- Donc en ça je peux que remercier la chaîne, oui !

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL, notamment dans les campagnes de communication ?

J- Alors... c'est un phénomène qui est assez nouveau ça, le briefing sur la communication, euh... c'était plus détendu, plus, euh, on était plus livrés à nous-mêmes entre guillemets, euh, il y a quelques années donc c'est, euh, je le suis un peu plus aujourd'hui, on a plus, euh, la notion du verbatim de, de, de... d'un champ lexical etc., euh... auquel on faisait moins attention il y a quelques années et je pense que c'est, euh, euh, c'est un peu un mal pour un bien quoi, je vais dire, euh, c'est, ça nous permet de cadrer un peu plus notre discours alors est-ce que, est-ce que c'est inté, est-ce qu'on est plus intéressants parce que le discours est cadré ? Est-ce qu'on n'est pas plus politiquement corrects ? Est-ce que... on n'est pas moins spontané ? C'est... là-dessus il y a un vrai boulot à faire je trouve, c'est, euh, est-ce que... aujourd'hui avec, euh, l'avènement des réseaux sociaux, la... euh... la distorsion de l'info, euh, due à la rapidité et à la nécessité d'informer vite et pas toujours forcément bien, euh... et, est-ce que le propos qu'on a, euh, nous les animateurs de télé et de radio est pas moins spontané, est pas plus formaté, est pas finalement, euh, euh, moins intéressant ?

D- Hum, hum...

J- Je ne sais pas, j'espère juste que dans les années à venir on n'au, on, bha, je crois que voilà, on sera obligé de, de, de te, de, de se tenir à carreau sur, euh, sur la manière dont on communique, être très prudent parce que souvent c'est, je le disais, euh, une distorsion de nos propos, euh... des propos qui sont souvent, euh, distordus à cause de leur répétition, du, c'est le tam-tam, hein, c'est, euh, plus ça passe entre des mains bha plus, euh, plus c'est déformé...

D- Hum, hum...

J- Et du coup bha plus on se relit et qu'on ne se, qu'on ne reconnaît pas les propos qu'on a tenus. Par exemple ici, euh, je réponds à une interview de toi, je sais pas ce que tu vas en faire mais en tout cas c'est enregistré, euh, les journalistes aujourd'hui ont peu de scrupules, euh, c'est-à-dire ils se foutent pas mal de savoir que, que, que nos propos ont été consignés dans une interview enregistrée, euh, on

peut pas toujours demander quand on ne reconnaît pas la nature de nos propos à, à ce qu'on corrige après coup en plus, parce que c'est, le mal est fait, l'article il a été diffusé...

D- Hum, hum...

J- Donc on pourrait dire « bha tiens re, rediffusez, euh, une partie de l'entretien, euh, euh, faites un correctif sur, euh, la manière dont je me suis ex, ex, précisément exprimé », donc oui voilà, on est briefés, euh, finalement je sais pas si ça, si ça sert à grand-chose, finalement ce sont les journalistes qui en font encore ce qu'ils veulent.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, est-ce que tu es briefé aussi peut-être sur, euh, la manière de te comporter quand tu croises quelqu'un qui te reconnaît ?

J- Absolument pas.

D- En dehors ?

J- Absolument pas, euh, je considère que ça c'est quand même, euh, le libre arbitre de chacun, qu'on est des adultes, euh, suffisamment responsables et suffisamment, euh, élevés et éduqués pour, euh, savoir que c'est pas parce qu'on fait de la télévision, de la radio, qu'on est des gens qui, euh, avons une carte blanche sur tout, euh, on n'est pas tout permis. Moi j'essaie de me conduire dans la vie, euh, que je sois, que je fasse le métier que je fais ou pas, euh, en me disant toujours depuis que j'ai un enfant par exemple, euh, depuis que j'ai un enfant, euh, « voilà l'image que je voudrais, euh, renvoyer à ma fille, voilà l'image que je voudrais me renvoyer à moi », euh, alors après je cache pas que de temps en temps, bha, le fait qu'on soit un petit peu, euh, parce que j'imagine que ta question c'est ça, le fait qu'on soit un petit peu médiatisés, le fait qu'on nous reconnaisse ou pas dans la rue, si c'est la question, fait que euh, bhe parfois on reste des êtres humains et que, de temps en temps on n'a pas le temps, qu'on n'a pas l'envie, euh, de faire des sourires ou des selfies, ça peut arriver, même si vraiment c'est très rare en ce qui me concerne, j'essaie de pas, euh, que mes humeurs n'influencent pas, euh, mes comportements...

D- Hum, hum, ok !

J- Mais non, on n'est pas briefés pour répondre à la question.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que t'as des contraintes dans ton rôle d'animateur radio, t'en parlais un petit peu tantôt peut-être des choses à ne pas dire ou, euh... ?

J- Des contraintes je dirais pas, j'ai, je dirais qu'il y a un signe des temps qui est, euh, une espèce de... de discours qui devient un peu plus polissé, que, que précédemment, moi ça fait quand même un, près de 20 ans que je fais ce métier. Ça fait 20 ans que je fais ce métier... et c'est vraiment une notion qui est nouvelle je trouve, c'est, euh, si tu parles de contraintes c'est... le fait qu'aujourd'hui on en revient à ce que je disais avec, euh, la multiplication des, des réseaux sociaux la... la récupération des infos, le morcellement des infos, on prend des extraits de ce qu'on, de notre propos, on les isole et du coup, bha

forcément sorti du contexte, ça n'a pas toujours le même sens. Bha il y a un discours un peu plus politiquement correct, qui est une tendance globale de la société aujourd'hui de la société des, des médias, de nos sociétés de consommation des médias etc., c'est que, aujourd'hui, euh, il faut faire très attention à ce qu'on dit, euh, j'avais cette discussion avec un humoriste que j'aime beaucoup, qui s'appelle Walter, qui avait un spectacle c'était « Walter belge et méchant », qui disait « même moi, en tant qu'humoriste », c'est, c'est vous dire, « même moi en tant qu'humoriste aujourd'hui je dois faire attention à ce que je dis », et c'est un grand débat qui, qui, qui concerne les gens qui montent sur scène aussi, on voit des gens quand même, euh, comme Timsit qui ont été attaqués, euh, on voit des gens, euh, fin il y en a d'autres hein qui, qui, qui ont commencé à lissé leur discours, alors c'est pas le cas de Timsit, mais je veux dire, il y a des humoristes qui lissent leur discours parce que, ils s'en rendent compte que aujourd'hui, euh, on ne peut plus tout dire ou, ou, ou en tout cas tout exprimer en public. Je trouve ça dommage, euh, Walter disait un truc assez intéressant et assez intelligent, même si c'est très marrant aussi, il disait, euh, « aujourd'hui moi quand je monte sur scène, euh, euh, il faut que je fasse gaffe, avec par exemple, euh, les homosexuels, euh, les noirs, on peut plus rien dire » et il dit, il dit cette phrase qui est magnifique « même si je considère, même si je veux bien, je, je veux bien, je dois admettre qu'il doit être plus facile d'annoncer à ses parents qu'on est noir »...

D- Hum, hum.

J- Et je trouve cette phrase magnifique, ça résume tout, donc voilà, il continue à en faire des spectacles même si des humoristes, eux aussi doivent commencer à y penser, alors... que doit-on dire nous les animateurs de télé ou de radio ? Forcément, ouais il y a un discours politiquement correct, on est sur des chaînes, fin je suis sur une chaîne où on essaie de parler au plus grand nombre et c'est vrai qu'il y a peut-être des choses que je m'interdis aujourd'hui, que je me serais moins interdites il y a 10, 15 ou 20 ans, euh... en même temps, euh, relisez Tintin au Congo, euh, là je trouve que, il est nécessaire de s'interdire des choses aujourd'hui. Moi j'ai été, je fais partie de la génération qui a appris à lire avec Tintin, c'est, fin, c'est, c'est, c'est terrifiant de voir ce que, ce qu'on pouvait trouver dans Tintin au Congo comme, euh, comme, comme, comme horreur, ce qui ne passaient pas pour des horreurs à l'époque, c'est ça qui est terrible, donc c'est une vraie réflexion aussi, voilà encore un, un boulot intéressant, c'est qu'est-ce qui s'est passé pour qu'aujourd'hui Tintin au Congo devienne, euh... devienne, un, un, devienne un ouvrage quasi, euh, quasi à interdire ?

D- Hum, hum, ouais...

J- Non mais c'est une vraie question.

D- C'est vrai.

J- Alors heureusement peut-être. Heureusement peut-être qu'on s'est posés les questions, heureusement peut-être qu'on a évolué, euh... heureusement peut-être qu'on a eu une deuxième lecture de Tintin au

Congo. Mais, euh... voilà, je, je... si la bande dessinée, si les humoristes, euh, ont dû évoluer, ont dû en tout cas, est-ce que c'est une évolution, euh, logique, est-ce que c'est une révolution imposée, est-ce que, voilà, c'est, c'est, c'est des vraies questions de société ça, je trouve...

D- Hum, hum, ouais, ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage te demande ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

J- Pff, non.

D- Non ?

J- Non, ça franchement, je pense que personne ne cherche des radios aujourd'hui parce que, il y a assez d'offre, euh... je sais pas, euh... mon entourage en plus, euh, a suffisamment de... j'imagine, euh, de, de, de culture (rires), est suffisamment renseigné de ce qui est à leur, à sa disposition pour ne pas avoir besoin de moi pour enseigner quoi que ce soit.

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ?

J- Ha bha oui, ça oui, ça... quand on est, euh, quand on est un animateur sur une chaîne de radio ce serait mentir que de dire qu'on n'est pas le lien entre... alors je ne suis pas le seul mais oui on est bien sûr, euh, on, on fait partie du, du lien qui unit la marque, euh... quelle qu'elle soit à son... à son auditeur...

D- Ouais...

J- À ses auditeurs. Après on n'est pas les seuls, je veux dire, euh, on, on fait, on est un des liens, voilà les animateurs sont un des liens qui unit, euh, les auditeurs à la marque.

D- Ouais, ok !

J- Il y en a d'autres, il y a les journalistes, euh, il y a les humoristes, euh... il y a... il y a la marque elle-même qui doit communiquer, qui doit se forger une image, faire évoluer son image, euh, voilà.

D- Ouais, et, euh, est-ce que tu as d'une certaine manière le sentiment de les influencer ?

J- De, les auditeurs ?

D- Ouais.

J- Hum, pff, non, j'ai pas le sentiment d'influencer qui que ce soit, je fais une émission de médias dans laquelle on essaie de décrypter des choses, de proposer des, des contenus, euh, de, euh, d'ouvrir les, des perspectives, euh... alors... je pense que chaque auditeur a suffisamment de libre arbitre pour ne pas être influencé par ce qu'on raconte, euh... j'aime pas le terme d'influence moi, je... il y a un terme à la, un terme à la mode aujourd'hui, les influenceurs, j'ai été ré, j'ai été invité à un dîner il y a pas longtemps d'influenceurs, je trouve ça d'une prétention, euh, infinie j'ai, je n'aime pas ça, euh, et donc j'ai participé à ce dîner en tentant d'expliquer que... je, je, j'y venais mais certainement, certainement pas en tant

qu'influenceur, euh, voilà. Qui suis-je pour influencer qui que ce soit quoi ? Non, c'est pas de la fausse modestie je pense que, j'aime pas ce terme.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ? De façon professionnelle ?

J- Oui, je suis présent à titre privé sur, euh, sur Facebook, à, à titre plus public, puisque mon Instagram, mon Instagram est public, ce n'est pas un compte privé. Et donc je les gère de manière différente, euh...

D- Hum, hum...

J- Donc voilà, de nouveau j'ai beaucoup utilisé le terme de libre arbitre depuis le début de, de cet entretien mais c'est, voilà encore une fois j'ai, j'ai mon libre arbitre sur mon Instagram, je publie ce que je considère être publiable et que j'assume totalement quoi, donc, euh, je, je ferais de procès à personne parce qu'on utilise les photos que j'ai mises.

D- Hum, hum, et est-ce que tu peux me parler peut-être du type de contenu que tu y publies ?

J- Moi sur mon Instagram ?

D- Hum, hum...

J- Bha c'est facile, si j'ouvre mon Instagram maintenant, euh... qu'est-ce qu'on y trouve, euh... voilà, je trouve des photos de mon weekend à Disney, je trouve une photo de moi au micro de Bel RTL, je trouve une photo sur le plateau du Télévie avec Virginie Efira, euh, je suis allé avec des copains dans un petit avion à Saint-Tropez, euh, j'y ai mis le décollage parce que je trouvais ça rigolo, euh... des photos de vacances, euh, des photos de tournage, beaucoup des photos de tournage, des photos de mon, du tournage avec François Damiens, euh, euh... voilà des, des photos de bouffe parce que j'adore, euh, des photos avec Dany Boon, euh, des photos, euh... voilà, j'ai plein de trucs rigolo sur mon Instagram, euh, dont une que je, que je trouvais très rigolote avec l'ancien présent Sarkozy, voilà, qui faisait son jogging dans Paris, alors que moi j'étais en costume il était en polo, euh, fin, voilà, mon Instagram est public et c'est... c'est l'image de ce que je vis au quotidien, euh, voilà, je trouve ça rigolo, je trouve pas ça, euh... obligatoire et nécessaire, il y a des, il y a des animateurs qui sont nettement plus présents que moi sur Instagram et dont la vie est un hashtag, euh... voilà, ils ont du coup beaucoup plus de followers comme on dit, que moi, j'ai pas beaucoup de followers parce que je suis pas très actif. Je crois que je sais pas, je dois avoir, euh, là aujourd'hui à l'heure où on se parle, euh, j'ai, euh, en tout et pour tout, euh, 1614 followers, ce qui est rien...

D- Ouais...

J- Là où on peut en avoir, euh, si je dis, si je communiquais beaucoup plus, euh, je pourrais en avoir, je sais pas, euh, 160 000, ou, euh, voilà.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Bel RTL, est-ce que, dans ce cadre-là peut-être tu as l'impression d'avoir un rôle d'influenceur ?

J- Mais non, je vous dis, j'ai, j'aime pas cette histoire d'influenceur, quand, quand, quand j'apparais, que si ma bobine apparaît dans une campagne de communication, euh, j'ai juste le sentiment que... la chaîne a décidé de, de, de, de, de montrer au public, de le, leur rappeler en tout cas quels sont les visages, parce que on parle de radio là, quels sont les visages que généralement on entend plus les voix, même si on est tous des animateurs de télé, qui incarnent la marque, voilà. J'ai pas le sentiment d'influencer quoi que ce soit, euh, non.

D- Ouais, ok.

J- Ça c'est plus des questions qu'il faut poser aux gens qui font le marketing chez nous, qui prennent les décisions de monter des campagnes sur des visages sur des voix, euh, en prenant des axes de comm, euh, qui sont des axes qu'ils ont choisi.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise et comment tu définirais un ambassadeur d'entreprise ?

J- Hum, ça dépend par ce qu'on entend, euh, par ambassadeur d'entreprise, c'est-à-dire quand tu, quand tu es associé à une marque ?

D- Oui.

J- Moi par exemple je suis associé, j'ai été associé à des marques, euh, à des marques de lunettes de soleil comme Persol par exemple, quand je suis le visage d'une marque ? Et que je fais de la pub pour cette marque, c'est ça être un ambassadeur d'entreprise ?

D- Bha selon toi, euh ?

J- Qu'est-ce que tu entends par ambassadeur d'entreprise toi ?

D- Justement je voulais ta définition d'abord... Donc si pour toi c'est être le visage d'une marque...

J- Bha ça dépend, ambassadeur d'entreprise de l'entreprise dans laquelle je travaille ou, ou, ou être, ou être l'ambassadeur d'entreprise de, de, de marques et de...

D- Ça peut être les deux.

J- J'ai pas le sentiment d'être l'ambassadeur de l'entreprise dans laquelle je travaille, euh... c'est compliqué de dire « je suis l'ambassadeur d'RTL », non, pfff, ambassadeur déjà c'est un terme prétentieux, après, euh... non, je suis un des, je suis un des nombreux visages d'une chaîne de radio et de télévision.

D- Hum, hum...

J- Je suis la voix et le visage, euh, d'une radio et d'une télévision, et je pense qu'à ce titre on est, on est, fin tous mes collègues le sont, je suis pas le seul mais je sais pas si on est des ambassadeurs, non, on incarne, encore une fois, on incarne une marque, euh, pour le temps qu'on est là, euh... et c'est, et c'est, et cette marque est tout, sera, c'est ça qu'il faut retenir, c'est que cette marque sera toujours plus forte que, surtout RTL, sera toujours plus forte que le, que, que nos visages, nos voix ou nos simples petites personnes. Cette marque a survécu à... tellement d'animateurs, euh... RTL en France a vu défiler tellement de noms, tellement de voix légendaires qui ne sont plus là aujourd'hui, et euh... euh... bha Les grosses têtes en, c'est, c'est le meilleur exemple. Les grosses têtes ont succédé à Philippe Bouvard et elles succéderont peut-être à Laurent Ruquier. C'est ça qu'il faut retenir, donc on est là le temps qu'on est là, mais puis, euh... et puis la marque survivra toujours. Après quant à savoir si je suis l'ambassadeur, euh, euh, d'autres marques, euh... oui je me suis, euh, effectivement associé, fin, j'ai associé mon image à... à certaines marques, euh, comme, euh, effectivement les lunettes de soleil Persol, euh, au groupe Fiat Alfa Roméo, euh, voilà, là je suis sur le point d'associer, euh... euh... mon, mon nom à Mercedes, euh... voilà, je, je, je fais de temps en temps des choix, euh, qui sont peu nombreux, euh, parce que je pense qu'il faut pas devenir des hommes sandwich mais voilà, je sais que j'ai des collègues qui sur Instagram s'associent à beaucoup de... à beaucoup de marques, euh, et quasi quotidiennement deviennent l'ambassadeur de quelque chose, euh, moi je trouve qu'il faut pas se perdre. Il faut rester cohérent dans sa communication, euh, raison pour laquelle je ne suis le, je ne suis l'ambassadeur de, que de très peu de choses.

D- Ouais... ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité, à l'échelle de la Belgique ?

J- Pfff, bha de nouveau on en revient à c'est quoi une célébrité, quoi. Parce qu'on a une émission de radio quotidienne et qu'on fait un jeu le soir, euh, et d'autres émissions hein, je veux dire, mais est-ce qu'on est des célébrités, pfff, je sais pas, je... c'est quoi une cé, moi les gens célèbres pour moi, c'est quand même des gens, euh, on a une notoriété oui, les gens nous connaissent. Je mentirais en disant que... les gens ne me reconnaissent pas dans la rue, euh, ne... mais c'est pas ça qui m'intéresse dans le métier que je fais, je, je dis souvent que ce sont les dommages collatéraux. Moi j'ai pas fait, euh, j'ai pas fait de la radio ou de la télévision pour qu'on me reconnaisse, très sincèrement. J'ai dès, moi d'abord je suis un animateur de radio à la base et à priori, avant que la radio soit filmée, pff, on pouvait pas te reconnaître, puisqu'on entendait que ta voix. Et puis j'ai fait de la télévision, pas parce que ça me manquait qu'on, qu'on, qu'on me reconnaisse, j'ai fait de la télévision parce qu'au bout d'un moment, quand tu fais de la radio depuis 20 ans, tu te dis « mais merde », de temps en temps t'es frustré parce que tu ne peux pas montrer les choses. Puis la radio te permet des choses que la télé ne te permet pas, mais inversement, la télévision t'offre des perspectives que la télé, que la radio ne t'offre pas non plus, c'est-à-dire elle te permet de montrer des choses, euh, d'exprimer des trucs, euh, de, de, et puis surtout de, de, parler à, à plus de gens quoi, à... euh... puis de, faut pas se mentir de, de gagner plus d'argent,

bha oui parce que à un moment donné il faut en vivre, euh, c'est notre métier. La télé te permet de gagner mieux ta vie que la radio, euh... donc oui voilà est-ce que... est-ce que je suis une célébrité, pff, je m'en fous en fait, très sincèrement je m'en fous, euh... mais je mentirais aussi en disant que ça me fait pas plaisir que les gens, euh... n'aient pas d'affection pour nous parce que, euh, on fait partie de leur quotidien, ça fait 17 ans que je fais un jeu quotidien sur, euh, RTL TVI avant le journal, ça fait 17 ans qu'on fait, euh, 400 000 téléspectateurs tous les soirs, et forcément qu'il y a un lien qui se crée, je préfère parler de lien, que de célébrité, euh... Les gens célèbres sont les gens qu'on reconnaît dans le monde entier, euh, sont les acteurs, sont les... il y a quelqu'un qui parlait de la célébrité en disant, euh, euh... en parlant des acteurs de cinéma et des acteurs de télé, enfin des gens qui font de la télé, et... je sais plus qui était cette personne mais qui disait un truc très juste, qui disait, euh, « les stars ce sont les gens qui obligent à lever les yeux pour regarder l'écran », c'est les stars de cinéma, c'est, même si ça a un peu changé aujourd'hui aussi, voilà, ça c'est la vraie célébrité, le jour où je me marie, le jour où je monterai les marches, euh, du Festival de Cannes aux bras, euh, d'une actrice célèbre, euh, peut-être que je me dirais machin, mais c'est tellement pas mon but, je m'en fous.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, une dernière question est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ça, donc quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

J- Je n'ai rien à ajouter mon capitaine !

D- D'accord ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

J- Merci, merci beaucoup !

D- D'avoir répondu aux questions !

ANNEXE 7. INTERVIEW DE BÉRÉNICE

D- Alors donc la première question c'est est-ce que tu peux te présenter en quelques mots pour commencer ?

B- Euh... Bérénice, euh... animatrice sur, euh... radio, euh, télé, comédienne.

D- Ok ! Est-ce que tu peux me parler peut-être de ton parcours scolaire et de tes expériences professionnelles avant d'arriver chez RTL ?

B- Oulala, c'était il y a très, très longtemps, euh... bha des études, euh... voilà, euh... latin-math, euh, et puis, euh, j'ai voulu faire, euh, une école de cinéma... j'ai pas été prise à l'examen d'entrée la première année à... quand j'avais 18 ans...

D- Hum, hum...

B- Et en gros, pour faire vite, euh... je suis arrivée à Chérie FM, euh... où officiait à l'époque, euh, un certain Jean-Michel Zecca et j'animais une petite rubrique dans son émission et puis, euh, le monde radiophonique belge étant assez petit à l'époque, euh, après j'ai vite, euh, été, euh, appelée du côté de Bel RTL pour faire des remplacements, Les grosses têtes en même temps, Hervé Meillon m'a vue, m'a entendue et, m'a proposé de, d'entrée de jeu d'être dans son émission, euh... télé, intitulée Balle au centre, et puis c'est, voilà, j'ai fait radio, télé en même temps et peu de temps après, François Pirette m'a proposé de faire, euh, une pièce de théâtre avec lui, donc, euh, donc voilà !

D- Ha ouais ok ! Et quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, est-ce que tu es plutôt employée, cadre, euh... indépendante, pigiste... ?

B- Je suis employée !

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me décrire plus précisément en quoi consiste ta fonction d'animateur, d'animatrice ?

B- Non ! Parce que je suis animatrice, il y a pas de... voilà je suis animatrice...

D- Hum, hum, et pour toi ça consiste en quoi en fait de faire de l'animation radio ?

B- Bhe... tu réponds un petit peu toi-même à la question, je fais de l'animation radio, on peut pas expliquer c'est, on peut pas expliquer, on me demande d'animer une émission, je l'anime, que ce soit avec des candidats, avec des invités, euh, avec de la musique ou pas, euh, donc, c'est, c'est, c'est un peu de tout, c'est vraiment animer, il y a un, un programme et voilà, faut le faire vivre, fin, j'ai, j'ai, j'ai déjà fait toutes les émissions de la grille, donc que ce soit du petit matin jusqu'au soir tard, en passant par des émissions de jeux, des émissions d'interviews, des... voilà, ça, il y a pas d'explication, plus, euh... plus explicite que ça c'est, c'est, c'est un peu explicite quoi...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu te sens comme une représentante de la marque Bel RTL ?

B- Oui, oui, complètement bhe je suis, euh, voilà ça fait 25 ans, euh, que je suis dedans, et donc, euh, j'ai été élevée, j'ai commencé toute petite à Bel RTL et donc je, je... voilà, je, je, je suis RTL quoi, je fais, euh, Bel RTL et je suis Bel RTL...

D- Hum, hum, et donc toi tu t'identifies à la marque Bel RTL de ton côté ?

B- Euh...

D- Ou pas ?

B- Ça c'est différent, euh, ça c'est, euh, bha... par certaines choses oui, ça fait partie de mon quotidien depuis des années, par cer, par certaines choses, par d'autres, euh, voilà... effectivement, c'est pas parce que, on est vendeur de cravate qu'on porte des cravates, c'est pas, donc, euh... voilà... m'identifier, euh... c'est un, un, un peu grand, euh, comme terme, donc, euh, c'est vague c'est, c'est, et c'est trop

fort pour, euh, voilà pour, pour répondre, euh, voilà c'est ce que je dis par certaines, euh, certains, certains côté oui, et par d'autres pas.

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour la marque Bel RTL ?

B- Euh, bien sûr oui, c'est quand même, euh, quand même la, voilà, euh, lon, très longtemps la première chaîne, euh, francophone, euh, en Belgique, on a été numéro 1, euh, on va redevenir numéro 1, euh, euh, on est présents partout en, en Wallonie et à Bruxelles, euh, voilà, euh, donc, euh, bien sûr qu'il y a, que j'ai de la fierté, ouais !

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que la marque Bel RTL met en avant ta fonction d'animatrice ?

B- Ha bha oui complètement ! Complètement, en, en me proposant de, de, de faire, euh, mon métier c'est-à-dire, euh, voilà de, en me proposant d'animer des émissions, en télé, euh, en radio, euh, donc, euh... évidemment, à 100%.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que le fait de travailler pour la marque Bel RTL ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

B- (Réflexion) Euh... oui, oui, fin, en même temps j'ai pas de, il y a pas de concurrence, je par rapport à, à, j'ai toujours travaillé là et que... voilà on, euh, je, je, je m'épanouis, on me fait confiance et, euh, donc, euh... si il faut répondre par oui ou par non, j'aurais tendance à plus dire oui mais c'est parce qu'il faut répondre à, à cette question mais sinon c'est, c'est pas...

D- Ho tu peux être mitigée...

B- Mon mé, mon métier, non, mais mon métier je le ferais bien que, que, que ce soit pour Bel RTL ou, ou, ou pour quelqu'un d'autre, de toute façon je donnerais 100% de moi-même donc là, euh, voilà donc c'est pas ça qui me motive à... mais, euh, mais, euh, voilà comme, euh, j'ai répondu précédemment, comme je suis fière de travailler pour Bel RTL, voilà, mais c'est pas, c'est pas ça qui, qui me donne une motivation supplémentaire.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

B- Mon épanouissement personnel ?

D- Oui...

B- Je, je, non, j'arrive à scinder, euh, et ma vie professionnelle et, et ma vie personnelle donc, euh... ça c'est, euh... là, euh, l'épanouissement personnel de quelqu'un, euh, peut passer aussi par, euh, le fait d'être, euh, heureux dans, dans, dans son travail ou pas, donc, euh, moi je peux pas vraiment répondre à cette question...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu es briefée sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL, notamment quand tu apparais dans une campagne de communication ?

B- Oui, oui, de, de toute façon, mais euh... voilà ce que je disais tout à l'heure et le terme qu'on adore utiliser, euh, de nos jours c'est l'ADN de Bel RTL, euh, je, je le connais par cœur avec, euh, mes anciens, euh, fin, mes, mes camarades, euh, mes collègues, euh, qui sont comme moi, euh, des anciens, euh... on va dire des anciens en tout cas de Bel RTL, cet ADN on l'a créé ensemble, on le connaît depuis, voilà, de, et, depuis le début, c'est nous qui avons fait Bel RTL, euh, donc, euh, alors un, on l'a, on l'a vraiment intégré, on l'a en nous, et oui deux, il y a, il y a toujours des petites piques de rappel, euh, des, briefings pour nous dire ce qu'on fait, effectivement oui...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu es aussi briefée sur la manière de te comporter, euh, pour représenter au mieux Bel RTL, par exemple lorsque tu croises quelqu'un dans la rue et qu'on te reconnaît, ou... ?

B- (Rires) euh... ça franchement on n'est pas, euh, aux États-Unis, donc, euh, et on est encore dans un pays libre où... ça va, ça coule de source, je vais dire, on va tous, euh, euh, se comporter en bon père de famille, euh, parce que c'est l'expression qui veut que ce soit au masculin, mais, euh, donc, euh, fin voilà mais en, en aucun cas on va nous dire, euh, notre manière de se tenir ou de, de, de, d'agir ou de réagir, euh... voilà je, je, j'appartiens à l'équipe, euh, au groupe de la montgolfière et, et du logo rouge mais, euh... voilà j'ai pas, euh, je, je, je suis pas, euh, je suis pas un tatouage sur le front disant que je fais Bel RTL, donc, euh, voilà donc certains, certains, dans, dans certains lieux, certaines circonstances, euh, en dehors de Bel RTL, quand je sais que je représente Bel RTL, là il y a, mais ça va de soi, on ne me dit pas « tu dois te tenir comme ça, comme ça, comme ça », ça va de soi, après, euh, voilà moi j'ai une vie privée aussi, euh, donc oui c'est pas... voilà c'est pas à l'américaine quoi, on reste quand même dans des, dans, dans, dans des idées, euh, bien démocratiques et, et, et, euh, bien de chez nous, quoi...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as certaines contraintes dans ton rôle d'animatrice radio, par exemple des choses à ne pas dire ou ce genre de chose ?

B- Bha c'est, c'est, euh, c'est, c'est, c'est... euh, ça, c'est la même réponse que la question précédé, précédent c'est-à-dire que on ne me dit pas « ça tu dois pas dire, ça tu, ça tu peux pas dire, ça tu peux pas dire »...

D- Hum, hum...

B- Je, voilà, je, je le fais, je, je connais les limites, je, je connais les limites, euh, voilà, connaissant particulièrement bien, euh, Bel RTL, euh, je sais jusqu'où je peux aller, euh, et voilà et après avec les équipes et tout, on en discute, euh, parfois on a envie de pousser un peu les limites, euh, parfois on peut le faire, parfois on dit « ha bhe non, là, euh, là... voilà, c'est là... » c'est pas parce que ça a été déterminé comme ça il y a 25 ans au moment de la création de Bel RTL que on n'évolue pas, justement, le public évolue, la société évolue, tout le monde évolue donc il y a des trucs qu'on pouvait se permettre avant

qu'on ne peut plus se permettre, et inversement, donc, euh, voilà, c'est, euh, c'est comme dans la vie de tous les jours, euh, et c'est, euh, c'est l'évolution permanente, il faut être à l'écoute et c'est ça qui est intéressant aussi d'être à l'écoute de l'é, de l'évolution, euh, du monde, des mœurs, euh, de notre public, il faut s'adapter...

D- Hum, hum, ouais... ok ! Et est-ce que ton entourage va te demander ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

B- Mon entourage ?

D- Oui !

B- Bha, euh... me demander mon avis, euh... parce que je leur donnerais pas mais euh... pff, non, aujourd'hui, euh... aujourd'hui on, on est, euh, on zappe beaucoup, euh, il y a beaucoup de propositions, beaucoup d'offre et donc voilà, si on écoute la radio dans sa voiture, euh, on a le petit, la petite molette, euh, au volant et on zappe beaucoup donc on peut écouter beaucoup de chose, donc ils vont pas, euh... euh... mon entourage, euh, je leur parle pas, euh, boulot tout le temps mais c'est vrai que quand il se passe quelque chose, euh, dans la conversation comme ça je peux dire « bhe tiens, sur Bel RTL on parle de ça », sur, on en parle beaucoup plus, euh, et les... les, quand il s'agit, euh, de parler, euh, d'offrir, euh, des weekends Disney, ça c'est, euh, voilà, ça j'y échappe pas c'est « tiens c'est quand ? » parce que c'est le truc, euh, familial, euh, qui attire tout le monde mais sinon, euh...

D- Hum, hum...

B- Non, on peut, on peut parler mais me, me demander mon avis, donc voilà, je, je le donnerais pas forcément, euh, chacun est libre, euh... mais dans la conversation bhe bien sûr que je peux parler de « tiens en ce moment je fais une émission sympa qui fait ça et tout », mais je vais pas leur dire « écoutez-moi », quoi, euh...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ?

B- Euh... par moment oui, mais, euh... mais... bhe c'est un peu compliqué parce que là, parce que comme je le disais tout à l'heure, en, en... en toute modestie, vraiment, c'est pas, c'est pas, c'est vraiment je, quand je suis RTL, justement je suis Bel RTL, comme, euh, comme Sandrine Dans est Bel RTL, comme Jean-Michel Zecca est Bel RTL aussi, nous sommes Bel RTL, nous faisons, euh, euh... faisons cette, cette radio avec toutes les équipes, euh, autour aussi donc quand nous sommes Bel RTL, être l'intermédiaire, euh... oui et non dans une certaine mesure, euh, voilà, je sais que, euh... me concernant, euh, les gens, euh, me considèrent comme, euh, leur, leur sœur, leur copine, euh, leur cousine, euh, parce que... ils, ils se sentent proches de moi donc forcément proche de, de ce que Bel RTL veulent, veut leur amener donc voilà, si la question est, à savoir si, quand il y a une demande de la

part des auditeurs si nous on peut la transmettre, oui bien sûr ! Mais c'est pas, voilà, c'est pas, euh, il y a, il y a autre chose qui est fait là-dessus, c'est quand il y a des sondages, donc euh, voilà, mais, le monde, euh... et sinon les, les auditeurs de Bel RTL, oui c'est vrai quand j'en croise, euh, bhe ils, ils, ils font passer des messages, euh... c'est pas des demandes, euh, de changement de programme ou de, de, de choses comme ça, je pense que, c'est ça la radio, on, on essaie d'être à l'écoute, on essaie de leur proposer, euh, des choses en, en se mettant à leur place et en se disant « tiens, ça pourrait être bien de faire ça », et, euh... et, et, les au, on sait que les auditeurs, euh, ont tendance à aimer ça, mais, donc, on va vers eux, mais ce qui est intéressant aussi c'est de leur, euh, de leur proposer par moment des choses, euh, différentes, qu'ils n'ont peut-être pas demandées et c'est là que... c'est ça qui est super intéressant et c'est qu'on peut voir, euh, qui, euh, fin c'est, c'est pas forcément à ce moment-là qu'on, qu'on a raison, quoi, euh, comme quoi ça arrive à tout le monde et c'est sans essayer qu'on ne peut pas se tromper, euh, de, de leur proposer, on dit, on se dit « tiens, euh, ils vont peut-être bien aimer ça », on puis, euh, teste et, euh, on voit, ça marche, ça plait, ça plait, ça plait pas, donc, euh...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as, euh, d'une certaine manière le sentiment, euh, de les influencer, les auditeurs ?

B- Comment, si j'ai le sentiment de quoi ?

D- Je dis est-ce que... d'influencer les auditeurs d'une certaine manière, à travers l'émission peut-être ?

B- De les influencer, oulalalala, ça c'est une énorme responsabilité, mais, euh... peut-être certains d'entre eux, euh, peut-être par moment, bhe en disant, euh... mais c'est pas que moi personnellement, hein, je pense que c'est le milieu de l'audiovisuel maintenant avec, euh, tout ce qu'on y propose et tout ce qu'on a pu y voir où on donne, euh, on, on, on donne une, euh, je trouve une, une importance et une force, euh, un petit peu destinée au rôle des médias, en disant « si c'est dit... ou montré ou fait à la télé ou à la radio, c'est d'office ça qu'il faut faire », donc euh, c'est vrai que si moi en tant qu'animatrice, euh, je dis « ha bhe tiens j'ai vu tel film, euh, au cinéma, il est vraiment bien allez, le voir », euh, je sais qu'il y aura, alors je peux pas te dire combien de pourcentage, mais je sais qu'il y a un certain pourcentage d'auditeurs qui vont, euh, s'ils vont le soir au cinéma, vont dire « ha, Bérénice a dit que ce film était bien, allons le voir », maintenant voilà, c'était, c'était, c'est, c'est, euh... c'est pas une force non plus et c'est pas une influence, euh, euh, forte à mon niveau mais, euh, ça peut être dangereux, euh, voilà avec d'autres programmes peut-être, euh, ou, ou, ou autre chose, certaines personnes, une petite catégorie de personnes peuvent être excessivement influencées, euh, par, par nous et donc il faut faire très attention à ça...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu es présente sur les réseaux sociaux ?

B- Euh... non, pas tellement non...

D- Non ?

B- Voire pas du tout, non, alors, euh, via Bel RTL bien sûr et quand, euh, via le Facebook de Bel RTL, euh, voilà dès qu'il y a quelque chose ou qu'on fait quelque chose, euh, pour telle émission, pour le Télévie, là avec mon équipe on a fait beaucoup de petites vidéos et on était, euh, très présents, euh, voilà on est, euh, sur le, le Facebook de Bel RTL oui.

D- Hum, hum, ok ! Donc tu n'as pas des pages professionnelles que tu gères, euh, pour toi ?

B- Non, non, non, non, pas du tout ! Moi je suis pour le contact charnel ! Donc voilà, j'ai besoin de toucher, sentir des gens, euh, leur parler, les voir, euh...

D- Ok ! Et lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Bel RTL, est-ce que dans ce cadre-là tu as le sentiment, euh, d'avoir un rôle d'influenceur ?

B- D'avoir un rôle ?

D- Un rôle d'influenceur, dans une campagne de communication, dans ce cadre-là ?

B- Haaa ! Oulalalalala, bhe peut-être que les personnes qui sont, euh, moi c'est pas du tout mon, mon domaine, hein, ça, euh, donc quand on me demande de faire, euh, de participer à une campagne, voilà je, je le fais en tant que... euh, que, que, qu'animatrice et donc je suis là, je suis une représentante, euh, de, de Bel RTL mais, euh, au niveau de l'influence je, non, non, je, je, je suis incapable de répondre à, à cette question, j'aurais tendance à dire non et peut-être que les publicitaires ou les personnes qui s'occupent de ça vont dire « bhe si, justement, euh, c'est important », alors bien sûr que c'est important, euh, qu'on soit présents, qu'on soit là et, et, et qu'on fasse passer le message, de là à être, euh, à influencer je, je, pff, je pense pas quoi, je pense pas, c'est plus, moi mon rôle c'est plus de la représentation que, que de l'influence...

D- Ouais, ok ! Et est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise ?

B- Attends, je t'entends très mal, le terme de quoi ?

D- Ambassadeur d'entreprise.

B- Euh... oui, j'ai, je l'ai été pour différentes, euh... différentes marques et, euh, j'espère l'être aussi pour, euh, pour Bel RTL...

D- Hum, hum, et, euh, comment tu définirais ce terme, euh, selon toi ?

B- Bha, euh... moi je le définis, euh, voilà, ça, ça... c'est, euh, c'est, euh, représenter, euh, voilà, cette entreprise ou, euh... euh... mais encore une fois, c'est ce que je disais tout à l'heure, je... dans un cadre quand même plus ou moins précis c'est-à-dire que c'est pas du non-stop 24h/24, fin je veux dire, euh... je... je... il faut pas tomber dans, euh, dans l'absolu et genre avoir une, une, une webcam qui nous suit 24h/24 en disant « attention elle représente des trucs », donc voilà, il y a, il y a, dans, dans certains, euh, dans, dans certaines conditions, euh, certains, euh... certains événements, euh, voilà, mais pas, euh...

mais pas euh, voilà si, si, euh... je suis ambassadrice, euh, d'une marque de, de pâte à tartiner, euh, je ne vais pas manger cette pâte à tartiner matin, midi et soir ou, ou tous les matins parce que je représente ça, fin je veux dire faut pas prendre les gens pour euh... je, je n'aime pas prendre les gens pour, euh, pour des crétins quoi, donc à dire « oulala, si elle est am... », genre dire aux gens « je suis une des ambassadrices de Bel RTL et donc je n'écoute que Bel RTL et il y a que Bel RTL partout chez moi, dans ma voiture et tout », c'est prendre les gens pour des crétins et en plus ce serait un peu une faute professionnelle dans le sens où, en tant que professionnelle, il faut justement aller voir en l'occurrence en, en ce qui me concerne, aller écouter ce qui se passe ailleurs, pour voir ce qui se fait, pour voir la tendance, pour voir « ha bhe tiens ça, ça peut être bien, ou ça non », et donc, euh, voilà, c'est ça qui est intéressant aussi, voilà donc dire « je suis Bel RTL donc, euh, je vis et je mange, je respire Bel RTL 24h/24 », c'est, un, c'est faux et deux, ce serait mentir...

D- Ok ! Et donc tu te sens quand même comme une ambassadrice pour Bel RTL, toi personnellement ?

B- Haa, bha ambassadrice, euh... oui quelque part, fin je veux quand, quand on voit les gens me prennent, euh, pour une noble en m'appelant Bérénice, « c'est Bérénice de Bel RTL », donc, euh, voilà je suis tellement englobée là-dedans depuis, depuis tellement d'années que c'est sûr que si je suis quelque part et, euh... et, euh... et, et, et, et, et, et, je vais défendre, euh, je dois défendre, euh, Bel RTL parce que voilà, comme quand quelqu'un, un Namurois va défendre sa ville, euh, un Bruxellois va défendre sa ville aussi, un Anderlechtois va défendre son club de foot, fin, il y a un petit peu de... entre guillemets de chauvinisme de ma part par rapport aux, aux, aux autres radios si je suis quelque part et qu'on va dire « tiens, telle radio fait ça », je vais dire « bhe ouais, bhe nous aussi », et je suis un peu, euh, voilà, c'est dans mon caractère aussi, donc, euh...

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

B- (Rires) non absolument pas, non, non, non, une célébrité... euh... non, non, là, euh, non.

D- Non ? Euh...

B- Non...

D- Ok ! Et une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ceci donc quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

B- Écoutez Bel RTL, c'est la meilleure radio ! Non, je ne sais pas, non, non... je crois que dans les questions que tu as posées, non, j'espère avoir répondu à tout ça, je suis, euh, voilà je suis peut-être pas une bonne cliente pour ça parce que, je, je, voilà moi je fais de la radio, euh, principalement et c'est du direct c'est de la... de l'instantané, de la spontanéité, je ne sais pas ce que les auditeurs vont me dire, euh... je ne sais pas, voilà, donc il y a certaines choses que je peux prévoir mais les trois quarts du temps pas, donc, euh... penser, réfléchir à mon image, euh, à ce que je vais devoir, euh, voilà dans les grandes

lignes c'est inné, c'est en moi depuis, euh, voilà depuis le début, depuis peut-être même mon enfance donc, oui mais sinon, euh, je suis pas dans le... dans le, dans, dans le calcul immédiat...

D- Hum, hum, ouais mais c'est vraiment intéressant aussi d'avoir les deux points de vue, après moi je suis pas là pour qu'on me dise, euh, « j'écoute Bel RTL 24h/24 », euh, c'est vraiment avoir l'avis, euh, des animateurs quoi...

B- Ouais, ouais, ouais !

D- Bhe...

B- Bhe voilà !

D- Bhe merci beaucoup en tout cas d'avoir répondu aux questions !

B- Mais je t'en prie, passe un bon weekend !

ANNEXE 8. INTERVIEW D'INGRID FRANSSSEN

D- Voilà, donc pour commencer est-ce que tu peux peut-être te présenter en quelques mots ?

I- D'accord, bhe je m'appelle Ingrid Franssen, j'ai 35 ans, euh, je travaille ici depuis, euh... 2004, je suis arrivée en tant que journaliste, donc j'ai travaillé pendant 7 ou 8 ans pour la rédaction, et puis après j'ai été approchée, euh, pour, euh, bosser pour le service des programmes où là j'ai été, euh, propulsée donc dans l'émission qui s'appelait à l'époque Bel RTL va vous aider, et mon job était de... redynamiser l'émission, qui, euh, s'essouffait, euh, très beaucoup (rires) ! Et donc voilà, et donc on a travaillé à ça et aujourd'hui c'est devenu La vie est Bel, euh, qui est à l'antenne de 13h à 15h30, où on... on parle tout d'abord de la santé des personnes, on appelle cette partie, euh, 100%, euh, santé, bien-être et dans la deuxième partie, c'est toujours La vie est Bel 100% solution, donc il y a vraiment une idée d'aider les gens, de rendre service et dans la deuxième partie on règle les problèmes des auditeurs, voilà.

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et de tes expériences avant d'arriver ici, euh, à RTL ?

I- Oui, donc, euh, moi j'ai fait des études en journalisme, euh, j'ai... euh... euh, j'ai aussi, euh... approché la sociologie, qu'est-ce que j'ai fait, euh... (rires) après quand je suis sortie de l'école, je voulais devenir policier (rires), et, euh, finalement c'est grâce à des stages que j'avais l'obligation de faire, euh, dans le milieu du journalisme, euh, que... euh... bhe on m'a repérée et qu'on m'a dit « non, euh, continue, etc. », donc je me suis dit pourquoi pas, j'avais rien à perdre à ce moment-là, euh, donc, euh, je... très vite j'ai démarré vers, via des télé locales, euh, via la presse écrite aussi, j'ai travaillé un petit peu pour Vers l'avenir, mais c'était vraiment pas mon truc la presse écrite...

D- Ouais...

I- Euh... et donc, euh, dans les télé locales, bhe j'ai travaillé pour Télévesdre, j'ai travaillé pour RTC Télé Liège, puis très vite j'ai postulé, euh, sur la radio à Liège, euh, qui était Bel RTL, et... euh... à ce moment-là c'était Charles Neuforge, euh, qui recrutait et qui, euh, m'a expliqué que j'avais des choses à améliorer, je me suis battue, euh, le lendemain, je crois que je lui rendais une nouvelle cassette, je crois que le, le, le côté énergie leur a beaucoup plu et très vite, euh, quelques mois après je pense, j'avais mes premières piges, euh, à Bel RTL en tant que journaliste, alors à ce moment-là pour des régions. J'ai pas mal bossé pour des régions, que ce soit à Charleroi, Namur, Bruxelles, euh, moins Bruxelles au début, puis bhe, euh, très vite j'ai commencé à présenter les journaux aussi, les flashes, euh, puis on m'a mis sur la présentation de Vivre Ensemble, qui était un magazine de, euh, un peu féminin, de, de, de discussion aussi santé, philosophie, etc., et puis, euh, après je suis arrivée, euh, dans La vie est Bel, voilà !

D- Ok ! Et, euh, quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, est-ce que tu es plutôt...

I- Euh, je suis employée !

D- Employée ? Ok ! Et est-ce que tu pourrais me décrire un petit peu, euh, plus en détails ta fonction vraiment d'animatrice radio ?

I- Ouais ! Donc, euh... euh... alors bha il y a tout d'abord une, euh, c'est, ça mélange un peu tout je trouve, t'es à la fois présentateur mais si t'as envie que ça marche, bhe il faut, euh, forcément t'investir, surtout dans une émission où il y a beaucoup de contenu comme ça, je peux pas juste arriver, euh, c'est, c'est très différent de l'animation d'un jeu, donc, je suis vraiment, euh, obligée de connaître hyper bien mes dossiers, de les préparer, de les valider, il y a vraiment, ce que j'aime bien dans cet aspect-là de, de cette émission c'est que tu as un aspect, euh, journalistique en amont, dans la préparation, faut vérifier la véracité des propos, il y a le côté santé où, bha je suis obligée évidemment de me mettre, euh, de m'aligner à mon interlocuteur, qui peut être cardiologue, qui peut être psy, qui peut être, euh, spécialiste, euh, de la mode, euh, donc forcément, euh, on, on passe de, de tous les sujets. Et en même temps, faut pouvoir rendre ces sujets-là attractifs et les aborder autrement que un journaliste pourrait le faire. Et, euh, dans la deuxième partie bha faut vraiment connaître, euh, les dossiers des auditeurs savoir, euh, euh, comment je vais étudier mon approche pour ne pas être accusée de propos diffamatoires, ou, euh, de choses comme ça puisqu'on travaille beaucoup avec des avocats aussi, euh... Aujourd'hui on avait encore une personne qui disait qu'un architecte lui devait autant d'argent, euh, ça pourrait suffire pour une plainte ou on pourrait me dire « voilà, vous avez cité mon nom alors que je ne dois rien du tout », euh, ça pourrait fournir des éléments. Il faut vraiment approcher, fin, réfléchir à la manière dont on va parler. Et puis surtout, euh, quand c'est des dossiers alors qui ne sont pas litigieux mais qui sont des demandes pour, euh, mettre en avant quelqu'un, pour aider quelqu'un à sortir d'un pétrin ou de monter une entreprise, là tu dois pouvoir développer extrêmement ton argumentaire parce qu'on peut très vite venir te dire « oui, euh, mais non, moi aussi je pourrais demander ça et alors avoir ça », il faut que dans cette émission, on n'ait pas l'impression que... euh, c'est donner pour donner. Il faut vraiment qu'il y

ait une histoire derrière, euh, il faut pouvoir argumenter cette histoire, le plus dur c'est de, de se préparer, au contre-argumentaire des auditeurs qui pourraient te dire « oui mais, attendez, il y a ça, il y a ça, moi j'ai pas envie de donner », il faut pouvoir trouver une réponse à ça qui soit juste, et qui te convainque aussi, parce que si t'es pas convaincu, t'es pas bon animateur, ça c'est clair (rires) !

D- Ok ! Est-ce que tu te sens comme une représentante de la marque Bel RTL ?

I- Bha oui, j'ai vu cette question, je sais pas quoi répondre en fait... (rires), euh, c'est, euh... il est clair que... euh... (réflexion) je vois pas forcément Bel RTL comme une marque, ça déjà c'est, c'est une chose même si, euh, fin de l'intérieur évidemment, on le voit pas forcément comme ça, je vois pas que c'est une marque à porter. Moi je défends évidemment, euh, mon émission et au travers de l'émission, forcément ça a un impact sur la marque, donc oui là c'est important, Bel RTL me permet de faire cette émission donc c'est vraiment une symbiose, euh, voilà donc, euh, c'est que si, si je fais mal mon émission, Bel RTL prendra un coup, et... mais... à l'inverse, si Bel RTL prend un coup, c'est pas forcément mon émission qui trinque, euh... mais c'est vrai que tu auras un impact où on va avoir cette image un peu négative, euh, euh, qui pourrait être répercutée sur mon émission. Donc oui, il y a une symbiose, il y a une association à respecter. Et puis c'est vrai que quand on est, euh, interviewé, quand on est, euh, abordé dans la rue, quand on est, ou au restaurant ou ailleurs, euh... euh, automatiquement on est associé à, à Bel RTL, à la marque, et, euh, c'est vrai que... je ne vais pas, euh, tenir des propos, euh... les mêmes, fin, pas, pas, forcément les mêmes propos, mais il y a des choses que je ne dirais pas, euh, que je dirais en famille mais que je dirais pas à des inconnus, quoi, au sujet de Bel RTL, ça c'est sûr !

D- Et, est-ce que toi tu t'identifies à Bel RTL en travaillant pour, justement, cette marque ?

I- Bha oui parce que ça prend, euh... c'est, c'est, c'est, il y a, attention, il y a des choses que j'adore à Bel RTL et des choses que je n'aime pas, en fait, c'est un peu comme évoluer dans une famille, il y a des qualités chez un frère ou une sœur que tu ne supportes pas et à l'inverse que, que, que tu adores, ou peut-être même que tu envies. Euh... maintenant, euh, c'est clair que, RTL me permet de faire une émission qui me colle totalement à la peau. Il y a quand même cette volonté, euh, de mettre des animateurs qui correspondent au produit qu'ils doivent défendre, et en ça c'est quand même assez pertinent, c'est que moi si je devais animer un jeu, ça m'arrive de le faire, euh, j'aime bien mais faut que ce soit une respiration dans mon année de travail, je préfère animer des émissions qui ont du contenu, euh, je suis pas aussi douée que Jean-Michel ou Bérénice pour animer un jeu, et à l'inverse, je pense que Bérénice, pourrait peut-être, euh, moins s'amuser dans une émission comme la mienne, quoi...

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour Bel RTL ?

I- Euh... Euh... oui et, de, de, fin, oui, euh, je, j'ai un sentiment de fierté à l'idée, euh, de me, fin de fierté je sais pas mais en tout cas d'une journée bien accomplie à l'idée de me dire, euh, que grâce, euh,

à, à ce qu'on représente via ce média, à ce que ce média nous permet de mettre en place, on, on aide des gens tous les jours. Donc, euh, quand tu te dis que, euh, bha une fois on a, on a, fin, ça arrive très souvent mais je veux dire qu'on a, euh, collecté en 60 minutes, euh, 20 000€ pour permettre l'opération d'un petit garçon, fin, c'est, ouais c'est une belle façon de finir ta journée (sourire) et euh, il y a, il y a que Bel RTL qui permet ça, dans les radios francophones quoi, donc, euh, ouais !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que... la marque Bel RTL met en avant ta fonction d'animatrice ?

I- Hum, c'est une bonne question ça, euh... non, je pense pas, euh... je, je pense que... (réflexion), euh... c'est quelque chose peut-être de plus évident en télévision, ça, en télévision on va vraiment jouer sur, euh, la, la, la, la, la fonction de l'animateur...

D- Hum, hum...

I- En... en radio, on va... euh... pas attendre mais je veux dire en radio, soit l'animateur se dégage par son travail, et alors à ce moment-là bhe ça se fait naturellement mais j'ai pas tellement l'impression que Bel RTL, euh, me mette plus en avant qu'un autre, euh, voilà, j'ai, euh, on communique plus sur la fonction d'animateur, on communique vraiment sur le contenu des émissions, je pense...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Bel RTL c'est vraiment un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours, tu parlais notamment de, de ce que tu fais dans ton émission ?

I- Alors je dirais que... travailler dans... euh... l'émission que j'anime c'est une, c'est un facteur de, euh, de satisfaction tous les jours, euh, et de nouveau il y a que Bel RTL qui permet ça donc, euh, dans l'ensemble oui, alors, oui. Dans, euh, quand tu fais l'équation, la réponse est oui.

D- Ok ! Et, euh, est-ce tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

I- Euh... (réflexion), un sentiment de reconnaissance par rapport à mon épanouissement personnel... euh, je peux pas dire ça comme ça parce qu'on évolue fort en autodidacte et on est fort autonomes, euh, donc, euh... sans être prétentieuse, je dirais que, bha euh, je, je, je suis, je, je, je suis fière du travail que j'ai accompli, euh, la porte est ouverte à Bel RTL pour l'accomplir, on, et, euh, et, et à moins de me débrouiller pour, euh, respecter le contrat qui est mis en place, c'est-à-dire, euh, moi j'anime une émission, euh, et eux me donnent le, le temps d'antenne pour la faire, que, je vais dire, que, euh, je, je, je parlerais pas que... non, je, je suis pas reconnaissante vis-à-vis de Bel RTL, je suis reconnaissante vis-à-vis de moi-même et du travail que j'accomplis par moi-même (sourire) !

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefée sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL, notamment quand on met en place des campagnes de communication ?

I- Pas du tout mais il y a pas, euh, il y a pas forcément de consignes par rapport à ça, maintenant avec les années, il y a un service presse qui est de plus en plus structuré, et, euh... et, et, et, et, et qui joue les intermédiaires entre nous et les éventuels journalistes qui pourraient avoir à nous poser des questions, euh, après on n'aura jamais de consignes pour nous dire « voilà, tu dis ça, ça, ça », fin voilà, ça, ça, on sera jamais approchés de cette façon-là. Maintenant, euh, quand tu travailles à RTL, quand t'es animateur à RTL et quand tu as compris quand, quand ça fonctionne, c'est-à-dire que tu as compris comment ça fonctionne, euh, oui il y a une façon de communiquer, il y a une façon de parler, il y a une façon de parler à l'antenne, euh, il y a une façon d'écrire ses textes quand tu es journaliste, euh, euh, voilà il y a une identité que tu acquiers naturellement au fil, au fur et à mesure des années en fait. Euh... donc c'est, euh, voilà, ça c'est, euh, je, je crois que, pour que ça marche il faut que ce soit, euh, euh, quelque chose que tu remarques, que tu comprends, euh, que ça existe et que tu te l'appropries, voilà, après, il y a ce, c'est, c'est ça qui est fort, c'est qu'en fait tu comprends comment ça marche, mais tu n'es pas, euh, euh, je vais dire, tu n'as pas forcément la même façon de communiquer qu'un collègue mais au final le résultat sera le même.

D- Ouais, ok ! Et tu n'es pas briefée non plus peut-être sur la manière de te comporter quand tu croises des gens en rue ?

I- Du tout !

D- Tu disais au restaurant...

I- Non, jamais eu la moindre consigne, euh, rien du tout, non, non...

D- Non ? Ok ! Et est-ce qu'il y a par exemple des contraintes dans ton rôle d'animatrice à la radio, des choses à ne pas dire, ce genre de chose ?

I- Des gros mots (rires) ? Des gros mots, oui, oui ça c'est sûr ! Et parfois, euh, bha t'es un peu emballé par la situation, euh, surtout quand on est avec des litiges, etc., euh, comme je le disais tout à l'heure, bhe dans la mesure où on doit défendre des litiges, éviter, euh, de, de te mettre en porte-à-faux par rapport à des attaques en diffamation, et ceteri, et cetera, sinon, euh, oui parfois il faut être très patient, faire preuve de beaucoup d'écoute avec les auditeurs qui ne sont pas méritants de ce côté-là, et donc, euh, j'ai remarqué au début j'osais pas, euh, couper court et dire qu'à un moment donné ça suffisait mais j'ai remarqué que... c'est payant de le faire parce que, bha en fait généralement quand ces personnes, euh, étaient un peu pénibles avec moi... fin pour moi, elle l'est pour beaucoup d'autres personnes, et il y a, après faut, faut ruser, voilà, d'habileté pour pouvoir la remercier gentiment mais avec fermeté, quoi. Tu dois quand même, tu peux faire preuve de caractère, même tu dois je pense, parce que c'est ça que les auditeurs aiment. Ils aiment qu'on ait une personnalité, ils aiment pas les animateurs lisses, euh, ils aiment, euh... voilà, qu'on fasse preuve d'opinion etc.. Alors, on peut être pas d'accord mais l'idée c'est de, euh, d'être, euh, de, de se respecter quoi, tu vois, de dire « ok, on n'a pas le même avis mais c'est

pas pour ça qu'on peut pas vivre dans le même monde », et voilà, mais, euh, euh... donc, mais, mais c'est vrai qu'il faut pouvoir parfois être habile, euh, et patient, et, euh, que ça c'est peut-être pas toujours évident en fonction, euh, du moment de la semaine, de tes activités. Si t'as été cre, si t'es crevé, parfois ça demande plus d'énergie mais, c'est vraiment la seule contrainte, quoi !

D- Ok ! Et est-ce que ton entourage te demande ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

I- Pas du tout ! Euh, ils savent toujours mieux que moi généralement (rires) ! Non mais, euh, ils savent souvent mieux que moi ce qui se passe sur Bel RTL parce que, pour moi écouter Bel RTL, c'est, pas une pause, c'est travailler, euh, je, je vois tout différemment vu que je connais les gens, je connais l'intérieur, euh, je vais avoir une écoute différente sur Bel RTL que sur une autre radio, euh, je vais être moins attentive, moins, moins exigeante, euh donc, euh, mais, euh, mais, mais, mes amis me demandent jamais, non (rires) ! Jamais, jamais !

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être vraiment un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ?

I- Euh oui, oui, oui, oui, ça j'avoue, surtout dans une émission comme la mienne où on aide les gens, on est directement sur des histoires, euh, qui relèvent de l'intimité, qui, voilà qui touchent parfois à l'argent, qui, voilà à des choses très personnelles. Euh, oui et puis maintenant avec les réseaux sociaux, les auditeurs peuvent très vite te contacter, euh, très vite partager avec toi, et, euh, c'est vrai qu'eux ils te voient comme quelqu'un qui envahit leur quotidien systématiquement, avec leur autorisation, euh, ils te voient comme, euh, ils, ils pensent te connaître en fait. Et pour certains c'est peut-être vrai, hein, certains sont peut-être assez fin pour se dire que « elle est plutôt comme ça, ou comme ça », et, euh... et donc, euh... bha moi je les connais pas du tout, c'est toujours là qui, qui est problématique, c'est qu'eux ils connaissent ma tête, euh, ils connaissent, euh, peut-être mes réactions sur certains, voilà, mes goûts, parce que j'en fais part à la radio, moi je connais rien d'eux et c'est vrai que... euh, dès lors, euh, il y a des échanges, euh, très, très familiaux qui se font, euh... très familiers plutôt qui se font assez, de manière assez rapide, et donc, euh, oui on, on devient vite un intermédiaire parce qu'ils vont nous faire part de leur analyse sur, euh, ce qu'est Bel RTL pour eux, ce qu'ils aiment, ce qu'ils n'aiment pas, ils vont nous poser des questions sur tel ou tel autre animateur, est-ce qu'il est vraiment sympa ou pas, euh, voilà donc euh, donc ouais, il y a, il y a, ouais, on est une forme de porte-parole en permanence, ouais...

D- Hum, hum, et est-ce que tu as peut-être le sentiment de les influencer d'une certaine manière ?

I- Euh... je pense, euh... (réflexion) bha alors ce qui est compliqué c'est que forcément déjà s'ils m'écoutent, c'est qu'ils m'aiment bien, donc malgré moi je les influence, après, euh, j'essaie toujours d'avoir le discours le plus neutre possible, euh, il y a des animateurs, fin, des, je vais pas dire ça comme ça mais il y a des personnes, euh, que... avec lesquelles je ne m'entends pas du tout, et on va m'en dire beaucoup de bien, je vais confirmer que, effectivement il n'y a que du bien à penser de cette personne,

ça c'est certain, je ne tiendrai jamais un autre discours, euh, ça, ça n'a pas d'intérêt, euh, voilà, vraiment je trouve ça, pas ça constructif d'aller, euh, faire part de mon ressenti personnel alors que là on parle pas, euh, d'un ressenti personnel, on parle, euh, de la relation, euh, auditeur-animateur donc c'est pas personnel, malgré ce que l'auditeur peut penser, si, s'il pense que c'est personnel, bhe tant mieux ça veut dire que c'est gagné quoi, tu vois ?

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu es présente sur les réseaux sociaux, t'évoquais justement ça ?

I- Oui, euh... ! Oui, oui, oui, je suis présente, alors j'étais présente sur plein de réseaux sociaux avant, et franchement ça me gavait, ça prend beaucoup de temps et, euh, je trouve ça assez inintéressant. Euh, le seul que j'ai conservé c'est Facebook, euh, qui est une bonne interface entre les auditeurs de La vie est Bel et moi, et, euh... c'est vrai que j'ai beaucoup d'échanges avec eux là-dessus au quotidien, que ce soit, euh, euh, sur des photos que je poste, ou que ce soit sur, euh, sur l'émission, ou, euh, sur leur situation, certains parfois ne souhaitent pas passer par La vie est Bel et me demandent un conseil, euh, via l'émission et donc, euh, en ça c'est intéressant mais j'avoue que pour moi c'est fastidieux parce que c'est dévoiler, euh, une partie de sa vie privée et j'aime pas, euh... faire des selfies, tout ça, ça me gave, et, euh, donc j'ai trouvé un bon intermédiaire avec, euh, des chiots que je viens de recevoir à la maison et du coup les chiots ça intéresse tout le monde (rires) !! Donc pour le moment je fais des photos des chiots et c'est chouette, ça met tout le monde d'accord, moi, euh, qui suis super contente de partager ça avec eux, euh, les, voilà, les internautes et à l'inverse les internautes qui adorent voir l'évolution des chiots quoi, donc c'est un bon compromis ! Donc après je sais pas comment je ferai (rires) !

D- (Rires) T'as une page publique en fait ?

I- Ouais, ouais, un, un profil public, ouais !

D- Ok ! Et donc, euh... mise à part les photos, est-ce que tu publies peut-être d'autre genre de contenu ?

I- Euh, très rarement, euh... j'avoue qu'au début je me sentais vraiment obligée de le faire, euh, surtout qu'à un moment donné on communiquait beaucoup sur les réseaux sociaux etc. et t'avais l'impression que si t'avais pas des followers, t'étais pas bon animateur, euh, voilà, après j'en suis vraiment revenue, euh, de cette logique parce qu'il y a un public Facebook, il y a un public, euh, qui ne l'est pas du tout, euh, bhe il y a un public, euh, en, encore un autre qui est beaucoup plus axé sur la radio et sur l'instantanéité de la radio, donc, fin, c'est très, très différent et donc ça satisfait une partie des personnes, euh, voilà moi j'y suis quelques, euh, peut-être 2-3h sur la semaine et c'est suffisant, et, euh, au début je me sentais vraiment opprimée par ça, mais, euh, maintenant c'est plus du tout le cas, et voilà c'est, c'est un moyen de communication parmi d'autres...

D- Ok ! Et lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Bel RTL, est-ce qu'à ce moment-là tu penses avoir un rôle d'influenceur ?

I- Bha moi je dirais que non, mais, euh, je pense qu'on va me dire que oui en fait, je pense que le service presse me ra, me dira que oui, parce que, il y a eu une époque où je n'y apparaissais jamais, et, euh... alors que je faisais le même job et depuis un certain temps, j'y apparais, alors, euh... il y a, euh, il y a forcément une volonté je suppose, euh... de, de, de, fin voilà, j'imagine qu'il y a des, j'en sais rien, en fait je sais pas pourquoi mais maintenant j'y apparais donc j'imagine que ça, ça, ça a un lien, ouais, ouais.

D- Ok ! Et, euh... est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise ?

I- Oui, vaguement, re, dis-moi, j'ai une idée mais...

D- Non mais justement je vais te demander comment tu définirais pour toi un ambassadeur d'entreprise ?

I- Ha c'est ça, bha écoute, euh... (réflexion) bhe c'est évidemment quelqu'un qui doit porter les couleurs de, de, de, de son entreprise, quelqu'un qui, euh, si même il n'est pas d'accord, euh, a signé un contrat avec une entreprise donc s'il n'est pas d'accord sur certaines actions de cette entreprise doit se taire à ce niveau-là, euh... c'est quelqu'un qui doit mettre en avant les qualités de l'entreprise, et, euh... voilà, c'est déjà pas mal (rires) !

D- Ok ! Et est-ce que toi tu te sens comme une ambassadrice de Bel RTL ?

I- Euh, bhe, euh, j'ai, j'ai l'impression qu'ambassadeur c'est un grand mot dans le sens où ça a quelque chose de très noble, de très officiel, euh... et, euh... euh... mais c'est vrai qu'on l'est tous un peu quelque part, euh, parce que, bha malgré nous on a de la visibilité, même en radio on a de la visibilité aujourd'hui avec toutes les caméras qui sont partout. Je me rends compte que, euh, même la voix les gens les reconnaissent parce que, euh, même si, moi je suis pas trop à me montrer, euh, je, je, je, je me rends compte que des gens me repèrent quand ils m'entendent au resto et viennent me dire « on a reconnu votre voix, vous êtes forcément, euh, voilà », et donc, euh, oui à pa, je vais dire à partir de ce moment-là quand je suis avec mon compagnon au resto et qu'on vient m'interpeler en me disant « on vous a reconnue », euh, là je suis plus en mode compagne, là je suis en mode boulot, donc ouais il y a forcément un, euh, un rôle qui change et j'ai plus la même casquette, je suis plus aussi cool que je l'étais quelques minutes avant, euh, je suis, je suis détendue certes mais je me mets en mode animatrice d'RTL, quoi, je suis plus en mode, euh, « Ingrid avec son amoureux à la maison, qui accessoirement est animatrice sur Bel RTL », là je suis en mode « animatrice, qui accessoirement est avec son copain, mais qui compte beaucoup » (rires), voilà !

D- (Rires) Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

I- Euh, non je crois pas. Maintenant, il y a des attitudes de, euh, déjà, déjà moi, déjà moi, tout ce qui est célébrité machin, ça me fait beaucoup rire, tu sais on a, on a, euh, max le JT d'RTL TVI fait 600 000 téléspectateurs, pour la France, ça équivaut à une radio provinciale, donc faut quand même, euh, toutes

proportions gardées, et, euh, et, mais maintenant, il y a des gens, euh, qui... euh... sont extrêmement seuls, qui sont hyper ravis de me rencontrer et ils me voient pas comme une célébrité mais ils me voient comme... une amie, comme un, une connaissance, un réconfort, voilà. Je crois que pour, euh, euh, être, euh, être un peu associée au terme de célébrité faut vraiment beaucoup faire de télé et c'est un terme un peu péjo je trouve, euh, je suis bien contente de pas y être associée (rires) !

D- Ok ! Et une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur le sujet, quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

I- C'est quoi exactement le thème de ton mémoire en fait ?

D- C'est les ambassadeurs d'entreprise justement...

I- D'accord !

D- C'est voir un petit peu...

I- Je dirais que parfois aussi on est, euh, un peu ambassadeurs malgré nous, qu'on est un peu, on est dans une spirale, euh, qu'on contrôle pas toujours, euh, il y a une presse qui a parfois, une presse écrite qui a parfois envie de nous coller des étiquettes, euh, qu'on n'a pas, qu'on nourrit pas et qui juste pour alimenter quelques pages, euh, va, euh, faire de nous les étendards, euh, de, de propos, d'attitudes qu'on n'a pas eus, et ça, ça c'est pas gai quoi, ou alors parfois on veut s'immiscer dans notre vie privée. Fin voilà pour revenir au chien, l'année dernière, fin, j'avais un chiot, il est mort, et euh... c'est, c'est, et alors tu, tu as eu des titres dans les journaux du style, euh, euh, « Drame pour Ingrid Franssen », bha non, euh, fin, oui on était très tristes, mais c'était pas le drame de ma vie, et je trouve qu'il y a des choses beaucoup plus graves, euh, et, et voilà, donc on profite parfois de notre statut d'ambassadeurs d'RTL. Les autres médias profitent de cela pour faire un peu des... des, des pages, intéressantes parfois et inintéressantes à d'autres fois et ça c'est, c'est dommage. C'est le côté pervers du truc (rires) !

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

I- Bhe avec plaisir et bonne chance !

D- D'avoir répondu à mes questions !

I- Que tout aille bien !

ANNEXE 9. INTERVIEW DE PATRICK WEBER

D- Donc d'abord je vais te demander de te présenter en quelques mots ?

P- Ouf... euh... bhe euh... (réflexion) Patrick Weber, euh... historien de... de l'art, de formation, finalité archéologue, ça a rien, c'est ma formation mais journaliste depuis toujours, et, euh... et puis, euh... donc c'est vrai que j'ai eu des activités professionnelles assez diverses et variées dans ma vie,

euh, qu'est-ce que j'ai, j'ai été Rédacteur en chef de... j'ai, j'ai été journaliste pas, pour pas mal de, de journaux en Belgique et en France, puis, euh, j'ai été, euh, fin j'ai été Rédacteur en chef de, de MM News, j'ai été Rédacteur en chef de Flair, j'ai été Rédacteur en chef de Moustique, euh, j'ai travaillé pour la RTBF, euh, j'ai travaillé pour Télé Bruxelles, euh, pour RTL, euh j'ai... (quelqu'un lui fait signe) Salut Vincent ! J'ai écrit, euh... pas mal de bouquins à la fois du roman, des livres historiques et, euh, des scénarios de bande-dessinée, une soixantaine de bouquins, je fais des films aussi, euh... notamment avec la RTBF, euh... et, euh... je me suis vraiment spécialisé dans différents domaines à savoir l'histoire principalement et, euh... et l'histoire, euh, l'histoire, euh, l'actualité royale aussi, et, euh, et donc, euh, ça à ce titre ça fait 5 ans que je travaille, euh, principalement pour RTL, euh, et alors j'ai été engagé comme chroniqueur royal donc pour suivre tout ce qui tourne autour de l'actualité royale et puis à côté de ça je fais d'autres choses pour, euh, pour, pour eux, euh, notamment en radio, pour, euh, On refait le monde, et, euh... et voilà ! C'est un peu, il y a, il y a beaucoup (rires) !

D- Ok ! Et, euh... je vais te demander ensuite, euh, en quoi consiste ta fonction d'animateur, euh... sur Bel RTL ?

P- En fait j'ai plusieurs casquette, hein, dans la casquette de, de chroniqueur donc ça c'est très différent c'est on m'appelle pour donner mon avis, et là je donne mon avis et, euh... je suis un peu payé pour donner mon avis, ce qui est toujours très agréable (sourire) et puis, et puis à côté de ça, euh, animateur c'est différent, c'est-à-dire que, animateur là je suis pas payé pour donner mon avis, je suis payé justement pour animer, et surtout dans l'émission dont, dont, dont je m'occupe, euh, principalement, c'est-à-dire On refait le monde, c'est vraiment en fait un travail de débat avec des intervenants et, euh... et, et donc, mon, mon rôle c'est à la fois bon d'essayer de faire passer un bon moment aux gens, et puis aussi de... de gérer le débat en fait, de trancher entre, entre les différents avis, euh, en é, en évitant que ça dérape, euh, et de coordonner à la fois les, les réactions des auditeurs, les réactions des participants, des participants, donc, euh, des, des, des polémistes autour de la table et puis des invités, euh... donc c'est à la fois un boulot d'animateur, je dirais et d'arbitre...

D- Ok ! Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Bel RTL ?

P- Ha oui, oui, oui, oui tout à fait, tout à fait, euh, je vais dire c'est vrai qu'à RTL il y a des salariés, euh, il y a des indépendants, euh, moi je suis indépendant c'est vrai, mais... euh, je vais dire je suis très content de représenter la marque, euh... bha c'est-à-dire que... à partir du moment où on travaille pour un média, on, on, on, on, on est, je trouve on, on doit participer à, à la philosophie, euh, du, du média en fait donc, euh, donc voilà et, et ce que j'aime bien, euh, chez Bel RTL, c'est que, que j'écoutais d'ailleurs, euh, j'écoute beaucoup de radios différentes mais, mais, mais, euh, j'écoutais souvent Bel RTL avant de travailler pour Bel RTL, parce que j'aime bien ce côté généraliste, j'aime bien les radios généralistes, j'aime bien les radios où on parle et puis je trouve aussi, on peut confronter les opinions et donc ça je trouve, euh, dans, dans, dans ce positionnement-là, je me sens vraiment à l'aise...

D- Hum, hum... Ok ! Et est-ce que tu t'identifies toi à la marque Bel RTL ?

P- Ho, s'identifier... c'est étrange ça comme question, euh... pfff, pff, non, je sais pas en fait, mais je m'identifie pas, ça voudrait dire que... pour je vais dire quand je travaille pour, euh, je sais pas moi, quand je travaille pour le Ciné Revue, euh, en Belgique ou pour Gala en France, ou pour, euh, je sais pas moi, euh... c'est vrai que je travaille principalement pour RTL, en tout cas, ce qui est certain c'est que les, les gens m'identifient à, à, à la marque RTL, ça oui. Euh... donc, euh, ça, euh, ça, ça, ça je le sens vraiment en fait, moi j'ai aucun problème à rentrer dans la, dans la philosophie de l'entreprise, de RTL parce que c'est, c'est vrai que c'est plutôt un média pri, fin c'est un média privé et que moi en étant indépendant j'ai toujours été plutôt, euh, proche du... (réflexion) du secteur plus privé que public en fait même si j'ai travaillé pour le public aussi, et, en fait, euh, donc j'ai, j'ai aucun souci à... à... à... à endosser les valeurs de, de, de, de la radio maintenant on est en, on est variés, je vais dire, on a... on... on, on, on fait des choses différentes, on, on, des choses, voilà, je travaille dans des pays différents donc ça, ça dépend mais le public ici en Belgique oui. Par exemple, en France, les gens savent pas que je travaille pour RTL donc ils ont une autre, euh, les gens qui me connaissent en France ils ont une autre image, donc, euh, ils connaissent plutôt le romancier plutôt que, que l'animateur...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour la marque Bel RTL ?

P- OUIII ! Tous les matins, je... mais oui bien sûr, non, non, oui vraiment en fait, moi j'ai, j'ai toujours voulu ça, euh, les, les, les, les médias pour lesquels j'ai travaillé jusqu'à maintenant, toute ma carrière en fait, j'ai toujours été, euh, fier de travailler, maintenant la chose qui est importante, c'est que c'est un média qui est fait de façon honnête, et euh... quand je dis honnête, c'est, euh... qui respecte ses valeurs, donc ça peut être pour moi un média très populaire, ça peut être un média beaucoup plus pointu, euh... moi par le passé j'ai travaillé pour Arte aussi, c'est vrai que c'est très différent, euh, Arte ou, ou, ou, ou RTL. Mais en même temps, euh, ce qui est important moi je trouve qu'il y a des médias, faut, faut faire attention, faut respecter la cible, euh, faut voir quel est vraiment l'ADN du média et à partir du moment où on est vraiment en bonne, euh, euh, adéquation avec cet ADN et que le média respecte son ADN, il y a vraiment, euh... que, que, que de la fierté à avoir de travailler pour donc moi, je, non, non, j'ai vraiment aucune raison, aucun souci, mais j'ai d'une façon globale, je serais, j'aurais jamais travaillé pour un média pour lequel j'aurais honte de travailler, je vois pas, euh, je vois pas, euh, je vois pas l'intérêt, le... je peux donner d'autres, je vais pas donner d'autres exemples mais... ce serait bizarre quoi, d'aller travailler pour un média dont on a honte...

D- Hum, hum...

P- Ce serait insupportable... non ?

D- Ok ! Sans doute... (rires) et est-ce que tu penses que la marque Bel RTL met en avant ta fonction d'animateur ?

P- Oui, je pense, oui, oui, oui, oui, oui tout à fait...

D- Hum, hum...

P- D'animateur, et j'y tiens quand même de journaliste parce que... j'ai ma carte de presse dans, dans mon portefeuille depuis toujours en fait, donc je suis avant tout journaliste, c'est mon premier métier, et, euh, que ce soit en télé, en radio ou presse écrite, internet maintenant, en plus, bha j'ai toujours ce métier de journaliste donc, euh, donc voilà et, et c'est vrai que... Bel RTL mise beaucoup sur l'humain, donc, euh, donc voilà, euh, ça c'est, c'est une valeur, euh, qui, dans, dans laquelle franchement je me retrouve, je me retrouve bien, maintenant bon, tous les animateurs sont toujours un peu, un peu narcissiques donc c'est jamais assez, forcément...

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que le fait de travailler pour la marque Bel RTL, ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

P- Oui, bien sûr, bhe motivation, honnêtement, la motivation à ce niveau-là, au-delà de la marque, parce que la marque elle serait rien sans, sans... c'est vrai, je dis pas ça pour faire le malin mais, euh... par rapport aux auditeurs, euh... je vois ça moi les gens qui, qui, qui, qui, qui, qui me reconnaissent ou qui m'aiment bien ou qui, qui m'aiment pas d'ailleurs, euh, qui me suivent ou décident de pas me suivre, c'est, c'est, c'est un rapport très, très, très, très proche et moi je me rends compte de ça, d'ailleurs souvent même plus, euh, un peu moins à Bruxelles mais, mais, mais plus, euh, en, en, en Wallonie, les gens vraiment viennent et posent des questions, et... et voilà, il y a le côté, euh, ça intéresse quoi, les gens donc, euh, donc... oui, non, non, je trouve ça, je trouve ça, euh, je trouve ça important dans le contact humain et dans la proximité qu'on peut avoir avec le public, ouais.

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

P- Euh... pff, ou, oui bien sûr, fin, euh, mais là c'est le travail, ça c'est vraiment pas typique de, de, de, de Bel RTL j'ai l'impression que... je sais pas moi, euh, il y a 1000 exemples mais je vais dire on a, on a un sentiment de reconnaissance par rapport à, à son... à son employeur ou à son client, ou à, je sais pas comment on peut l'appeler, euh, mais, euh... ouais fin on a déjà un sentiment de reconnaissance parce que, euh... c'est un, ça nous permet de, de, de, de vivre, en grande partie, donc c'est déjà pas mal, et puis, euh, et puis aussi de faire confiance, voilà, mais, maintenant c'est un métier, euh, très éphémère aussi hein, donc, euh, un jour ça va, un jour ça va pas, on sait que ça fait partie des règles du jeu, donc, euh, on est des adultes, on sait ça et... à partir de là, euh, voilà... la vie elle suit son cours, mais, mais je vais dire, euh, ouais moi j'ai... été content que RTL, quand par exemple, euh, ils m'ont confié On refait le monde, euh, il y a 3 ans, j'étais content qu'ils me proposent cette émission, j'avais très envie de faire une émission comme ça, alors que j'avais pas été engagé pour ça, quand je suis arrivé ici, donc ça c'est agréable...

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL, notamment, euh, dans les campagnes de communication, quand tu apparais dans une campagne ?

P- Euh... pas... vraiment, euh... non honnêtement les, les valeurs on les connaît, on nous, on nous contextualise toujours un peu la campagne en fait hein, on nous dit, euh, « tel contexte va passer là, on va faire ça, euh, ça va s'intéresser à tel public, euh, à telle période », donc... on a ce genre d'informations, mais, euh... on n'est pas, euh, souvent les gens ils ont un peu l'impression qu'on est complètement, euh, brainwashé comme ça, euh, qu'on nous dit qu'on... la façon dont on doit se comporter, ce qu'on doit aimer, ne pas aimer, et c'est pas vrai du tout en fait. Moi, j'ai déjà fait plusieurs émissions avec des... a, a, avec des auditeurs, ils arrivent ici en studio, ils sont étonnés parce qu'ils disent « ha enfin vous êtes libres », bha oui, oui, fin voilà, euh, je dis une fois de plus on connaît les responsabilités, ça peut... peut toujours avoir des... on peut toujours, toujours avoir des dérapages et des problèmes. On est dans une société, euh, commerciale comme une autre, euh... donc, euh, sauf que c'est vrai que les médias ça a un peu un effet loupe, comme ça, grossissant, qui fait que alors du coup, euh, bhe... tout prend une dimension parfois un petit peu trop grande, à mon sens...

D- Hum, hum, ouais, ok ! Et tu n'es pas briefé non plus par exemple sur la manière de te comporter en rue, euh, lorsque tu croises quelqu'un qui te reconnaît ?

P- Bien sûr que non ! Bien sûr que non (rires) ! Bha non, je crois que ça, ça s'appelle, vraiment, ça s'appelle, fin pour le coup ça s'appelle vraiment l'éducation, dire, euh... non, non, non, non manquerait plus que ça ! Non, ce que je peux comprendre en revanche, fin je sais pas si c'est une question, je me rappelle plus de toutes les questions mais... ce que je peux comprendre c'est que la, la station dise, euh, la station ou la chaîne ça dépend si c'est en télé ou en radio mais là on est plutôt en radio, c'est, dise, il faut pas mettre n'importe quoi sur les réseaux sociaux. C'est vrai que là je trouve qu'on porte les valeurs, quand même, d'une maison, donc, euh... donc voilà, moi je sais que quand je prends, euh, quand je prends position sur quelque chose, ça m'arrive hein, et, euh... je l'ai fait encore il y a pas, pas plus tard que la semaine passée, dans un long article dans La Libre par exemple, où j'ai réagi par rapport à l'enseignement de l'histoire, parce que voilà l'histoire c'est mon dada et je trouve que c'est du grand n'importe quoi donc j'ai, j'ai, je l'ai un peu dit. Mais là je suis dans mon rôle de, de chroniqueur et je sais que je mets pas en, en, en... comment dire, en danger les valeurs d'RTL, quoi, donc, euh, ça c'est vraiment, euh... c'est pas, c'est, c'est... mais en fond, bhe sinon, euh, non, franchement, fin, c'est, c'est un, il faut le sentir, quoi, on est des adultes quand même ! Fin... j'espère !

D- Ouais (sourire), ok ! Et est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animateur radio, par exemple, euh, des choses à ne pas dire ou ce genre de chose, notamment dans le cadre de ton émission peut-être ?

P- Alors... non mais honnêtement, on est, on est très libre, hein, on est très libres mais maintenant il y a des choses que tout le monde sait, c'est-à-dire que j'essaie quand même de, de surveiller un peu mon langage, et, euh, donc ça c'est déjà un truc important, euh, parce que parfois, on a parfois tendance à se

laisser emporter. Après, je fais attention même si de temps en temps, je peux me montrer plus, euh, on va dire comment, familier, parfois, mais en même temps, euh... non ce qui est important, surtout quand on fait une émission, moi je fais une émission qui est partiellement de libre antenne donc avec des auditeurs qui téléphonent, euh... je peux pas, euh, laisser dire des appels à la haine, euh... des appels à la violence, euh... et ça arrive, ça arrive donc, euh, ils ont beau, parfois les auditeurs disent, je vais dire ça sur antenne, quand ils ont, euh, notre assistante en ligne et puis après dès qu'ils sont sur antenne, ils, ils, ils ont envie de déraper. Là, c'est à moi de le sentir et d'arrêter le truc, donc les contraintes c'est ça je dirais, en tout cas moi je dis toujours, pour ce qui est de mon émission, c'est le dire à... moi je suis vraiment pour la liberté de parole, je peux écouter toutes les opinions même qui sont complètement opposées aux miennes, c'est pas du tout un souci, vraiment pas, je vais dire au contraire j'aime bien, ça nourrit le débat mais, mais, mais si tout le monde est d'accord ça sert à rien, quoi, mais, en revanche, euh, qu'est-ce que j'allais dire... dès qu'on, dès qu'on sort du cadre légal en fait, de ce qui est, de ce qui est légal ou pas, alors là moi je trouve, alors là il faut dire stop, je vais dire les lois elles existent donc voilà, on doit les respecter comme tout le monde.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage va te demander ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

P- Non !

D- Non ?

P- (Rires) j'ai rien d'autre à dire ! Non, mais en revanche, euh... je sais qu'autour de moi, j'ai pas envie de rentrer, de raconter des affaires perso mais je sais qu'autour de moi, euh... plusieurs personnes sont arrivées à Bel RTL alors qu'elles en avaient une autre image avant. Ils m'ont dit, euh, « ha bhe tiens, euh... c'est pas si mal, c'est pas aussi populaire qu'on le pensait », fin, entre guillemets, c'est pas, c'est pas, pour moi c'est pas du tout négatif d'être populaire, c'est au contraire quelque chose de positif, de dire « ha mais il y a de l'info, il y a des émissions, il y a plein de trucs » et en fait, euh, il y a des, les gens se font parfois une image un petit peu comme ça réductrice de la station, euh, et ça c'est un peu dommage donc autour de moi c'est vrai que, j'ai plusieurs personnes, euh, qui, qui sont venues à Bel RTL, d'autres qui y étaient déjà, euh... ouais, non ça c'est vrai, mais bon j'ai pas, euh... j'ai pas été faire de la pub en disant « vous devez écouter Bel RTL », chacun est, chacun est libre et décide quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ?

P- Ha oui ça tout à fait, oui, non, ça oui, non ça c'est clair ! Et ce que les gens disent aussi, euh, quand eux je les rencontre dans, rencontre dans la rue, ou, euh... ou, vraiment les gens aiment bien faire passer, euh, des, des, des messages, euh, ils racontent leur vie privée parfois un peu, parfois c'est émouvant, parfois aussi ils continuent le débat, en disant « hier vous avez dit que... », ça, ça m'arrive très, très, très

souvent dans les taxis en fait, euh... je prends pas mal le taxi et ça, ça arrive hyper souvent, quoi, c'est, c'est, c'est, c'est vraiment, euh... assez étonnant « oui hier vous avez dit dans votre émission que... » voilà les gens ils se souviennent et ils continuent le débat. Moi j'aime bien, parfois un peu l'impression de débattre toute la journée, mais... ça va (rires) !

D- (Rires) Ok ! Et est-ce que tu as... le sentiment de les influencer d'une certaine manière ?

P- Là vraiment pas !

D- Non ?

P- Ca c'est vraiment pas quelque chose que je fais moi, vraiment, si j'avais, en termes d'influence, mais c'est pas de l'influence, c'est plutôt, euh, un rappel, je trouve simplement que il faut tous s'écouter et dialoguer en fait, ça c'est le seul, c'est, c'est un peu bateau mais je le pense vraiment sincèrement et... mais, moi j'ai mes dadas, j'ai, j'ai des choses qui sont importantes pour moi, je t'ai parlé de l'histoire et, et il y a d'autres choses, des autres choses philosophiques ou quoi mais ça me concerne et vraiment, je suis pas là pour aller dire aux gens « vous devez penser comme ça », « vous devez être comme ça », en revanche, quand euh... on dialogue avec quelqu'un ou si quelqu'un dialogue avec moi en me disant « Vive Marine Le Pen, elle est formidable », et bien on engage un dialogue, c'est tout, et si quelqu'un me téléphone en disant « Vive Mélançon, il est formidable », et bien on engage un dialogue aussi, et si je peux les mettre en contact, en rapport les deux auditeurs sur antenne pour qu'ils dialoguent et qu'ils se parlent, c'est déjà pas, c'est déjà pas mal, je me rends compte à quel point, quand on répond aux gens et quand on leur parle, euh, souvent en fait, euh, ils réfléchissent, et, euh... et, et, et, mais j'ai jamais, je, je, qui suis-je pour aller dire aux gens comment ils doivent penser, euh ? Et on est, on est en démocratie, ce que je trouve simplement un peu dommage c'est que les gens ont toujours l'impression que... vu de l'extérieur comme ça, que les médias les manipulent et que les médias, euh... en fait c'est, c'est, c'est pas, c'est pas, c'est vrai, alors je dis pas que c'est pas, c'est pas totalement faux non plus parce qu'on est tous des êtres humains donc, euh, on est faillibles mais, euh, mais je pense vraiment qu'on a cette image assez négative malheureusement souvent des médias et, euh... on n'est pas là pour faire, euh, du prosélytisme, on n'est pas là pour dire, euh, ce qui est bien ou ce qui est mal, je vais dire, euh... voilà, dire, quand, euh, quand Trump a été élu, euh, bha... plein de gens trouvaient ça bien, euh... et, euh... moi je le sentais parce que les auditeurs depuis, depuis plusieurs semaines, bon c'était en Belgique, mais... étaient « ouais et bhe ça changerait un peu les choses, euh, si, si, s'il était là », et le jour où il a été élu, j'avoue que je fais partie des gens qui ont pas été surpris, et, euh, et c'est à force de dialoguer avec les gens, on sent en fait... c'est vrai que, le pire du pire, c'est de rester enfermé dans son petit milieu de journaliste dans son microcosme...

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ?

P- Hum... euh... oui mais pas bien en fait...

D- Hum, hum...

P- Pas bien... je, j'ai un, j'ai pe, j'ai peut-être un petit peu un souci avec ça, c'est-à-dire que j'utilise à un moment les réseaux sociaux, à savoir uniquement Facebook et, euh... et Twitter, euh... je résiste à Instagram pour le moment...

D- Hum, hum...

P- Euh... bhe parce que j'ai d'autres activités aussi, et que donc, euh, quand je publie un livre, quand, euh... je, je, je tourne une vidéo pour la France par exemple, euh, je la fais vivre un peu sur les réseaux sociaux mais, euh... voilà, je, pff, on a une politique à, fin en tout cas à RTL, je sais pas si c'est la politique de RTL d'ailleurs mais, mais moi depuis que je suis à RTL je fais ça, ça c'est vrai, c'est, voilà, c'est un peu, c'est pas un scoop mais tout le monde s'en fiche mais, ça c'est vrai c'est que maintenant je suis revenu au réseau social, euh, pour RTL, c'est-à-dire que moi j'avais quitté Facebook parce que ça... m'ennuyait pour rester poli, euh, profondément, et, euh... je trouve que c'est un peu du temps perdu et... et puis en arrivant à RTL, je me suis dit « faut que je joue le jeu », alors bon, c'est vrai, très vite on a 5 000 amis, et puis très vite j'ai 10 000 amis et puis après ça, ça continue et c'est, c'est, c'est pas des amis, je les connais pas et, et... je raconte rien de ma vie sur les réseaux sociaux, rien du tout, c'est que professionnel donc probablement ça doit un peu décevoir les gens, parce que voilà, euh, je vais pas leur raconter où j'ai été en vacances, dans quel restaurant je suis allé et qui sont mes amis, ça, ça regarde personne...

D- Hum, hum...

P- Fin, je trouve !

D- Oui ! Ok ! Et lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Bel RTL...

P- Ouais !

D- Est-ce que dans ce cadre-là tu as le sentiment d'influencer, euh, les gens... d'être un influenceur ?

P- Bha j'en sais rien, je dirais que les gens qui m'aiment bien sont contents, les gens qui m'aiment pas sont, sont... sont, sont moins contents, on va dire ça comme ça, euh... bhe je suppose que oui, la, la station elle capitalise sur ses, sur ses images, fin sur, sur, sur ses, sur ses personnages, sur ses animateurs donc, euh, ouais je pense que... ça en fait vraiment partie, maintenant, euh... moi je suis vraiment très... on a tous des parcours différents en fait, moi je... comment dire... il y a des gens qui sont... il y a des gens qui choisissent l'animation parce que... euh, l'animation est une fin en soi, donc, euh, ils veulent être animateurs...

D- Hum, hum, ouais...

P- Ils pourraient faire, euh, les animations d'un magazine société ou culture ou sportif, ou n'importe quoi j'en sais rien, moi je, j'aime bien le côté animation, j'aime bien le côté tenir une équipe ça, ça j'aime vraiment bien, j'ai beaucoup fait ça, j'aime bien ça mais en revanche, euh... je suis pas animateur dans le sens où... j'ai pas envie de faire de l'animation de n'importe quoi, je vais dire, euh, si demain on me dit, euh, « tu, tu, tu travailles à la conception de l'émission ou tu animes une émission de sport », par exemple, pour prendre un sujet que je connais pas bien, bhe, euh, je préfère être dans l'ombre et faire quelque chose d'intéressant donc c'est pas, euh... je vais pas aller présenter, j'ai beaucoup de respect pour les gens qui font ça, mais moi c'est pas mon truc et j'ai, en plus j'y comprends rien, je vais pas aller présenter la météo pour faire de l'antenne par exemple, donc ça c'est, c'est pas mon truc ou je vais pas aller faire le, l'auto demain pour faire de l'antenne, quoi.

D- Hum, hum...

P- C'est... mais il y a des gens qui le font très bien et je trouve que c'est hyper important parce que c'est les, les rendez-vous les plus fédérateurs, mais voilà moi ça, j'ai, j'aime pas assez ce métier-là pour faire ça, c'est le contenu qui m'intéresse plus que... que l'enveloppe.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu connais le terme, euh, d'ambassadeur d'entreprise ?

P- Oui !

D- Et comment tu définirais, euh, selon toi un ambassadeur d'entreprise ?

P- Bha, moi j'ai déjà été ambassadeur de marque en fait, euh...

D- Hum, hum...

P- Autre marque qu'RTL en fait, euh, ça m'est arrivé, euh... (réflexion) c'est, c'est quelqu'un qui est censé véhiculer les valeurs de l'entreprise et l'image de l'entreprise en dehors de l'entreprise, au fait. Mais quelque part, quand on est animateur et que les gens te connaissent un peu, tu es d'office ambassadeur de l'entreprise, tu dois pas avoir un badge ambassadeur de l'entreprise, tu l'es quoi, parce que les gens ils viennent, ils te posent des questions et... ça arrive tous les jours ça, ça c'est... c'est bien, fin... je crois que c'est bien, quand on accepte de jouer le jeu c'est bien, maintenant, euh, ambassadeur pour des marques ou quoi, c'est, c'est très différent mais ça, il y a des gens qui font ça beaucoup plus que moi, et qui sont je sais pas moi, beaucoup plus connus ou qui sont beaucoup plus dans le, le trip, euh, animateur donc, euh, on va leur demander d'être ambassadeur de telle ou telle marque, euh... Moi, je l'ai, je l'ai un peu fait, euh... j'av... c'est pas la chose que je préfère...

D- Ouais...

P- Je suis pas, je suis pas un, un homme sandwich quoi, fin, je me considère pas, euh, même si ça peut être, euh, voilà, oui puis honnêtement le... fin moi je sais pas, j'aime bien la notion d'indépendance et j'aime pas dépendre de... de voilà, à partir du moment où on est ambassa... représenter l'image d'RTL

sans aucun problème mais si maintenant on me demande de représenter je sais pas moi, une image de, d'une marque de bagnole ou... fin de voiture ou je sais pas quoi, euh, pour avoir une voiture gratuite et pour aller toujours dire que... je sais pas je, je sais pas, je sais c'est, c'est, pff, ouais, c'est une question de cro, je suis complètement idiot hein, je passe à côté de plein de choses ! Pas grave !

D- (Sourire) Ok ! Et donc tu te sens vraiment comme un ambassadeur pour, euh, Bel RTL ?

P- Oui, oui... oui ambassadeur, euh... pff, oui, c'est peut-être pas le mot que je choisirais, euh... j'ai plutôt une, euh, déjà être une, en radio déjà être une voix c'est pas mal...

D- Hum, hum...

P- Donc les gens qui aiment bien, euh... j'aime bien moi quand les gens disent « ho j'aime bien votre voix », et tout ça c'est un truc auquel je suis sensible, je sais pas pourquoi, et, mais j'aime bien ça parce que je trouve il y a plein de trucs qui passent par la voix, et, euh... et, euh... oui voilà, j'allais dire un visage mais du coup c'est un visage ou une voix quoi, donc, euh, à partir du, du moment où on est un visage ou une voix on est ambassadeur oui, pourquoi pas, mais je me suis jamais vu... fin, je sais pas j'ai, j'ai jamais raisonné en tant que, ambassadeur de... de, de, de Bel RTL, pour moi c'est... simplement, euh, je suis une des facettes de, de cette station quoi...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

P- Euh, ce qui est bizarre, c'est que les gens, euh... bha... je suppose partiellement puisque... (quelqu'un lui fait signe) Salut ! Je suppose partiellement puisqu'on me demande tout le temps de faire des trucs donc ça c'est plutôt... c'est plutôt chouette, euh, et que... euh... ouais, parce que je sais pas moi, on me demande, euh, je sais pas moi, d'aider, d'écrire des articles, d'être dans des magazines, de, de faire des choses comme ça, en revanche moi, je, c'est pas un, c'est pas un, c'est pas un but... on, moi par exemple, euh, voilà, ça c'est un truc mais c'est une fois de plus très personnel, chaque fois que les journalistes m'ont demandé de raconter ma vie, euh, euh... privée, euh... pour faire un article ou quoi j'ai toujours refusé, donc, euh... et j'ai, et, et contrairement à d'autres, moi j'ai pas une carrière, euh, linéaire donc, euh, il y a 20 ans j'ai fait pas mal de télé, euh, euh... et puis, euh, j'étais très présent et puis, euh, ça m'a plus plu parce que j'aimais pas ce qu'on me proposait donc je suis parti dans la presse écrite pendant longtemps, puis j'ai écrit mes livres, puis après ça je suis revenu à la télé sur une autre chaîne, mais... puis après ça je suis venu ici, et en fait, euh... moi je, je ne su, je suis assez, euh, comment dire, le, le, le petit starsystem belge, je trouve que c'est, euh... c'est parfois un peu un miroir comme ça déformant je, voilà c'est à la fois c'est, c'est chouette de rencontrer les gens qui, qui, qui te reconnaissent et qui t'aiment bien, mais c'est pas une fin en soi, je préfère qu'on me dise « ha j'ai bien aimé votre émission », plutôt que... parfois c'est un peu énervant je trouve quand, euh... je fais des trucs plutôt royaux mais c'est plutôt en télé, hein, plus qu'en radio, mais, euh... quand on te dit « ha vous avez fait une chouette émission, vous avez dit quelque chose d'intelligent » ça je suis content, et puis parfois on me dit, tout,

tout, tout se résume à ma cravate ou à mes chaussettes et en fait c'est, ça j'avoue que c'est un peu, euh... je trouve ça un peu frustrant parce qu'on essaie parfois de faire des choses bien, euh, on, on a des trucs intelligents mais les médias parfois ils ont un pouvoir un peu... déformant et... ça c'est moins mon truc...

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, une dernière question est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ça...

P- (Rires) pour ma défense ?

D- Non quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important à préciser ?

P- Euh... (réflexion) non, ce que je trouve, euh... en fait, ce que je disais tout à l'heure par rapport au lien qu'on a avec les... les, les, les auditeurs et les auditrices, je vois ça en fait c'est... euh, c'est, c'est assez complice, fin, les gens considèrent très vite qu'on fait un peu partie de la famille, euh, et, euh... et, et ça, ça me... moi j'aime bien les rapports humains et ça... je, je travaille beaucoup et tout et j'ai, j'ai pas toujours le temps, tu l'as vu, et, et en fait, pff, mais en même temps, je... sais pas, je, je, j'ai, j'ai... j'ai eu un truc à RTL que j'avais pas eu ailleurs, avant, euh... c'est des gens qui, euh, comme ça dans la rue, euh, t'arrêtent et, et te posent, euh, des questions, te, te font un clin d'œil ou, euh, parce que, parce qu'ils aiment bien ce, ce que tu fais, ou... et ça, ça je trouve ça vraiment, je trouve ça vraiment chouette en fait, parce que ça... c'est, c'est... on trouve... c'est, notre société manque un peu de lien social d'une façon générale, bon la Belgique c'est pas New York non plus donc, euh, on est malgré tout, fin, je vais dire, on est proches des gens, enfin je vais dire, je vais faire mes courses, euh, voilà et... moi je vis dans un quartier où il y a beaucoup d'européens donc ils me connaissent pas trop, mais, mais par exemple, euh, je sais pas moi, si je vais à Liège ou à Charleroi, la perception est très différente, par exemple, euh, il y a, selon les villes, je vois que la perception des gens est, est très différente, est, est, euh... et donc, euh, j'avais une phrase, je sais pas comment elle commence et je sais pas comment elle termine mais, attends, tu as une seconde... (appel téléphonique) et, euh, qu'est-ce que j'allais dire, donc voilà ma dernière phrase rimait à rien mais en fait, ce que je trouve chouette, c'est ça que je voulais ajouter, vraiment ce contact avec ces gens, moi, ça, vraiment, ça, ça me touche, mais c'est vrai, hein, je t'assure, c'est un truc, euh, je sais pas, je... l'autre jour, l'autre jour, j'ai, on a, on traite souvent de, de sujets difficiles dans l'émission et... on le fait toujours avec un peu d'humour mais... par exemple, euh, le... on le fait toujours avec, euh, tu vois par exemple on parle beaucoup de, de, d'intégration et de choses comme ça, et les problèmes d'immigration et, et, et en fait, euh, encore l'autre jour, je rencontre un chauffeur de taxi qui me dit « ouais, il faut, il faut, c'est bien il y a pas de langue de bois chez vous, euh, on dit les choses ! », bon le chauffeur de taxi, il était marocain mais il disait « voilà, euh, chez nous, euh, ça déconne en Belgique mais ça déconne chez nous aussi et... et je vous écoute tous les soirs », et ce, ce monsieur il avait lu, lu plein de bouquins d'auteurs belges, il connaissait bien l'histoire de la Belgique, il avait un avis sur les, sur les choses et vraiment il, il raisonnait et je trouve de façon, euh, très, très ouverte et, euh, et, et ça m'a vraiment illuminé toute ma journée parce que, il m'a dit, euh,

« voilà, merci, je vous écoute tous les jours et ça me permet d'avoir différents points de vue et tout ça », et là je me dis, on, on sert quand même à quelque chose. Je trouve ça im, important quand même, c'est pour ça que, moi je, je respecte parfaitement d'au, d'autres choses mais je... j'aime bien le, je répète ce que j'ai dit, hein, j'aime bien le contact.

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

P- Bhe avec plaisir !

D- D'avoir répondu aux questions !

ANNEXE 10. INTERVIEW DE JULIEN STURBOIS

D- Voilà ! Alors pour commencer est-ce que tu peux peut-être te présenter en quelques mots ?

J- Ouais, donc Julien Sturbois, je suis animateur, euh, sur Bel RTL, depuis... 200, euh... 2007, voilà.

D- Hum, hum...

J- Après avoir exercé, euh, d'autres fonctions dans la, dans la radio aussi, celle d'assistant, euh, assistant et producteur d'émission, voilà, donc j'ai commencé en fait en étant assistant et puis ensuite, je suis devenu animateur, ce qui est un parcours un peu atypique.

D- Hum, hum, et, euh, est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et puis, euh, peut-être tes autres expériences professionnelles avant d'arriver ici, euh, à RTL ?

J- Bha donc j'ai eu un parcours scolaire, euh, euh, classique, euh, primaires, secondaires générales, et puis, euh, et puis ensuite j'ai fait des études en communication. Et... et voilà, et en fait j'ai toujours été passionné de radio, vraiment, depuis que j'ai 15 ans.

D- Ha oui...

J- Et j'ai commencé à des petites radios locales, associatives, euh, avec, euh, en ambitionnant le... le doux rêve de... pouvoir un jour être, euh, animateur sur une radio nationale, voilà.

D- Ok ! Et, euh, comment tu en es arrivé à travailler pour, euh, Bel RTL ?

J- Euh... alors, suite à... suite à un stage, euh, que j'ai fait à Bel RTL, donc en envoyant simplement une demande de stage, comme toi (sourire) et... et puis en fait, ils avaient besoin de... renfort pour le weekend...

D- Hum, hum...

J- Suite au stage. Et donc j'avais un pied dedans, tu vois, grâce au stage, et un pied dedans aussi grâce à cette collaboration le weekend où, euh, j'étais, euh, assistant, euh, standardiste, au début sur, euh...

D- Hum, hum...

J- Sur des émissions du weekend et puis ils ont eu, euh... besoin, euh, de renfort la semaine et puis, voilà, c'est comme ça que j'ai intégré si tu veux le... la radio.

D- Ok ! Et, euh, quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, est-ce que tu es plutôt... ?

J- Je suis employé.

D- Employé, ok ! Et comment tu définirais ta fonction d'animateur, en quoi ça consiste d'être animateur radio ?

J- Bha un animateur c'est quelqu'un qui, euh... est là pour divertir, accompagner, informer, parfois aussi... et... et qui est là aussi pour porter, euh, les valeurs de l'entreprise...

D- Hum, hum... Ok ! Et, euh, est-ce que tu te sens...

J- Oui, il a, il a un rôle, euh, si tu veux l'animateur radio il a quand même un rôle, euh... important, euh... pour les gens parce que... on, on s'en rend jamais, fin, on s'en rend d'autant, d'autant plus compte avec tout ce qu'on vit aujourd'hui, le divertissement c'est important, pouvoir relâcher la pression, pouvoir penser à autre chose qu'à nos vies trépidantes, professionnelles, euh, familiales, euh... c'est un sas de décompression aujourd'hui, aussi, la radio, donc d'information et de décompression mais en ce qui me concerne en tant qu'animateur, moi je suis surtout là pour, pour accompagner les gens, pour div, les divertir, tu vois, c'est important aussi le divertissement, aujourd'hui...

D- Hum, hum, ok. Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Bel RTL ?

J- Tu me dis, hein, si tu veux, si tu, si mes réponses sont pas assez, euh...

D- Hum, hum.

J- Ca te convient ?

D- Hum, hum...

J- Si tu veux que je fasse plus ou... dis-moi !

D- Est-ce que tu sens comme un représentant de la marque Bel RTL ?

J- Oui, bhe c'est ce que je t'ai, ce que j'ai dit hein, la, je pense sincèrement que l'animateur radio aujourd'hui doit aussi porter les... les, les, les valeurs, euh, de l'entreprise.

D- Ouais...

J- Donc bien sûr, je suis un représentant de la marque Bel RTL.

D- Ok !

J- On l'est, euh... on l'est vraiment devenu depuis quelques années, j'ai vu l'évolution ouais... euh... de, de l'animateur radio aussi dans ce sens-là.

D- Hum, hum, tu peux m'en parler un petit peu ?

J- Bhe, si tu veux, avant, euh... les, les outils marketing étaient moins utilisés, euh, en radio...

D- Ouais...

J- Et aujourd'hui, on a repris les codes du marketing en radio et... et donc nous en tant qu'animateurs, on est devenus, euh, ouais des représentants d'une marque, des ambassadeurs d'une marque, c'est ça le thème de ton, ton, ton mémoire ?

D- Ouais...

J- On est, ouais, on est des ambassadeurs aussi de la marque...

D- Ok ! Et est-ce que toi tu t'identifies à la marque Bel RTL ?

J- Ouais...

D- Ouais ?

J- Ouais, tout à fait, tu sais quand j'ai... quand j'ai fait ma demande de stage, depuis que j'ai voulu travailler ici, c'est parce que, euh... j'aimais bien Bel RTL, euh... j'écoutais Bel RTL, j'écoutais ce que ça... je, je, je m'amusais, je me souviens à l'époque à écouter, euh, des émissions comme Stop ou encore, comme, euh, Départ Immédiat avec Bérénice et, et Jean-Michel Zecca, ça me faisait, fin, ça te parle pas, ça c'est, c'est peut-être des vieilles, euh, ou peut-être que si d'ailleurs, hein, c'est des plus vieilles émissions, qui me faisaient marrer et qui me faisaient rêver aussi, euh... et je me souviens, euh, dans ma salle de bain, dans ma chambre aussi, me dire « wouha qu'est-ce que j'aimerais », puisque je faisais déjà de la radio et que je rêvais d'être animateur radio « mais qu'est-ce que j'aimerais travailler pour cette chaîne », donc ouais je m'identifie encore aujourd'hui et je porte haut les valeurs de, de, de cette radio, ce qu'elle a représenté, ce qu'elle représente et ce qu'elle représentera j'espère, le plus longtemps possible, quoi, ouais... valeurs de vivre ensemble, tu vois, de partage...

D- Ok ! Ouais...

J- De rire, de sérieux, d'info, voilà, une chaîne de, tout ce qu'on attend d'une chaîne généraliste.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour, euh, Bel RTL ? C'est un petit peu... ce que tu disais...

J- Ouais, (sourire), ça découle de ça, ouais. Je pense que c'est important aussi, tu sais quand on parle de... de... puisque c'est ça le sujet, euh, un ambassadeur de marque, ou un ambassadeur d'entreprise tu vois, dois être, euh, quelqu'un qui... qui, qui est fier de, de son entreprise.

D- Hum, hum...

J- Et qui va après derrière, euh, propager cette fierté, euh, chez les auditeurs, euh, chez mes amis, dans ma famille, dans...

D- Hum, hum... ouais... Et...

J- Chez les gens qui m'en, les gens qui m'entourent et que je peux rencontrer.

D- Ouais... et est-ce que tu penses que Bel RTL met en avant ta fonction d'animateur ?

J- Oui, oui. Oui et ça a toujours fait aussi la... la... la force de Bel RTL...

D- Hum, hum...

J- C'est l'une des qualités de cette radio, c'est de ne pas, euh, alors pour autant ne, je, je suis pas d'accord quand certains disent qu'on, euh, qu'on starifie les animateurs de Bel RTL, mais en tout cas les animateurs de Bel RTL, de par leur personnalité, leur aisance, euh, euh... leurs qualités d'orateurs, ou d'oratrices pour les animatrices, bhe de par leur personnalité font la radio aussi, font vraiment ce qu'est Bel RTL, ce que représente Bel RTL et donc en ça, les personnalités de Bel RTL ont vraiment leur rôle important à jouer et Bel RTL l'a toujours compris et a toujours décidé de mettre en avant des personnalités, des têtes d'antenne comme on les appelle aussi des, des, des personnalités fortes.

D- Hum, hum, ok.

J- J'ai répondu à ta question ?

D- Oui ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour la marque Bel RTL ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

J- Euh... un acteur de, un vecteur de quoi, de motivation ?

D- De motivation...

J- Oui bha oui parce que... oui, bha c'est normal parce que comme, comme j'en suis fier de travailler pour cette radio et... que... pff, euh... donc je m'investis, je m'engage, je fais mon travail au mieux et ils me le rendent bien derrière, bha... voilà, c'est, euh, forcément tu, tu te sens bien à ce moment-là dans...

D- Hum, hum...

J- Bhe RTL de manière générale hein, c'est pas que la radio, là, euh... RTL met en avant aussi, euh... la... la culture positive de l'entreprise, tu vois ?

D- Hum, hum, ouais.

J- Et, et fait tout pour que ses employés s'y sentent bien, ses, ses, pigistes, hein, ses collaborateurs de manière générale, et, euh... et d'années en années... grâce à des enquêtes aussi de satisfaction etc. euh... proposées aux employés... bha on... on, on, ils essaient d'améliorer les choses, euh, le confort, regarde, euh, la, la salle dans laquelle, euh, on se trouve ici pour faire la, pour faire l'interview, euh, je vais dire elle est sympa, elle est bien décorée, elle est lumineuse, euh, le confort de vie dans cette entreprise, euh, le confort de travail, euh, il est top hein, sincèrement, en tant que stagiaire, euh, il y a des... tu t'imagines, tu l'as remarqué aussi quoi, c'est une belle, une belle maison.

D- Hum, hum, c'est sûr !

J- Bhe donc c'est motivant, ça aussi, tu vois, donc non seulement je suis passionné par mon travail, euh... par ce que je transmets aux auditeurs, par, euh, par ce que je fais vraiment, par l'animation comme par la technique parce que moi je fais les deux, tu vois, je suis aussi bien animateur que technicien donc je me retrouve de... mon émission c'est le soir hein, essentiellement et je me retrouve à faire et l'animation et les, et la technique. Et donc je suis passionné par ça, euh... la radio c'est, c'est, c'est, c'est tellement de choses quoi, tu vois... ouais, c'est animer mais il y a pas que ça, il y a préparer les émissions, il y a... euh... il y a la technique, il y a s'engager dans la créativité, il y a, il y a plein, il y a plein de choses, donc ça c'est motivant, le fait de travailler dans un cadre, euh, de vie pareil, euh, c'est motivant... donc oui.

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Bel RTL par rapport à ton épanouissement personnel ?

J- Ouais aussi forcément, ça aide à être bien... être bien dans son boulot, ça aide à être bien dans sa vie, hein, donc oui.

D- Hum, hum... ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Bel RTL, notamment quand tu apparais dans une campagne de communication ?

J- Euh... est-ce qu'on est briefés, euh... je pense qu'on a tous, euh, une conscience professionnelle qui, euh, qui nous aide à, euh, à incarner les valeurs de l'entreprise...

D- Hum, hum...

J- Après, est-ce qu'on est briefés sur la communication, euh, ce que, ce qu'on a, regarde c'est si, c'est, on n'est, on n'est pas écoutés ici, on n'est pas, à part ton enregistreur mais si, sinon on n'est pas cernés, euh, on m'a pas dit avant de venir, euh, « ouais il faut que tu dises ça ou il faut que tu dises ça », euh, oui alors bien sûr on a des réunions, euh, euh... régulières, euh, qui permettent, euh, euh... parfois un, un petit, euh, un petit recadrage mais c'est plus sur le... euh... comment dire, c'est plus sur les concepts d'émission, par exemple, euh, tu vois qu'on, on, on va essayer d'ajuster parfois le tir, euh... ou sur les, les, les, les timings de parole, euh, des, des choses comme ça donc c'est plus peut-être là-dessus,

que l'on va, euh, se réunir et... et que l'on va ajuster le tir, plus que sur, euh... la communication à adopter avec, euh, avec tel ou tel, fin moi on m'a jamais dit, euh, « tu peux pas », euh, peut-être qu'on l'a dit à d'autres, euh, personnellement on m'a jamais dit « bha tu communique mal, euh, euh, sur l'entreprise, donc il faudrait que tu, tu dises plus ça ou plus ça quoi », tu vois ?

D- Ouais...

J- Donc...

D- Ok ! Et tu n'es pas briefé non plus sur, euh, la manière de te comporter par exemple, euh, lorsque tu croises quelqu'un dans la rue qui te reconnaît ?

J- Bhe non ! Bhe non ! Bhe non le but c'est, euh... le but aussi c'est d'être le... je te dis, on est, on est, on n'est pas des célébrités, on est des personnalités de la chaîne... euh... et on se comporte, euh, en hommes, et femmes libres, euh...

D- Hum, hum...

J- Et on est le plus naturels possible, moi c'est, c'est ce que je fais, je suis pas briefé là-dessus, je suis le plus naturel possible avec les gens, et puis, euh, voilà...

D- Hum, hum...

J- Bha décontracté et sympa, fin ce que je suis quoi, ce que je, en tout cas, ce que j'ai envie de dégager, tu vois...

D- Hum, hum...

J- Ca s'arrête là, il y a pas de briefing là-dessus. Maintenant, pour revenir à ta question précédente, si on s'arrête à une campagne, euh... je, je reviens rapidement là-dessus parce que j'y pense maintenant, euh, tu sais quand il y a une, l'organisation d'une campagne de pub, avec des photos par exemple et des choses comme ça, bha là tu, tu peux le dire aussi, tu peux l'écrire, là évidemment qu'on est briefés mais sur les placements, tu vois ce que je veux dire, là il y a un briefing oui parce que on travaille en équipe et on va dire « Albert tu vas te mettre là, euh, Gisèle tu vas te mettre ici, Julien tu vas te mettre au milieu », voilà, mais euh...

D- Ouais...

J- Bhe là c'est parce que c'est, c'est une campagne de, de pub avec, euh, avec visuel, tu vois ?

D- Hum, hum...

J- Photos ou vidéos, après il y a des concepts, euh... par exemple si on... on décide de... faire un... un spot, euh... pub, euh... que ce soit radio ou télé, euh, en parlant, bha là il y a un concept écrit ouais, bhe

parce que il y a des scripts, parce que il y a des gens dont, dont c'est le métier d'écrire des scénarios, voilà, je referme la parenthèse.

D- Ouais, c'était intéressant (rires) ! Et, est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animateur radio, par exemple des choses à ne pas dire, ou ce genre de chose ?

J- Oui on a... oui, on a des contraintes mais comme, comme dans... comme, je pense comme dans toutes les chaînes, hein, ça c'est, c'est pareil pour tout le monde, hein, euh... on a des contraintes ouais, on a des contraintes de temps de parole, euh... (réflexion) de citation de marque aussi, c'est par exemple, fin, je sais pas si je peux appeler ça une contrainte d'ailleurs mais ça me paraît tellement normal en termes marketing, pour faire connaître ta chaîne, ta radio, euh... tu dois en faire la promotion, on est d'accord, c'est pour ça qu'on est aussi des ambassadeurs de marque comme, comme dans toutes les sociétés, comme dans toutes les entreprises. Et donc en ça, bhe on va évidemment citer, euh, le nom de notre radio, on va, euh... donc ouais, si on peut appeler ça des contraintes...

D- Hum, hum...

J- J'appelle pas ça des contraintes, j'a, j'appelle ça des, des prises de conscience naturelles de... ce qu'est notre marque et de la... de la représentation qu'on doit en faire...

D- Ouais... Ok ! Et... est-ce que ton entourage va te demander ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ? T'en parlais un peu aussi tantôt, que... vous êtes ambassadeurs dans votre entourage...

J- Alors... je dirais toujours à mes amis « faites ce que vous voulez, mais c'est mieux chez nous » (rires), euh... mais... mais sincèrement, voilà, euh, chaque, chaque personne est libre d'écouter le programme radio qu'il veut, et encore heureux !

D- Oui !

J- Mais, euh, mais après, euh, c'est vrai que je vais défendre, euh, euh... ma station, ma marque et donc je vais toujours trouver, euh, les points forts et les qualités de nos émissions, euh, plutôt que... euh... plutôt que... leurs points faibles ou dire qu'elles démeritent, voilà, mais ça me paraît logique quoi, ouais.

D- Ouais... Ok !

J- Après je reste, euh, un homme, euh, normal... euh... et heureusement là aussi, ça fait partie de mon équilibre personnel de vie, encore une fois, ça c'est mon avis, mais... je suis fier de travailler à Bel RTL et à RTL de manière générale, fier et... volontaire de m'y investir, euh, tous les jours... mais... pour mon équilibre personnel, ça me paraît sain, je ne vis pas, je ne mange pas et je ne bois pas Bel RTL 24h/24 non plus, et heureusement, tu vois ?

D- Ouais, hum, hum...

J- Donc je ne vais pas, quand je suis avec des amis, euh, vouloir à tout prix parler des émissions de Bel RTL, euh, euh... vouloir le transmettre, leur transmettre, euh... le, le, le fait que... que... c'est mieux, euh, Bel RTL qu'une autre radio, euh, tu vois je vais pas faire ça à tout prix.

D- Hum, hum...

J- Mais moi dans la mesure du possible, si on me parle de radio, euh, euh... ou si quelqu'un par exemple, ça c'est intéressant, euh, parce que ça arrive, euh, très souvent, des auditeurs, euh, généralement on dit ce qui est bien et puis les auditeurs sont sans filtre et disent souvent ce qui ne va pas non plus, tu vois, ce qui est pas bien, euh, ce qui leur plait pas...

D- Ouais...

J- Et là je vais essayer d'avoir un dialogue constructif avec eux, et... et de, de, et trouver, euh... qu'on, qu'on puisse communiquer ou que, pas que je leur fasse dire à la fin de notre conversation que « ha oui, effectivement t'as raison c'est bien », mais de faire passer mon point de vue aussi et... et parfois expliquer, parce que ça les intéresse, les coulisses d'une émission aussi pour qu'ils comprennent que... le programme peut, peut évoluer, euh, si, s'il leur convient pas, euh... qu'on y réfléchit parce que, euh, tous les jours, euh, ou presque, il y a une remise en question aussi, qu'on écoute beaucoup de nos auditeurs, pour qu'ils nous donnent leur avis, euh, et qu'on puisse ensemble faire évoluer le programme donc, euh, j'ai, je vais aussi trouver évidemment, euh, les qualités du programme qui me permettront de le mettre en valeur.

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Bel RTL et les auditeurs ?

J- Bhe oui, on est même les premiers sur la ligne, les premiers intermédiaires...

D- Ouais...

J- Parce que... (réflexion) bhe, euh, ce qui est un intermédiaire par exemple aussi, ce qui l'est devenu aujourd'hui, c'est un réseau social comme Facebook par exemple. Les réseaux socion, euh, sociaux sont aussi des intermédiaires parce que ce sont devenus des acteurs aussi de... de... quoi qu'on en dise de la, de la, de la chaîne aussi finalement...

D- Hum, hum...

J- Au même titre que les animateurs et les animatrices et les journalistes, nous aussi on est des intermédiaires, bhe pourquoi parce qu'on est, euh, non seulement à la radio mais on se retrouve donc un peu dans leur salon, dans leur voiture et, et on se retrouve dans la rue aussi et dans la rue on les croise les auditeurs, très souvent, lors de manifestations, d'évènements divers, on croise les auditeurs, on discute avec eux, euh... ils nous parlent beaucoup, ils nous donnent leur avis sur tel ou tel programme et, euh... et donc après nous, le, la... et c'est la volonté de notre direction aussi, on fait remonter très régulièrement des informations, en disant « ha, euh... tu sais que... il y a, euh, autant d'auditeurs depuis,

euh, un mois qui nous disent, euh », j'invente hein, « qui nous disent que, ils aimeraient bien qu'on parle plus par exemple, euh... je sais pas, euh, qu'on parle plus d'animaux, est-ce que ce serait pas intéressant de faire une émission sur les animaux ? Ha bon ok, oui, non, pourquoi, peut-être, euh... on va y réfléchir, euh... », voilà bhe donc ça, c'est, c'est ça notre, euh, notre rôle aussi, c'est de faire remonter de l'info grâce aux auditeurs...

D- Hum, hum...

J- Puis on a... en tant qu'animateur on a un rôle social aussi, mine de rien, surtout sur une chaîne comme, euh, comme, comme la nôtre, euh... où les gens sont... je dis ça parce que les gens sont très attachés à leur radio, à leur programme et, et... et à leurs animateurs aussi, euh... et très souvent moi il m'arrive, euh, avec des auditeurs de pouvoir discuter, euh, euh... de la pluie, du beau temps, de leur vie...

D- Hum, hum...

J- Et du rôle que... Bel RTL joue, euh, dans leur vie... voilà, donc on, on a aussi ce rôle-là. On a aussi un rôle social mais ça c'est plus en dehors quoi. C'est plus en dehors, parce qu'en fait c'est vrai que notre vie d'animateur radio, comme on est des personnalités publiques, elle s'arrête pas à... à notre, euh, à notre émission...

D- Ouais...

J- Tu vois...

D- Ouais, c'est ça...

J- Voilà.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu as, d'une certaine manière, le sentiment d'influencer les auditeurs ?

J- Euh... oui... peut, pas, par le fait de, d'une personnalité forte, on, je suis conscient qu'on a un pouvoir d'influence sur nos, sur nos, sur nos auditeurs...

D- Hum, hum...

J- Ouais... oui. Je m'explique, euh, en, en deux mots (réflexion), euh... et c'est pour ça que on est, on est garants aussi, on, on doit faire très attention à, à nos paroles, à ce qu'on dit sur antenne, parce que, euh, je, je suis bien conscient que... le... le message, euh, qu'on peut faire passer à la radio aura plus d'impact que... que... un illuminé qui crierait, euh, quelque chose dans la rue, quoi... même si... j'ai bien dit un illuminé hein, parce que je, je suis pour que les gens disent des trucs dans la rue, c'est important (sourire). Euh, c'était quoi la question je ne sais plus ?

D- Est-ce que tu as le sentiment d'influencer les auditeurs ?

J- Donc, euh, en tant, là aussi, c'est ça aussi un ambassadeur de marque, c'est quelqu'un qui peut influencer les auditeurs, euh... je le vois sur les réseaux sociaux aussi. Tu sais, euh, on, on, on nous pousse, euh... fin on nous pousse, c'est pas vraiment le terme mais... on, on est aussi très actifs sur les réseaux sociaux et donc on, on met vite, euh, euh, des... des photos, euh, fin moi personnellement dans mon émission, euh, tu sais je mets, euh, quasiment tous les jours un petit mot, euh, style, euh, « retrouvez-moi à partir de 21h, je serais », euh, bha hier c'était Isabelle Boulay par exemple, bha j'ai mis une photo de moi avec Isabelle Boulay, et, euh, c'était « on vous retrouve, euh, dans, euh, quelques minutes, euh... sur Bel RTL », voilà...

D- Hum, hum, ouais...

J- Bon bhe là c'est une manière, euh, d'attirer l'auditeur, mais c'est une manière de l'influencer aussi et de dire « venez nous écouter, plutôt que d'aller écouter, euh... quelqu'un autre », en matière de musique, je sais que j'ai, euh, c'est, c'est pas prétentieux de ma part mais je sais que j'ai le pouvoir aussi d'influencer l'auditeur si, euh... euh... je vais poster sur, euh, mon réseau social, euh... euh... « écoutez tel nouveau morceau », euh... là aussi j'invente, « de Bruno Mars, euh... vous m'en direz des nouvelles », voilà. Et à la radio, c'est pareil, si je vante plus les mérites, euh, d'un artiste plutôt que d'un autre, bha à ma manière, j'influence, ou j'ai la volonté parfois d'influencer, euh, euh... l'auditeur...

D- Hum, hum, ouais...

J- Mais... moi ça reste léger, hein, euh... la, l'influence, euh, ça c'est un, c'est un vaste débat dans lequel il faut pas rentrer ici mais... le... l'in, l'influence des médias sur le public, bha... c'est un, c'est un vaste sujet, c'est, c'est pas, c'est pas le débat ici... comme nous ici c'est léger quand on fait du divertissement, bha, notre influence elle est moindre quand même... que des journalistes par exemple, ou des, ou quand il y a des débats d'opinion, tu vois avec des, des journalistes ou des chroniqueurs qui s'expriment, bha eux ont une possibilité d'influence beaucoup plus, beaucoup plus grande, beaucoup plus importante... donc pour résumer, oui on a... un, un, un pouvoir d'in, d'influence mais en tant qu'ambassadeur de marque, notre pouvoir d'influence c'est surtout de... euh... de, de faire connaître notre marque, euh, de la, de la faire grandir, de la faire évoluer, c'est ça notre premier pouvoir d'influence, en tant qu'animateur radio hein, voilà.

D- Hum, hum, ouais... ok ! Et, euh... justement bhe on va en parler ici des réseaux sociaux, est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux, donc de façon professionnelle tu as une page, euh... une page pour toi sur Facebook ou... ?

J- Oui !

D- D'autres réseaux peut-être ?

J- Donc j'ai... pour... pour le boulot, donc j'ai une page professionnelle sur... donc on a la page de... la page officielle de Bel RTL, sur laquelle, en tant qu'animateur, je peux intervenir aussi, donc je peux aller poster des... des, euh, bha par exemple des, des, des photos de, de, donner des rendez-vous aux auditeurs, euh, via la page de Bel RTL, et puis à côté de ça j'ai, euh, ma page personnelle publique aussi, sur lesquelles, euh, j'invite, euh, tous les auditeurs qui veulent, euh, qui veulent me rejoindre à... à partager, euh, là aussi hein c'est, euh, ça reste léger mais des bons moments, surtout musicaux vu que moi mon dada c'est la musique, et, euh, et des ren, les rendez-vous que je donne, euh, et j'essaie de... parce que je crois que c'est ça le, le... j'essaie si tu veux de... mélanger des infos professionnelles...

D- Ouais...

J- Donner rendez-vous aux auditeurs pour, euh, telle émission, ou, euh, faire connaître tel artiste, des infos professionnelles et des infos personnelles quoi... j'essaie de mettre de moi aussi, pour que, que ma page Facebook elle reste humaine aussi... donc, euh... très régulièrement, euh, je, je poste, alors pas des photos de moi et ma famille et de ma vie privée, ça, ça reste privé mais, mais des choses, euh, ou des pensées plus personnelles... mais qui sont en total accord aussi avec, euh, avec les valeurs de l'entreprise mais qui... qui me sont... et, et si tu veux, ça permet de... de, de, de créer un... un beau lien entre le... le personnel et le professionnel à ce niveau-là...

D- Hum, hum...

J- C'est un vecteur, un vecteur de, de synergie entre les deux, tu vois ?

D- Ouais...

J- Voilà !

D- D'autres réseaux que tu utilises ou... ?

J- Euh... moi je suis, pff, oui mais ça j'utilise pas pour Bel RTL, voilà je suis sur Instagram, Twitter mais ça je, ça j'utilise pas pour, euh, pour Bel RTL, c'est pour Bel RTL c'est vraiment la page, euh, Facebook de l'émission.

D- Ha oui, ok !

J- Et alors aussi, bha ce sont pas les réseaux sociaux mais, en, en matière d'internet c'est aussi évidemment je suis, mais c'est ça aussi un ambassadeur de marque hein, c'est faire comprendre à l'auditeur que... euh, je suis le premier... en tant qu'animateur radio qui travaille dans cette, euh, dans cette société, le premier à, euh, faire connaître la page Facebook de Bel RTL, le premier à faire connaître, euh, l'appli, euh, c'est, c'est, c'est notre volonté à tous quoi, de faire connaître nos outils et donc l'appli Bel RTL pour, euh, les smartphones par exemple, euh, bhe je sais pas « t'es connectée ? Vas-y, elle est gratuite, elle est bien tu vas voir (rires), elle est sympa » (rires), en tant qu'animateur radio aujourd'hui, quand je parlais d'évolution, en tout début de sujet, au tout début de notre, euh, notre discussion, euh...

là où ça, c'est vrai ça, ça... a évolué, c'est qu'il y a, on, on est devenus... et c'est la société qui le, fin quand je dis la société c'est pas RTL hein, la, la, la société dans laquelle on évolue tous, euh, on est devenus un peu commercial aussi, c'est vrai...

D- Hum, hum...

J- Est-ce qu'un amba, ça c'est une question que tu peux te poser, est-ce qu'un ambassadeur de marque, c'est pas... (réflexion) aussi notre commercial ?

D- Hum, hum...

J- Surtout que moi c'est mon métier, il y a des ambassadeurs de marque, euh, je pense que tous les employés ici à RTL sont finalement, euh, des ambassadeurs de marque, l'un dans l'autre, ils portent tous la, la, la marque Bel RTL, ou la plupart dans leur cœur et ils ont envie que... euh... RTL se porte bien donc, euh, on, on est tous un peu finalement, et... toutes les entreprises hein, poussent leurs employés à devenir des, des ambassadeurs de l'entreprise, de la marque de l'entreprise, c'est ça qui est... alors t'as des ambassadeurs, euh... entre guillemets bénévoles, tu vois, euh, qui sont pas vraiment rémunérés pour ça mais moi en tant qu'animateur radio, ça fait partie de mon job, je suis aussi rémunéré pour, euh, pour être un ambassadeur de la marque donc pour être un peu, aussi un commercial de la marque, commercial au sens, euh, noble du terme, tu vois...

D- Hum, hum...

J- Fin voilà, je pars un peu dans tous les sens...

D- Non, c'est intéressant !

J- Ok !

D- Ok ! Donc lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Bel RTL, est-ce que dans ce cadre-là, tu as aussi, euh, l'impression d'influencer les... d'avoir un rôle d'influenceur ?

J- Euh... (réflexion) bha, euh, oui ça, oui, on, oui vu que je deviens, alors si j'appartiens à une campagne, euh, c'est que je deviens ambassadeur de la marque, du produit... et donc si je suis ambassadeur du produit, bha... j'influence, euh, le mode de consommation, euh... euh... chez le public... donc, euh, voilà la réponse à la question, donc, euh, j'influence d'une certaine manière, euh, bien sûr, euh, si je fais partie d'une campagne ou d'une photo ou, euh, qui, euh, fait la promotion de... de Bel RTL bha, ouais, j'influence le choix des auditeurs à écouter Bel RTL plutôt que Nostalgie...

D- Ouais... ok ! Et, euh, est-ce que tu pourrais peut-être synthétiser un petit peu ce que tu as dit en une définition de ce que tu penses être un ambassadeur d'entreprise ?

J- (Réflexion) Euh... je vais essayer de faire très simple, hein ok ?

D- Hum, hum...

J- L'ambassadeur de l'entreprise c'est quelqu'un qui fait la promotion, euh... du produit, de la marque... et qui, euh, s'engage dans le respect des, euh, des valeurs de l'entreprise...

D- Hum, hum... Ok ! Et donc toi comme tu l'as dit tout au long de l'interview, tu te sens vraiment comme un ambassadeur pour Bel RTL ?

J- Ouais je me sens comme un ambassadeur, euh, pour, euh, de, pour Bel RTL, de la marque, auprès de, auprès de nos auditeurs, euh, jour après jour en tant qu'animateur radio, euh, en tant que personne civile dans la rue, euh, aussi, ouais. Je, je suis engagé à... à promouvoir la, la marque Bel RTL et en même temps j'en suis fier.

D- Hum, hum... Ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

J- Non, on en a parlé hein, tout à l'heure, j'ai dit en Belgique on n'est pas, on n'est pas, on est, alors non seulement notre société ne nous... ne nous considère pas comme des célébrités, euh... bha, ce qui a c'est que parce que notre, notre pays est tout petit aussi, hein. En, en France on starifie plus les animateurs ou les, les journalistes parce que le... le pays est beaucoup plus grand, donc le marché publicitaire est beaucoup plus grand et donc ce marché publicitaire brasse, brasse beaucoup plus d'argent aussi, euh, je sais pas si ça a un lien de cause à effet avec, euh, la... la sta, la starification mais on pourrait, on pourrait le penser. Et donc ici on n'est pas des célébrités, on est des personnalités de la chaîne.

D- Ouais...

J- Voilà, et il y a plein de personnalités, euh... de la chaîne, des chaînes puisque on a plein de chaînes ici à RTL, euh, il y a les personnalités de Contact, les personnalités de Bel RTL, les personnalités de... de Plug, de TVI, de Club, euh, tout ça...

D- Hum, hum... ok ! Et, euh, une dernière question est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur le sujet, donc quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

J- Non, je pense que j'ai répondu à... toutes tes questions, toi t'as des questions encore à, à me poser, des trucs que tu...

D- Non ça va, c'était, c'était intéressant, clair, euh...

J- Ouais ?

D- Ouais !

J- T'essaieras de, de, de rédiger des... des réponses précises, claires aussi, tu essaies de m'y retrouver, tu essaies de t'y retrouver dans mon discours...

D- (Rires) je ferais de mon mieux en tout cas ! Bhe merci d'avoir répondu aux questions !

J- Avec plaisir, avec grand plaisir ! Ha oui ! Ça je vais le dire parce que c'est important, c'est important chez nous, c'est que... euh... l'ambassadeur de marque en tant qu'animateur radio est quelqu'un qui va s'engager, je l'ai dit, dans... dans, alors bien sûr dans la promotion, euh, du, du, du produit de la marque en tant que telle...

D- Hum, hum...

J- Auprès de nos auditeurs et, et si possible d'aller recruter de nouveaux auditeurs, euh, parmi la population, euh... c'est quelqu'un qui, euh, va s'engager non seulement sur antenne dans ses émissions mais, euh, aussi en dehors et sur les réseaux sociaux mais c'est aussi quelqu'un qui va, euh... euh... essayer de promouvoir les valeurs de l'entreprise...

D- Hum, hum...

J- Et chez nous ce sont des valeurs, euh, que l'on peut retrouver, euh, euh, dans, dans la société de manière générale donc c'est ça qui est intéressant, ce sont des valeurs de vivre ensemble, de... de positivisme, euh... tu vois ?

D- Ouais, hum, hum...

J- Donc ce sont ces valeurs-là qu'on veut, qu'on veut privilégier et promouvoir aussi, en tant qu'ambassadeur de marque, c'est important tout ça, voilà c'est tout mais ces valeurs-là c'est important !

D- Ok ! Merci !

ANNEXE 11. INTERVIEW D'OLIVIER ARNOULD

D- Alors pour commencer est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ?

O- Oui ! Euh, Olivier Arnould donc je suis, euh, actuellement, euh, directeur antenne de Radio Contact, et, euh, co-animateur avec Maria de, du Good Morning, tous les matins 6h-10h.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu peux peut-être me parler de ton parcours scolaire, tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

O- Alors j'ai fait mes humanités, euh, à l'Athénée royal à Jambes, donc à Namur, j'ai, euh... fait ensuite un graduat en relations publiques, euh, à la Haute École libre de Bruxelles. Et puis, euh... euh juste après ça, euh, j'ai eu l'occasion de travailler directement parce que j'étais, euh, j'ai été appelé pour m'occuper d'une entreprise qui fabriquait des présentoirs pour la grande distribution et qui s'installait en Belgique avec un procédé qui était d'Europe de l'est et ils avaient besoin de quelqu'un pour créer un logo, faire des choses comme ça, euh... donc j'ai travaillé un petit peu là et puis, euh... assez rapidement j'ai vu que l'entreprise n'allait pas fort bien et donc j'ai commencé à chercher ailleurs et là c'est le moment où, euh, la société, euh, les magasins The Phone House s'installaient en Belgique, et donc j'ai

postulé là, et euh, bhe comme tous les collaborateurs qui ont travaillé chez eux, j'ai commencé, euh, en magasin comme conseiller, puis assistant gérant, gérant et après j'ai été responsable du développement, euh, au siège, euh et donc je m'occupais de l'ouverture des nouveaux points de vente puisque la chaîne était à ses débuts. Ils ont ouvert après une trentaine de magasin, je, j'en ai ouvert quelques-uns. Et donc je cherchais des nouveaux points de ventes, je faisais des appels d'offre au niveau des travaux et puis je supervisais les travaux et mon dernier jour, dans chaque magasin, c'était au moment où je remettais les clés au gérant, au moment d'ouverture. Euh, et parallèlement à ça, j'ai commencé à travailler à la radio parce que j'avais envoyé des démos, euh, étant donné que j'avais fait mon stage de deuxième année, euh, en relations publiques chez NRJ, euh, j'ai envoyé des, des démos à gauche à droite, euh, parce qu'à l'époque ils m'avaient dit « ha tu devrais faire de la radio », etc., euh, et donc j'ai, euh, petit à petit, commencé à me former avec, euh, le directeur, euh, des programmes d'NRJ à l'époque qui, qui m'accordait du temps tous les jours pour me recevoir etc. et, euh... et puis bhe j'ai été mis à l'antenne, euh, le 27 juin, euh, 99 alors que je travaillais toujours chez... chez Phone House.

D- Hum, hum.

O- Et c'était un dimanche, et puis j'ai fait tous les dimanches et je me rendais compte assez rapidement que... à la rentrée j'ai fait samedi, dimanche. Le weekend j'étais à la radio et la semaine j'étais chez Phone House et assez rapidement je me suis rendu compte que quand j'arrivais le lundi matin j'étais malheureux parce que le samedi était très loin et que je voulais retourner travailler à la radio et pas forcément dans, dans les téléphones. Donc euh, donc voilà, au grand désespoir de, de, de mes grands-parents, j'ai quitté le bon travail que j'avais chez Phone House, pour aller travailler comme un saltimbanque à la radio et, euh, où je gagnais bien moins, euh, ma vie mais c'est ce que je préférais et donc je voulais parier sur ce, sur cette vie-là, sur ce challenge-là. Euh, je suis donc parti chez NRJ où j'ai fait une saison de, de petits matins, euh... dans la Morning Family et puis après il y a eu quelques économies qui ont été faites donc on a été quelques-uns à... prendre la porte de sortie, et euh, tout de suite après j'ai travaillé chez Radio Contact, euh, donc à partir d'octobre 2001. Euh... j'ai travaillé chez Radio Contact et j'y suis depuis donc j'ai commencé en faisant une émission régionale parce qu'il y avait des émissions régionales avant, ce qui n'est plus le cas maintenant, et puis deux émissions régionales, une à Namur, une à Bruxelles, et puis une émission nationale et puis j'ai proposé de, de créer un poste qui n'existait pas, qui était la coordination des opérations d'antenne, euh, donc d'être un peu le, le, la plaque tournante pour, euh, dispatcher toutes les infos quand il y a une opération à mettre en place à l'antenne, que ce soit une opération qui vient de la régie, donc par rapport à un annonceur, ou une opération qui vient des maisons de disque, euh, c'est de pouvoir envoyer les bonnes infos à tout le monde parce que c'est aussi la période où, euh, tout ce qui est internet, etc. a commencé à... devenir important pour, euh, pour les entreprises et donc il fallait commencer à assurer une présence sur internet, à avoir des visuels pour internet, des choses comme ça donc ça, ça demandait une mise en place un peu plus compliquée que simplement mettre un spot à l'antenne. Et, euh, et voilà et donc comme j'ai, j'ai

voulu aussi rendre ce qu'on m'avait donné, c'est-à-dire pouvoir donner la chance aux animateurs, euh, leur mettre le pied à l'étrier comme moi on m'avait mis le pied à l'étrier à l'époque, euh, j'ai eu à cœur de, de demander de pouvoir m'occuper de l'équipe d'animateurs en devenant, euh, responsable des animateurs, responsable d'antenne et puis après directeur d'antenne, ce qui est le cas maintenant, avec la combinaison avec le Good Morning.

D- Ok, et euh, je vais te demander aussi quel est ton statut au sein de l'entreprise donc est-ce que tu es plutôt...

O- Cadre...

D- Cadre, ok.

O- Oui.

D- Et est-ce que tu peux aussi me décrire un peu ta fonction d'animateur donc en quoi ça consiste le job d'animateur radio ?

O- Alors, sur une radio musicale, c'est essentiellement de l'accompagnement musical, en général, après sur le Good Morning en particulier, c'est un peu plus que de l'accompagnement puisque, on est dans une émission où il y a un contenu qui est plus riche que... que sur les émissions, euh, flux musical, euh, et donc le, le... bhe le, le challenge c'est d'arriver à réveiller dans la bonne humeur tous les matins les auditeurs en ayant, euh, de jour en jour, de semaine en semaine et de mois en mois, euh, un... un niveau de... de rendu antenne qui soit, euh, constant, c'est-à-dire, euh, le même dynamisme, la même bonne humeur, etc. quoi qu'il arrive, qu'on soit fatigué, pas de bonne humeur, qu'on ait des mauvaises nouvelles, des choses comme ça, les auditeurs ils ont toujours envie de se réveiller avec les, la même bonne humeur, le même rythme, le même tempo, et donc, bhe c'est le cas pour la musique avec Michel, c'est le cas aussi pour l'animation avec nous qui essayons de, de nous serrer les coudes au sein de l'émission pour que tous les jours on produise une émission, euh, qu'on espère la plus qualitative possible pour les auditeurs qui nous font la gentillesse de nous suivre.

D- Et, euh, est-ce que tu te sens un peu comme un représentant de la marque Radio Contact ?

O- Bhe comme toutes les personnes qui sont, euh, qui travaillent pour la société, oui et à fortiori celles qui sont médiatisées, euh, puisque forcément quand on, quand on, les gens nous croisent dans la rue et qu'ils, ils nous reconnaissent bha c'est, on est avant tout l'animateur de Radio Contact, l'animateur du Good Morning donc évidemment qu'on véhicule forcément les, les valeurs de l'entreprise.

D- Hum, hum. Est-ce que toi tu t'identifies à la marque Radio Contact ?

O- Bha oui absolument, étant qu'on est tous, tous, tous les jours, euh, à cheval sur le dauphin pour faire des cabrioles dans l'eau (sourire), euh, c'est sûr bha depuis le temps maintenant que j'y travaille, ça fait partie, euh, ça fait partie de ma vie, donc, euh, évidemment que... tout un chacun on est, euh, plus ou

moins impliqués, fin fortement impliqués dans ce qu'on fait, mais plus ou moins, euh, ambassadeurs de, de la marque en fonction de l'endroit où on se trouve, en fonction, euh, des, des personnes qu'on va côtoyer, euh, on va forcément toujours nous parler de, de la radio et c'est à nous d'avoir le bon discours à ce moment-là quoi.

D- Hum, hum, et, euh, est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler justement pour Radio Contact ?

O- Euh, oui un sentiment, bhe alors personnel, de, d'être arrivé là où je voulais arriver alors que... je vois maintenant qu'il y en a tellement qui se découragent très vite, je leur dis toujours, euh, « il y a, il y a deux choses qui sont importantes, la première c'est d'oser, euh, oser pousser les portes, oser envoyer des mails, oser prendre son téléphone et appeler », il y en a plein qui n'osent pas, et je, j'en faisais partie à l'époque, j'ai, j'ai commencé la radio très tard parce que moi aussi je, je n'aurais jamais cru possible de pouvoir animer en radio, je, je, je pensais quand j'étais, euh, quand j'étais très jeune, quand j'étais adolescent, j'allais à des soirées Radio Contact, ça me semblait tellement inaccessible de, de travailler à la radio, alors que ça ne l'est pas du tout, c'est un métier comme un autre, et donc, euh, il faut surtout oser quand on a envie de, si vraiment on sent que c'est là-dedans qu'on a envie d'aller, il faut pas hésiter à pousser les portes, à essayer, tout ce qu'on risque c'est d'avoir un non. Ça c'est la première qualité et puis la deuxième qualité c'est une fois qu'on y est à peu près arrivé, en tout cas, en tout cas une fois que la porte s'entrouvre, euh, bhe il faut, euh, beaucoup travailler, il faut se remettre en question, il faut pouvoir accepter que, on peut pas plaire à tout le monde, euh, et il y a une grande capacité de, de remise en question qui doit être présente à chaque instant et pas uniquement quand on débute, euh, c'est, euh, de se remettre en question à chaque fois, en se disant est-ce que j'ai bien fait, est-ce que j'aurais pas pu faire mieux, est-ce qu'il y a moyen d'améliorer encore les choses, etc. donc ça c'est deux qualités qui sont extrêmement importantes, oui.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que la marque Radio Contact met en avant ta fonction d'animateur ?

O- Ha bhe oui, euh, dès le moment, dès le moment où on est, où on est à l'antenne, où on fait en sorte que l'animateur soit, euh, euh, valorisé dans son travail, euh, en ay, en mettant à sa disposition les meilleurs outils, les meilleures conditions de travail, et, euh, et, en mettant l'accent sur l'émission qu'il anime, en essayant de promouvoir cette émission au travers des, des campagnes qui sont mises en place, oui, j'ai le sentiment d'être, euh, soutenu, mis en avant, oui.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que pour toi le fait de travailler pour Radio Contact, c'est un facteur de motivation au quotidien ?

O- Euh, le facteur de motivation c'est surtout de pouvoir, euh, travailler pour, euh, dans, dans un boulot que j'aime. C'est clair que si, euh... j'allais travailler, bha c'est, si j'étais toujours chez Phone House, euh, c'était un boulot génial, ouvrir les magasins, je trouvais ça super mais c'était pas ma passion, euh, le fait de pouvoir vivre là, maintenant de ma passion et de faire, euh, au quotidien, euh, un métier pour

lequel au début j'étais gêné d'être payé, euh, bhe c'est formidable évidemment. Donc c'est avant tout le facteur de motivation. Après, quand on reçoit les résultats d'audience et qu'on voit qu'on est numéro 1, euh, quand on voit les réactions des gens, quand on voit la rencontre des auditeurs, qu'on voit les réactions positives des gens, bha forcément positives, puisque ceux qui viennent nous voir c'est ceux qui nous aiment bien, euh, mais les audiences elles sont là, elles sont excellentes, donc c'est vrai que... ça fait, euh, quelques années que je suis là maintenant, et, euh, le fait qu'on soit maintenant toujours numéro 1, bhe oui, il y a une certaine fierté, qui est pas liée à mon travail, particulièrement à moi, qui est liée au travail de toute l'équipe, mais je me dis que, au travers des années, on parvient quand même à traverser, euh, euh, les tempêtes qui sont, bhe le, le renforcement de la concurrence et des choses comme ça, et qu'au final on est toujours là et toujours numéro 1, donc pourvu que ça dure, on verra le mois prochain !

D- Ok ! Et, euh, dans le même ordre d'idée, est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

O- Oui absolument, le fait de, bhe le fait qu'on m'ait donné ma chance, euh... à l'époque en 2001, euh, quand je me suis retrouvé sur le carreau, euh, débarqué de chez NRJ, euh... bha déjà une forme, il y a, il y a une forme de remerciement et puis le fait que quand j'ai proposé des, des, la création d'un nouveau poste qu'on a accepté, le fait qu'on m'ait fait confiance, euh, en régional d'abord, en national après et que, chaque fois j'ai eu le sentiment de progresser, le fait qu'on me confie la gestion des animateurs, le fait qu'on me confie le, le, la responsabilité du Good Morning avec Maria, bha tout ça fait que voilà, j'ai le sentiment, fin je n'ai pas que le sentiment parce que je sais que c'est le cas, mais, que, que la direction me fait confiance et qu'elle apprécie mon travail et donc forcément c'est agréable.

D- Hum, hum, ok. Et est-ce que tu es briefé sur la manière justement de communiquer les valeurs de Radio Contact, tu parlais tout à l'heure des campagnes de communication ?

O- Ho, je pense que c'est un peu, euh... bha c'est un, c'est un peu comme, comme on est à l'antenne quoi, on sait ce qu'on peut dire, on sait ce qu'on peut pas dire à l'antenne, euh, on évite évidemment les sujets polémiques parce que l'esprit de l'antenne c'est l'esprit Feel Good, on va pas parler de religion, on va pas parler de politique, on va pas parler, euh, des thèmes qui sont pas très Feel Good et qui, voilà, après on peut faire un clin d'œil mais... c'est pas, euh... voilà c'est, c'est, c'est, c'est pas, euh, c'est, c'est, c'est pas, euh, le, le core business du truc, c'est pas, c'est pas là-dessus qu'on va tourner. Les gens viennent nous écouter, pas pour qu'on leur parle de politique ou de religion, les gens viennent nous écouter parce que ce qu'ils veulent avant tout c'est pas des animateurs, c'est de la musique.

D- Hum, hum...

O- Euh, c'est pour là, c'est pour ça qu'ils sont là, c'est pour écouter de la musique, après l'animateur il vient ajouter de la bonne humeur, ajouter, euh, euh, sa petite plus-value de dynamisme, de, des petites

infos musicales, etc. euh, et, et par rapport à ce qu'on peut communiquer à l'extérieur quand on rencontre des gens, bha ça va être les valeurs Feel Good qu'on communique à l'antenne aussi, donc, euh, il y a pas de raison que ce soit, euh, que ce soit autrement. À partir du moment où on est bien dans son travail, où on aime ce qu'on fait, bha les valeurs qu'on va communiquer seront forcément des valeurs très positives par rapport à l'employeur, à la marque qu'on défend quoi.

D- Ok ! Et... c'est pareil aussi, tu parlais tout à l'heure justement quand tu te, fin quand tu croises quelqu'un dans la rue, qu'on te reconnaît, est-ce que t'es briefé aussi sur ton comportement, euh, à avoir, euh...

O- Non, non pas spécialement, pas spécialement mais c'est vrai que là on est plutôt dans la sphère, euh, on est à cheval entre la sphère privée et la sphère professionnelle, puisque bhe, c'est, je rencontre quelqu'un dans la rue, je suis pas dans le cadre de mes activités, donc on est plutôt dans la sphère privée mais s'il me reconnaît, c'est lié à mon activité professionnelle, donc, euh, après c'est très compliqué, euh, peut-être qu'il faudrait, euh, créer un code ou je ne sais quoi, mais je pense pas qu'il y ait eu déjà des, des couacs à ce niveau-là, en même temps on ne le sait pas mais c'est, c'est peut-être une bonne idée, mais j'ai le sentiment que chacun, euh, est pleinement responsable de, de, et a pleinement conscience de, de, de ce qu'il peut dire ou ce qu'il peut pas dire et, euh, et donc en même temps, bha il y a pas de secret, euh, on travaille pas à la CIA, il y a pas de secret incroyable mais c'est vrai qu'on essaie toujours d'être le plus positif, par rapport au, au, au côté Feel Good de la radio et, euh, et, et, les petits soucis, tout ça bhe, on est quand même dans son travail donc ça ne sert à rien de les mettre en avant.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage te demande ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter.

O- Jamais !

D- Non ?

O- Jamais ! Donc ça, et c'est tant mieux parce que c'est pas moi qui vais leur donner conseil, donc euh, chacun écoute ce qu'il veut. Ce qui est toujours, euh, très paradoxal c'est, ce, ce qui, ce qui m'interpelle toujours c'est quand je rencontre des gens qui, euh, ne savent pas que je travaille à la radio et qui, j'apprends que je travaille chez Radio Contact, ils s'excusent quand ils n'écoutent pas...

D- Ha oui !

O- Et, euh, c'est très bizarre parce que moi si je rencontre quelqu'un qui va, euh, qui travaille chez Delhaize par exemple, et que moi je vais faire mes courses chez Carrefour, euh, je vais pas m'excuser de ne pas faire les courses chez Delhaize mais la radio a c'est, quand même, ce, ce sentiment est quand même une relation entre les auditeurs et la radio qui est très particulière et qui fait que... d'une part, euh, quand on rencontre des auditeurs étant donné qu'on est, euh, à côté de leur lit, dans leur salle de

bain, dans leur voiture, etc. en permanence avec eux, ils ont l'impression qu'on se connaît, qu'on est super pote et tout, ce qui est finalement plutôt agréable puisque les gens sont toujours très gentils et bienveillants, mais, euh, mais par contre, du coup, comme ils sont très impliqué dans le côté émotif de la radio et émotionnel, euh, ils s'excusent quand, euh, ils n'écoutent pas Radio Contact, voilà, c'est, c'est, euh, c'est très bizarre mais voilà. Après, chacun écoute ce qu'il veut et d'ailleurs, euh, il faut faire la différence entre la radio qu'on écoute parce qu'on aime bien l'écouter, on aime bien la musique et la radio sur laquelle on travaille parce que c'est son travail et qu'on apprécie les conditions de travail, etc. après si on peut apprécier la musique de la radio sur laquelle on travaille, c'est mieux ! Euh... et personnellement c'est mon cas donc, euh, fin en tout cas la majorité de la musique je l'apprécie donc c'est, c'est très bien mais c'est pas indispensable, je pense qu'on peut tout à fait considérer qu'on aime bien ce travail-là parce que c'est une marque qu'on aime bien, ou on est bien payé ou on a une voiture, ou on a un bon salaire ou j'en sais rien, mais on n'est pas forcément, on préfère quand on est dans sa voiture écouter, euh, une autre radio parce qu'on aime bien les radios généralistes ou les bla-bla ou les, ou les infos ou que sais-je...

D- Hum, hum...

O- Ça ne me semble pas incompatible, euh... bha il m'arrive aussi d'écouter des radios généralistes, euh, juste pour être informé parce que j'ai envie de, de, d'avoir des, des flashes d'informations plus longs que ceux qu'on peut proposer chez nous, même si je me contente de ceux qu'il y a chez nous en, en règle générale...

D- Hum, hum...

O- Donc voilà, il y a le côté, les gens font pas toujours la, la différence entre le, le travail et... et la personne en fait. C'est, si quelqu'un travaille chez, euh... je sais pas chez Caterpillar à Gosselies qui fabrique des tracteurs, euh... je, je sais que c'est son travail donc je vais pas, euh, je vais pas commencer à dire « ha mais moi j'aime pas, moi je ferai pas ça à ta place, hein, l'image est pas terrible, etc. », c'est son travail donc je peux comprendre que lui travaille là s'il a envie de travailler là parce que c'est, ça correspond à... à ce qu'il a envie de faire en termes de salaire, en termes de... voilà. Euh, moi je travaille à la radio et des gens qui n'écoutent pas Radio Contact, c'est pas grave. Du moment qu'il en reste encore suffisamment (sourire), moi ça me convient très bien ! Donc, euh, donc les gens s'excusent quand ils m'expliquent ça, je ne comprends pas pourquoi mais...

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs justement, d'être... ?

O- Oui, bha c'est ce que je disais, étant donné que les gens, certaines personnes nous reconnaissent, dès le moment où ce qu'on fait est un peu médiatisé, bha forcément on, ouais forcément et surtout que c'est un média, c'est, c'est pas comme si je travaillais dans un snack où je suis en contact direct avec les

auditeurs, fin avec les clients en l'occurrence, euh... là c'est un média qui... est un média caché quelque part, c'est, euh, on n'a pas de contact avec les auditeurs directement, si ce n'est par téléphone pendant l'émission etc., mais on n'a, on n'a, fin c'est l'essence même de la radio, c'est que c'est quelque chose qu'on reçoit par les ondes et c'est pas quelque chose qu'on reçoit en face-à-face et donc, euh... donc oui c'est... c'est, c'est, dès, dès qu'on rencontre un, un auditeur qui nous reconnaît etc., euh... bha forcément on est pour lui le point de contact « ha, c'est, j'ai un peu de Radio Contact devant moi, j'ai un animateur, ou une animatrice de Radio Contact devant moi donc j'ai un peu de la radio devant moi » donc on est quelque part le, le point d'entrée à ce moment-là, si l'auditeur veut nous dire quelque chose par rapport à la radio etc., on est le point d'entrée oui.

D- Hum, hum, est-ce que tu as l'impression de les influencer d'une certaine manière ?

O- Pfff, je suis pas sûr, euh... pffff, non, je pense pas de... les influencer non parce que chacun, euh, est assez grand pour, euh, pour se faire sa propre opinion de ce qu'il a envie d'écouter, de ce qu'il a pas envie d'écouter, c'est vraiment une question de goût donc, euh, c'est, c'est pas parce que je vais, euh, alors, euh, ma maman m'écoute parce que c'est ma maman mais... (rires) mais voilà, euh, ma belle-mère aussi d'ailleurs et ça se passe bien, euh... mais, euh, mais je suis pas sûr que parce que mes voisins savent que... je suis l'animateur de Radio Contact, qu'ils vont se mettre à écouter Radio Contact. J'espère qu'ils écoutent d'ailleurs, je ne sais pas, faudrait que je leur pose la question (rires), faudrait que je leur pose la question. Mais... je suis pas sûr que, je pense que ça leur fait plaisir, fin c'est rigolo de, de connaître quelqu'un qui fait de la radio, je pense que ceux, ceux qui ne me connaissent pas et qui me rencontrent, moi ou n'importe lequel de mes collègues, euh, du coup ils vont se mettre un petit peu à écouter cette personne-là en disant « ha tiens, c'est bizarre, je l'ai rencontré, je savais pas qu'il faisait de la radio, je vais écouter un peu la radio, ha c'est rigolo je l'entends à la radio, je le connais » voilà, après est-ce que ça, ça, ça dure ? Je suis pas sûr, dans certains cas sans doute que oui mais pas forcément, donc euh... parce que ça reste quand même un choix personnel et que c'est pas l'animateur qu'on vient écouter, c'est la musique. Et l'animateur il intervient de temps en temps, dès le moment où on n'a pas choisi Radio Contact parce que c'est pas le style qu'on apprécie, musicalement parlant, c'est pas parce qu'on connaît l'animateur, qu'on va se mettre à écouter et à adorer tout d'un coup le style musical. Donc, euh, voilà.

D- Ok ! Et est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ?

O- Euh, oui, comme... la plupart de mes collègues...

D- Hum, hum, et sur une page peut-être, euh... plus destinée à ton métier ?

O- Oui j'ai, bhe, euh... au début de Facebook etc., euh, j'acceptais les auditeurs, euh, sur mon, mon compte, euh, personnel. Du coup je devais créer des catégories pour ne pas, euh, mélanger ce que je postais, euh, avec ma famille etc., donc ça devenait très compliqué, puis j'ai créé une page, euh, où j'ai

renvoyé tous les auditeurs et comme ça c'est, c'est bien distinct maintenant, j'ai mon compte à moi, euh, pour ceux que je connais, mes proches, ma famille, mes collègues, etc. et puis j'ai une page, euh, une fan page où là j'alimente, euh, avec du contenu lié, euh, à mon activité, que ce soit la radio, les voix off et des choses comme ça, euh... et puis, euh, aussi il y a Twitter, euh, Instagram, euh... etc. qui viennent, euh, qui viennent sur le côté et que j'essaie d'alimenter, alors je... c'est plus ou moins régulièrement, c'est en fonction de, de... l'actualité, là par exemple Instagram j'y étais pas du tout, maintenant j'y suis beaucoup plus. Twitter j'y étais beaucoup pendant un moment là j'y suis quasiment plus et puis voilà, la base ça reste quand même Facebook quoi.

D- Hum, hum, et est-ce que peu, tu peux peut-être me parler du genre de contenu que tu publies, euh, là-dessus ?

O- Bha, ce que les auditeurs aiment bien voir, c'est, euh... c'est... et c'est la tendance actuelle d'ailleurs, globalement pour les animateurs radio, c'est d'essayer de prolonger la connexion avec les auditeurs au-delà de, de l'émission...

D- Hum, hum...

O- Euh, l'émission c'est 6h-10h, bhe peut-être que si on poste un truc avant 6h en disant « coucou, j'arrive à la radio, ça va chez vous ? Bon réveil » et que, une fois que 10h est passée, on poste une photo où on est, en train de déconner ici ou sur un tournage, photo, vidéo, euh... ou, euh, chez soi en train de... de... de préparer quelque chose ou, euh, voilà, ou euh « ma femme m'a offert un cadeau, une tondeuse robot et je vous la présente », voilà. C'est quelque chose qui permet de prolonger le lien qu'on a avec l'auditeur et qui est, qui a, qui ajoute de la valeur finalement à la relation qu'on peut, euh, développer avec les auditeurs, parce qu'il y a forcément une complicité qui s'inst, qui s'installe et qui va au-delà, euh, de l'émission, euh, grâce à ce, ce petit œil que... l'auditeur peut avoir sur, euh, sur notre vie en-dehors de la radio, même si ça reste finalement toujours, euh, du contenu pour la radio et qu'on contrôle finalement toujours ce qu'on met dessus, ou ce qu'on ne met pas, mais, euh, mais je trouve ça sympa parce que ça permet de, voilà, d'avoir des petites réactions des gens qui sont pas forcément liées au contenu de l'émission, mais à ce qu'on peut faire autour, et c'est un peu rigolo quoi. Je suis allé, euh, à une, une exposition, fin à une, à une, oui une expo sur, euh, sur le foot avec mon fils, euh, il y a quelques jours et bhe, voilà, je partage ça sur les réseaux sociaux, du coup il y a d'autres personnes qui me disent « ha je suis allé aussi », « ha ça a l'air pas mal », etc. et ça crée quelque part une petite communauté autour de ce micro-événement qui va concerner quelque centaines de personnes qui vont réagir sur, euh, sur cette photo et, et voilà, puis on passe à autre chose quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, lorsque tu apparais dans une campagne de communication justement pour Radio Contact, est-ce que dans ce cadre-là tu penses avoir un rôle d'influenceur ?

O- Bha, la campagne en elle-même essaie de convaincre les auditeurs que c'est, c'est la meilleure radio donc, euh, (sourire) donc forcément. Après, euh, quand on va, euh, euh, faire une action, euh... on a fait une action avec Ikea, par exemple, on a fait le plus grand petit déjeuner avec Ikea, où moi j'avais suggéré que dans le spot on parle en suédois, en vrai suédois parce que, du coup ça faisait un clin d'œil à Ikea, et voilà, euh, c'est un ensemble, c'est, voilà les deux personnages du Good Morning, Maria et Olivier, c'est, euh, le partenaire qui est là avec nous, c'est l'idée de l'évènement qui est sympa et puis c'est le petit clin d'œil dans le spot qui va faire que, le global va influencer, je pense, positivement, euh, le, le, l'avis des auditeurs, les auditeurs, et, euh, et renforcer le, la marque, le côté sympathique, la marque Radio Contact, celle d'Ikea en l'occurrence aussi parce que ça fait partie d'un tout, et, euh, et créer quelque chose de positif. Donc, je peux pas moi, seul, dans une campagne dont je ne suis pas maître, euh, avoir un rôle de, de... d'influenceur mais je pense que ça fait partie d'un tout. À partir du moment où la campagne est bien conçue et on est, euh, tous les deux, Maria et moi, euh, à fond dans le projet, bha effectivement, euh, ça peut, ça peut être positif, quoi.

D- Ok ! Et tu parlais tout à l'heure justement de, d'ambassadeur. Est-ce que tu connais le terme ambassadeur d'entreprise et comment tu définirais justement un ambassadeur d'entreprise ?

O- Oui alors, un ambassadeur d'entreprise je dirais que c'est, euh, c'est quelqu'un qui, euh, qui porte les, les, les valeurs, euh, et l'image de l'entreprise, euh, dans, dans son quotidien, c'est-à-dire, euh, au-delà des frontières de l'entreprise, que ce soit, euh, le cercle familial, les amis, les, les, les voisins, euh, d'autres centres d'intérêt comme, euh, les clubs sportifs etc., euh, et à fortiori, quand on est, euh, une figure, euh, une figure qui est médiatisée, euh, on va, euh, forcément avoir un, un regard un petit peu plus appuyé sur, euh, sur cette personne puisque c'est quelqu'un qui est directement lié de par son image à une société et donc dans, dans le comportement qu'on peut avoir, euh, au quotidien, il faut toujours essayer de, bha on en parlait tout à l'heure, de véhiculer des messages positifs par rapport à l'entreprise.

D- Oui, et, euh, est-ce que tu te sens comme un ambassadeur pour Radio Contact ?

O- Absolument oui.

D- Hum, hum... Et, euh, est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

O- Non, je pense pas... comme, une, euh, une personnalité peut-être, euh, voilà, une personnalité, euh, médiatisée mais pas comme une célébrité parce que, on n'est pas en France et pas aux États-Unis, une célébrité pour moi c'est Lady Gaga, on n'a pas le même nombre de fan sur fa, sur Instagram (rires) ! Non, célébrité certainement pas, personnalité oui.

D- Ok, et, euh, pour terminer une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur le sujet, quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

O- Euh, non, là je, je vois pas bien, on a bien fait le tour je pense.

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

O- Avec plaisir !

D- D'avoir répondu à mes questions !

ANNEXE 12. INTERVIEW DE GAËTAN BARTOSZ

D- Voilà donc d'abord est-ce que tu peux peut-être te présenter en quelques mots ?

G- Donc voilà Gaëtan Bartosz, je suis animateur sur Radio Contact depuis, euh, depuis 7 ans, je fais d'autres activités en parallèle, toujours liées à la radio. Et donc voilà...

D- Ok ! Et donc est-ce que tu peux peut-être me parler de ton parcours scolaire et de tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

G- Alors parcours scolaire, c'est un peu bizarre parce que j'ai fait, euh, des études hôtelières donc, euh, voilà ! Pendant, pendant 6 ans, donc, euh, en secondaire, donc des études techniques, et puis juste derrière j'ai, j'ai fait des études de comm à l'ISFSC en trois ans et, euh, et mon parcours professionnel, bha en gros j'ai... commencé à l'âge de 13 ans la radio. J'ai été, euh, dans des radios locales, puis je suis passé en régional, puis je suis passé en national. En national j'ai été sur Fun Radio pendant 3 ans, puis ça fait 7 ans maintenant que je suis, euh, que je suis sur Radio Contact, donc ça fait en tout 15 ans de radio donc c'est quand même pas mal (rires) ! Et puis en parallèle j'ai fait un peu de télé aussi, Télé Bruxelles, Liberty TV, et j'ai terminé par, euh, Star TV, qui est une chaîne people où, où j'ai bossé pendant 5 ans, et, euh, et donc en parallèle après je suis prof, euh, je fais des formations de journalisme et de... de radio, à l'EFP à Bruxelles, et puis, euh, je fais beaucoup d'événementiel, des voix-off, de la production, et puis de la radio évidemment sur Radio Contact !

D- Ok ! Et, euh... quel est ton statut ici au sein de l'entreprise ?

G- Moi je suis indépendant.

D- Ha oui !

G- Voilà, je suis indépendant, je facture pour chaque client mes heures, voilà !

D- Ok, ça va ! Et est-ce que tu peux me décrire un petit peu en quoi ça consiste la fonction d'animateur ?

G- Alors animateur radio donc on a, moi j'ai une émission qui est le 10-13 où, bhe moi j'anime une émission plutôt musicale, avec un peu de contenu people, avec, euh, un peu d'actu, avec euh, de l'info trafic, des concours... Et donc moi mon rôle donc c'est de réaliser l'émission de A à Z donc je suis réalisateur en même temps donc je, je mixe mes morceaux, je, je place des jingles, je fais en sorte que ce soit harmonieux à l'antenne. La musique c'est pas moi qui la choisis, c'est un programmeur musical, et puis j'anime cette tranche, euh... voilà, je donne de la bonne humeur aux gens tous les jours !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Radio Contact ?

G- Ha oui, oui, oui, évidemment, évidemment, surtout chez, moi je trouve que chez Radio Contact l'identité de la marque est très forte.

D- Hum, hum...

G- Euh... l'identité de Radio Contact c'est une, euh, radio proche du public. Donc fatalement, on, fin moi je trouve que je m'identifie plus ou moins pas mal à la marque, c'est-à-dire que la m... c'est, je pense que la marque colle bien avec moi, c'est surtout ça, et donc voilà. Le tout pour un animateur radio c'est de trouver effectivement la radio qui colle à la personnalité de l'animateur aussi, pour ça que je pense ça fait 7 ans qu'on, qu'on travaille ensemble.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce tu es fier toi de travailler pour Radio Contact ?

G- Ha évidemment, évidemment moi c'est, c'est une radio qui me correspond tellement que... que je la porte tous les jours !

D- Hum, hum...

G- Je la porte, euh, dans mes activités au parallèle, en parallèle, euh, je la porte sur les réseaux sociaux, je fais pas mal de marketing sur les réseaux sociaux etc., euh, qui sont très, fin les réseaux sociaux sont, explosent en ce moment et donc voilà c'est très important d'y être. Donc oui, oui, oui, super fier d'être sur une radio comme ça, en plus il y a une super belle ambiance, il y a une belle équipe, il y a une belle, euh, c'est, c'est un, c'est un chouette ADN Radio Contact, radio proche du public, radio familiale, radio qui correspond aussi bien aux plus jeunes qu'aux... un peu plus âgés, donc, euh, donc vraiment on ratisse large et c'est ça qui est plutôt sympa !

D- Ok ! Et, est-ce que tu penses que la marque Radio Contact met en avant ta fonction d'animateur ?

G- Oui ! Oui, chez Radio Contact je trouve que, de plus en plus, en fait, euh... Radio Contact a... met très, fin, fort en avant ses animateurs, dans les actions qu'on fait, on fait des opérations antenne, par exemple là on va aller, euh, on va aller, euh, vendre des pansements pour la Croix Rouge, c'est la quinzaine de la Croix Rouge, on s'associe nous à une œuvre caritative, là évidemment les animateurs sont mis en avant, « venez retrouver vos animateurs dans les différentes villes », etc., etc., donc oui, oui, oui Radio Contact et... je pense que, on est, on est des vrais ambassadeurs de, de Radio Contact, au quotidien, donc aussi bien sur le terrain pour faire le lien avec les auditeurs, euh, on va beaucoup les, les, les rencontrer tout au long de l'année, donc, euh, donc pas, par ce fait-là fatalement les animateurs sont fort mis en avant, et, euh... et c'est, ça a pas toujours été le cas et c'est pas toujours le cas dans les radios, de manière générale. Parfois, c'est, c'est, c'est, c'est plus la musique ou, ou d'autres choses ou des concours qui sont mis plus en avant que les animateurs et là je trouve qu'il y a un bel équilibre sur Radio Contact, euh... je trouve que Radio Contact nous le rend bien, tout simplement, c'est cool !

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Radio Contact ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

G- Moi l'ex, non, je pense pas, c'est pas Radio Contact qui va me motiver, moi c'est la passion qui me motive avant tout, je suis tellement amoureux de ce métier, je, alors j'adore Radio Contact évidemment et je, je suis très fier d'y être, mais c'est pas pour ça que je fais de la radio, c'est pas pour être sur Radio Contact. Je fais de la radio parce que j'aime ça, parce que c'est une passion, parce que j'aime les gens, parce que j'aime communiquer, j'aime rencontrer les auditeurs, j'aime, euh, voilà ! C'est, c'est, c'est, voilà, c'est tout ça qui me plaît, euh... je pense que... voilà, c'est pas Radio Contact qui me motive, maintenant le fait d'être sur la radio numéro 1 en Belgique, de... travailler, euh, dans ce si, dans le système de Radio Contact, dans ce côté, euh... dans ce côté proche des gens, oui c'est clair, ça rajoute une motivation supplémentaire !

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

G- Est-ce que moi je suis reconnaissant ?

D- Oui !

G- Bha à Radio Contact, oui, effectivement, oui, c'est sûr, parce que... euh... mais tout dépend de l'ambiance de nouveau qui règne au sein d'une radio. Alors, euh, moi je suis reconnaissant parce que, parce que mes boss sont justes, parce qu'ils sont biens, parce que c'est des bons coaches, euh... parce que... parce qu'il y a une belle ambiance donc fatalement, tout ça va de pair. Si ça n'allait pas avec les boss, et si les boss étaient difficiles, si les boss étaient pas des bons managers, bha je pense que j'aurais moins ce sentiment d'appartenance. Là on a vraiment, c'est une... Radio Contact je, j'ai l'impression que c'est une grande famille, c'est une grande communauté et... les auditeurs en font, euh, vraiment beaucoup partie, euh, comme je dis on va sur le terrain les rencontrer, mais, euh, mais on leur écrit tous les jours sur Facebook, on répond à chacun sur Facebook, on essaie vraiment d'être très accessible, c'est notre rôle avant tout, c'est notre métier, et donc, euh, donc voilà, c'est ça que j'aime chez Radio Contact !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu es... briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Radio Contact, notamment dans les campagnes de communication ?

G- Évidemment, évidemment, on a, on a... on a, un book antenne, comme ça s'appelle, alors il y a, il y a deux choses, il y a, il y a l'image hors antenne, et puis il y a l'image à l'antenne. Alors on a, on a un book antenne sur l'image à l'antenne, qui nous briefe sur le ton à adopter, sur, euh, sur la direction vers laquelle on devrait plutôt aller, c'est une radio Feel Good, une radio de bonne humeur donc il est hors de question qu'on parle d'infos négatives, en tout cas... dans, dans notre partie d'animation, je, je parle pas de la rédaction mais là je parle vraiment de l'animation radio, donc on essaie d'éviter de parler de tout ce qui est négatif, on essaie de donner un maximum de smile aux gens, il fait beau, il fait moche

dehors, bhe on va essayer de... les faire sourire autrement, on va essayer de les motiver avec de la musique peut-être plus soleil, euh, on va, on va... on va les motiver avec nos discours, donc oui, ça c'est, ça c'est le premier briefing qu'on a, on a un book antenne, une bible comme on appelle ça, une charte si l'on veut, avec, euh, toutes les références, et tout ce qu'on doit faire ou ne pas faire, ça c'est la première chose et puis hors antenne, il y a une vraie philosophie chez Radio Contact, il y a... euh... je pense que tous les animateurs sont assez simples, on est très accessibles, et ça c'est, ça c'est super important pour une radio comme, euh, comme Radio Contact. On est, on, je pense qu'on est pas numéro 1 pour rien c'est parce qu'il y a, il y a, c'est un tout qui fait que la radio est bien aimée par les gens, et donc fatalement nous, en dehors de la radio, on doit se comporter d'une certaine manière, on doit suivre les codes de la radio et on suit évidemment tout ce que la comm nous, nous impose et nous dit, et nous, nous suggère. On a, on a notre mot à dire aussi et on est une équipe donc, euh, donc voilà. Donc moi je pense qu'on travaille main dans la main, pour, pour que, pour que l'image de Radio Contact soit reflétée à l'extérieur aussi.

D- Hum, hum, ok ! Et, est-ce que tu as, justement des contraintes dans ton rôle d'animateur par exemple des choses à ne pas dire ?

G- Oui, oui effectivement, les infos négatives on les balaie parce que bhe c'est pas la philosophie de la radio, euh... oui, il y a, il y a, il y a, il y a... euh, faut pas, alors c'est, c'est très compliqué parce que sur Contact, on a, on ratisse un public assez large donc, il faut pas être trop jeun's, faut pas être, euh... faut pas avoir un vocabulaire trop jeune parce que sinon on exclut les, les plus vieux, les plus âgés, quand je parle des plus vieux, c'est les 35-40 ans, mais si on parle trop vieux et si on parle trop, trop ringard, on va dire entre guillemets, ha bhe là on exclut les plus jeunes, donc c'est un équilibre, une harmonie à trouver dans son discours pour justement essayer de brasser un maximum de gens et essayer de... de parler à un maximum de gens en Belgique, aux familles, aux plus jeunes, aux plus vieux, euh, aux ménagères, aux actifs, aux, fin, voilà ! Donc on essaie d'être le plus large possible dans notre discours.

D- Hum, hum... ok ! Et, est-ce que ton entourage va te demander ton avis s'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

G- Mon entourage, oui fatalement, euh, mais moi je leur dis toujours que la meilleure c'est Radio Contact (sourire), euh, parce que voilà de nouveau, je suis, je suis, je suis, je suis quelqu'un qui, euh, que ce soit vis-à-vis de mes partenaires avec qui je travaille, parce que je travaille avec pas mal de marques au, au quotidien, euh, que ce soient les gens avec qui je bosse au, au... en termes de, de, de contrat de travail, moi je suis très fidèle donc, euh, fatalement je vais prêcher pour ma chapelle, donc, euh, oui mais je pense que tous mes proches écoutent Radio Contact parce que j'y suis et, et, et que voilà. Ils ont pas intérêt à écouter autre chose sinon je les tue (sourire) ! Euh... mais, déjà quand ma copine écoute une autre radio dans la voiture là, ça, ça, ça, ça chauffe (rires) ! Euh, mais non, non, c'est

sûr que... on, on est vecteurs aussi auprès de nos proches, de... euh, de, de la marque qu'on... qu'on, avec laquelle on travaille quoi !

D- Hum, hum, et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ? Peut-être de les influencer d'une certaine manière ?

G- Évidemment, mouais, évidemment on est des ambassadeurs donc euh, euh, je vais dire, euh, ce weekend, je vais animer un Festival, l'Inc'Rock à Incourt, qui est un beau gros festival, bhe là je... j'y vais sur ma, avec ma casquette Radio Contact...

D- Ouais...

G- Donc là c'est clair que je suis un ambassadeur, je vends la marque, j'incite les gens à m'écouter mais ce que je fais aussi l'été c'est que, indépendamment de Radio Contact, je vais animer plein de festivals, j'ai une cinquantaine de dates sur l'été donc je, je fais le tour des festivals, je suis MC donc j'accompagne le DJ au micro, c'est un exercice assez particulier et là aussi, je vends ma marque Radio Contact, parce que c'est, c'est bon pour la radio mais c'est bon pour moi aussi que les gens m'écoutent, ha bha mieux c'est pour la radio, et mieux c'est pour moi aussi. Donc fatalement, je vais essayer de faire de la comm et de la pub, en dehors de mes activités Radio Contact, sur Facebook, les réseaux sociaux, mais aussi sur scène, en allant voir les gens indépendamment de la radio et ça c'est super important et on fait tous notre petite popote, David va voir ses auditeurs d'une manière ou d'une autre, moi je vais voir les miens d'une manière ou d'une autre. Et c'est ce qui fait la force, c'est que, au-delà de notre boulot antenne, on est très investis en dehors et je pense, c'est aussi pour ça que la radio marche, c'est parce qu'on est tellement passionnés par cette chaîne et par cette marque qu'on a envie qu'elle avance et on a envie d'avancer avec elle.

D- Mouais... ok ! Et, euh... bhe ma question suivante c'était est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux mais t'as l'air d'y être...

G- Ho oui, oui, oui les réseaux sociaux c'est un, c'est un, on ne peut pas nier les réseaux sociaux à l'heure actuelle, en 2017 c'est pas possible, donc il y a Instagram, il y a Facebook, il y a Snapchat, et puis il y a, il y a Twitter qui marche de moins en moins donc je dois dire que Twitter j'utilise, euh, de moins en moins à part peut-être pour de l'info, de la news, ou, ou, ou des trucs bien précis mais, euh, et Facebook, euh, à fond et Instagram très fort aussi !

D- Hum, hum, et tu peux peut-être m'expliquer un petit peu quel genre de contenu, euh, t'y publies ?

G- Alors moi j'ai, j'ai plusieurs contenus, alors j'ai des, des, des, des, des contenus, euh... de marques avec qui je travaille...

D- Hum, hum...

G- Donc, euh, donc voilà c'est des deals que j'ai avec des marques pour, euh, pour en fait un petit peu la p, la promotion, la publicité donc on est tous des ambassadeurs quelque part de différentes marques. On utilise tous ce créneau-là que ce soient les gens de télé-réalité, mais que ce soient aussi les animateurs, les chanteurs, les comédiens, on a tous, tous nos deals publicitaires, ça paie, c'est une partie marketing de notre activité, après il faut le faire correctement, c'est-à-dire qu'il y a tout un marketing derrière, il y a toute une mise en place, il y a une stratégie à développer, à présenter à la marque donc c'est un vrai boulot, alors au-delà de ça, je poste aussi du, du contenu quotidien pour, euh, les auditeurs donc, euh, eux, je leur poste des parties de ma vie, je vais partir en vacances, je vais leur poster des photos de vacances, je suis sur scène, je vais leur poster des photos de scène, je suis, euh... je passe un weekend quelque part, je, je, je, je mange mon sandwich, je, je suis en voiture, je, j'essaie de partager ma vie au quotidien parce que les gens sont de plus en plus curieux et ont envie de plus en plus de suivre le quotidien des gens qu'ils aiment bien donc j'essaie d'aller dans cette mouvance-là. Euh... au-delà de ça, je poste des contenus aussi qui m'intéressent, euh, j'aime poster des vidéos qui m'ont fait rire, euh, des, des programmes télé qui m'ont marqué, euh, des commentaires, euh... un resto que j'ai été, euh, j'ai été visiter, euh, donc c'est, c'est vraiment euh, moi j'utilise ça pour, pour un peu de tout et faut pas que ce soit, c'est, faut pas que ce soit que un outil publicitaire parce qu'à ce moment-là, si Facebook devient qu'un outil publicitaire, le, le, l'audience de Facebook ne, ne s'intéresse plus à ta page et se désabonne et... et ne la suit plus donc le but c'est pas de faire de la publicité tout le temps, le but c'est, avant tout d'être en... en contact avec des auditeurs, et leur partager ma journée au quotidien, et puis de temps en temps j'y glisse, euh, une ou deux promos...

D- Ok ! Et, euh... lorsque tu apparais dans une campagne de communication justement pour Radio Contact, est-ce que dans ce cadre-là tu as l'impression d'avoir un rôle d'influenceur ?

G- Oui parce qu'on est des images, en fait, il y a Radio Contact, la marque, qui va parler aux gens évidemment mais... les gens préfèrent mettre une tête sur les marques...

D- Ouais...

G- Ou des têtes, donc fatalement, la communication chez Radio Contact, pourquoi on la fait pas juste avec le dauphin, bhe c'est parce que ça aurait moins d'impact, je pense que les, les gens ont besoin de voir leurs animateurs préférés, ils ont besoin de voir David, ils ont besoin de voir Maria Del Rio, Olivier, ils ont besoin de voir, euh, je sais pas moi, fin, les animateurs qu'ils aiment. Et donc fatalement on nous utilise pour porter cette marque. La marque est déjà forte mais il y a besoin de bras pour la porter et je pense que les, les petits bras pour porter la marque c'est les animateurs.

D- Ouais, ok, et euh... est-ce que tu connais le terme, fin tu l'as déjà évoqué, le terme ambassadeur d'entreprise et comment tu définirais un petit peu un ambassadeur d'entreprise ?

G- Un ambassadeur c'est s'imprégner des, de la philosophie de la marque, la véhiculer au quotidien, euh... faire attention en dehors de son boulot aussi parce que, bon, bhe un personnage entre guillemets public, hein, on reste en Belgique mais un personnage public, je pense que, à partir de, il doit, il doit bien se comporter en dehors du boulot aussi pour, pour être un bon... un, une, une bonne image pour la marque...

D- Mouais...

G- Euh, ambassadeur, c'est, euh, c'est aussi, euh, être actif, être actif au maximum, euh... pour la marque, pour laquelle on représente, alors, euh, et surtout quand on, quand on, quand c'est notre boulot principal, Radio Contact voilà c'est, je considère que c'est mon boulot principal, je suis avant tout animateur pour Radio Contact, avant d'être ambassadeur pour d'autres marques, je suis ambassadeur pour une marque comme Suzuki où je, je, je suis ambassadeur pour leur voiture, je suis ambassadeur pour une marque de vêtements mais, avant tout, je suis ambassadeur et animateur sur Radio Contact et donc, fatalement, euh, Radio Contact passera au-delà de tout, et, et, et, et je vais en parler partout, sur scène, n'importe où, fin c'est, on vit, on, je pense qu'on, on, qu'on se réveille Radio Contact, on mange Radio Contact, on se couche Radio Contact, on est Radio Contact !

D- Ok !

G- Après c'est, c'est, je pense c'est le cas dans, dans, dans beaucoup de domaines, je pense qu'un joueur de foot qui est, euh, dans une équipe de foot bha allez il va représenter cette équipe de foot à fond, euh... une égérie pour une grande marque Chanel, ou je sais pas, Dior, Marion Cotillard, va représenter sa marque au quotidien, voilà, c'est, c'est un peu ça leur rôle, notre rôle quand on travaille pour, euh, pour une marque comme ça. Et en plus c'est une marque forte, c'est une famille et on le ressent réellement donc on ne peut qu'être des bons ambassadeurs.

D- Hum, hum. Ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges justement te considèrent comme une célébrité ?

G- Mouais, non, euh, fin, pff, c'est un peu difficile à définir, fin moi je, je sais pas le dire ça, euh... en tout cas moi je me considère pas du tout comme, pour moi c'est un métier comme plombier, comme électricien, comme serveur, comme, euh, voilà. Donc moi je me considère pas du tout comme, je pense que les gens le considèrent peut-être un tout petit peu, ho et je sais pas si c'est célébrité, je pense que le mot le plus adéquat c'est personnage public, c'est, euh... bha c'est quelqu'un qui les accompagne dans leur quotidien, quelqu'un d'un tout petit peu connu, et, comme je dis hein, pff, c'est, c'est très relatif parce qu'en Belgique finalement, euh, euh... je pense qu'on est vite, euh, une célébrité et, euh, finalement, euh, pour moi une célébrité c'est, euh, c'est célébrité mondiale, c'est, euh, Céline Dion, c'est, euh... c'est, c'est, c'est, je sais pas mais bon allez, les, les grands chanteurs, etc.. Nous je pense qu'on est juste des... des petits maillons et des, des petites starlettes on va dire ou des petits, des petites

célébrités belges, euh... mais je pense qu'on est avant tout les... les, les, les potes du quotidien des gens, je pense que voilà, on accompagne le quotidien des gens donc fatalement ils nous aiment bien ou ils nous aiment pas, hein ça dépend, euh... mais, euh, mais voilà, on fait partie de la vie des gens et donc fatalement bhe les gens nous reconnaissent un tout petit peu, mais célébrité je trouve ça, euh, fin je sais pas. Moi je suis toujours sidéré de parler de ça, parce que je, j'arrive pas à le définir, je m'en rends jamais compte quand on me demande une photo ou un autographe, qu'on me demande de, de, qu'on m'envoie des déclarations d'amour sur les réseaux sociaux, j'arrive pas du tout, du tout à réaliser quoi ! Mais du tout ! Je me dis « pfff, c'est bizarre quand même ! », et puis, et puis voilà (rires).

D- Ok ! Et, euh, une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur le sujet, donc quelque chose qu'on n'aurait pas évoqué mais que tu...

G- Euh... sur le rôle d'ambassadeur et sur le rôle, euh, de notre, de notre... de, fin, de notre, euh, puissance de communication ? Euh... bhe je pense que déjà aussi, euh, ce que j'ai oublié peut-être de te dire, c'est que Radio Contact, ce qui est bien chez Radio Contact c'est qu'on nous laisse avoir notre personnalité, malgré qu'on nous impose certaines règles, ce qui est normal, on nous laisse être nous-mêmes à l'antenne.

D- Ouais...

G- David est lui-même, je suis moi-même, Maria est elle-même, Olivier aussi, Justin... on a tous une voix différente, une personnalité différente, un vécu différent, une humeur différente, et donc, ce qui est bien chez Radio Contact c'est que il y a un beau brassage de tout ça, donc il y a un beau brassage de personnalités, le casting est assez bien fait je trouve, mais en plus de ça on nous laisse vraiment être nous-mêmes et respirer comme on veut respirer.

D- Hum, hum...

G- Et ça je pense que c'est la plus grande force de Radio Contact, c'est de pas, de pas formater ses animateurs, et de pas faire du faux.

D- Ouais...

G- Je pense que tout ce qui est dit à l'antenne, le, les personnes qu'on est à l'antenne, on l'est réellement dans la vie aussi. Et donc, et je pense que les gens ressentent, les gens ressentent quand on triche, et ça c'est super important. Déjà si on veut avoir des ambassadeurs, si on veut avoir des gens vecteurs de communication, alors il faut les laisser, euh, bruts.

D- Hum, hum...

G- Ou alors faut pas les prendre, et donc là, là c'est ce que Contact fait et je trouve que c'est un des plus gros atouts de Contact. Euh... et je pense c'est ce qui plaît aussi, des gens sentent que c'est, c'est, c'est vrai, c'est pas, c'est pas, c'est pas du... du, du, du prémâché ou du, du faux, quoi, voilà !

D- Hum, hum, ok !

G- Ça va ?

D- Bhe merci beaucoup d'avoir répondu aux questions !

G- Avec plaisir, avec grand plaisir !

ANNEXE 13. INTERVIEW DE JUSTIN DOUILLIEZ

D- Voilà, alors pour commencer est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ?

J- Alors moi je m'appelle Justin Douilliez, je... suis... euh, responsable de la production en fait au sein de Radio Contact, donc en plus de mon rôle d'animateur sur Radio Contact, je dirige une équipe de production. Et donc, on... fait le design sonore de toute la marque et puis, euh... à l'antenne, euh... voilà, les gens me retrouvent de 13h à 16h, euh... pour une émission musicale en fait hein, donc d'accompagnement, voilà !

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et peut-être tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

J- Oui, bha alors moi j'ai été très, très, très tôt attiré par la radio, euh... parce que, euh... je trouve que... c'est, euh... mouais, c'est une façon, euh, la, la radio est omniprésente et puis, euh, euh... je pense que les gens sont attachés à ce média-là parce que... voilà, c'est un média qu'ils peuvent écouter à plusieurs endroits, euh, en prenant leur douche, euh, en sautant dans la voiture ou... voilà dans la maison s'ils ont la chance d'être en congé, ou... pendant le weekend donc ça c'est évidemment très sympa et, euh, donc, euh, bhe des études, euh... des études dans le son, hein, euh... ça c'est ce qui... euh, voilà c'est ce que j'ai fait, dans le multimédia et dans le son. Et puis à côté de ça, parallèlement, je, j'ai toujours fait de la radio, alors d'abord sur internet quand j'avais, quand j'étais adolescent où j'avais une, euh, web-radio avec des amis et, euh, voilà donc j'avais du matériel à la maison, euh, on faisait des émissions live déjà à l'époque. Et puis bon, bhe ça... évidemment ça ma passion s'est poursuivie sur... d'autres médias plus traditionnels, on va dire ça comme ça, des radios locales, puis des radios régionales, puis j'ai travaillé, euh... pour, euh, pour la marque NRJ, euh... où, euh, j'étais animateur et puis responsable de production, euh... et après bon bhe, voilà je suis venu chez, euh, chez, euh, chez RTL donc travailler pour Radio Contact, voilà !

D- Ok ! Et, euh, quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, tu es employé... ?

J- Ha... moi je suis employé ouais, tout à fait, donc euh, ça c'est... ce qui a de... de, de formidable dans, dans ma fonction, c'est que je peux à la fois faire de l'antenne si tu veux et à côté de ça je peux, euh, produire et donc, euh, voilà, euh... alimenter la marque, euh, d'une autre, euh, d'une autre façon. Donc voilà, c'est pour ça que j'ai ce statut-là parce que c'est vrai que la majorité des animateurs bon bhe

viennent prester leurs heures et puis bon bhe ils terminent leur émission, moi j'ai deux casquettes en fait si tu veux.

D- Ouais, ok ! Et tu peux me décrire un petit peu peut-être plus précisément en quoi consiste ta fonction d'animateur radio ?

J- Alors animateur radio bhe c'est de, évidemment un, un... un job qui, euh, qui me permet de, voilà, de... de faire vivre la marque, euh, tout au long de l'après-midi en ce qui me concerne, hein, ce sont des tranches de 3 ou 4h, moi je suis un animateur de flux, c'est-à-dire que, on met en avant évidemment le programme et la musique. Les gens sont là pour entendre de la musique donc on va les accompagner, euh... en donnant plein de chouettes infos sur, euh, des prochains concerts Radio Contact, sur, euh, l'actualité des différents artistes qu'on diffuse. On va évidemment bha présenter les nouveautés et puis on a aussi plein, voilà, plein d'actions qui sont, euh, organisées et des concours donc, euh, on va offrir des cadeaux à des auditeurs, on va les inviter à des concerts, etc. et donc il faut évidemment présenter tout ça, euh... et mettre, euh, en avant, euh, voilà, le, la Feel Good attitude en tout cas qui est vraiment l'ADN, euh, de, de la marque donc, euh, donc voilà c'est ça c'est, c'est très chouette comme exercice puisque dans, dans une radio musicale bhe la star c'est la musique et donc, euh, sur cette tranche-là, euh, particulièrement, euh, il faut pouvoir, euh, aller à l'essentiel, euh, tout en, euh, euh, donnant quand même, euh, des infos aux gens... Il faut qu'on soit une valeur ajoutée entre guillemets donc on, on le glisse dans nos speaks qui sont relativement courts, euh, mais c'est ça qui est intéressant, euh, qui fait que la, l'exercice est intéressant c'est qu'on arrive à, à faire passer, voilà de l'information, des infos sympas en très peu de temps, euh, que tout ça est très, doit être bien amené, réfléchi pour, euh, pouvoir retomber sur nos pattes et pour pouvoir, euh, voilà créer du lien aussi entre un artiste qu'on va annoncer donc, euh, voilà donc ça c'est, c'est chouette et puis c'est une façon aussi de, de se tenir informé de, de ce que font les artistes et quand on est, je pense, un animateur radio, on est aussi passionné musique, c'est l'occasion de, voilà, de pouvoir allier tout ça et de, voilà, de vivre de sa passion donc c'est très chouette, c'est sûr !

D- Ok ! Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Radio Contact ?

J- Euh... oui, c'est vrai que... c'est, c'est agréable parce qu'on, on a plusieurs fois par an, on a les sorties, c'est-à-dire qu'on est amenés à faire des, des émissions depuis, euh, voilà, depuis, là on l'a fait récemment pour la Croix Rouge depuis Ville 2 à Charleroi, on le fait aussi puisqu'on s'associe aux Restos du Cœur, on a des pop-up stores Radio Contact qui sont situés un peu partout en Belgique et donc là on fait une émission depuis, euh, depuis ces pop-up stores, euh... donc, euh, donc c'est chouette quand va à la rencontre des gens, les gens passent, euh, euh... ont toujours un mot, euh, super sympa, euh, pour nous et donc, euh, ouais non c'est, c'est vraiment très chouette, effectivement bhe là on prend conscience que, que bhe voilà derrière la radio il y a plein, plein de monde qui nous écoute et donc, euh, c'est très chouette, ouais bien sûr...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que toi de ton côté tu t'identifies à la marque Radio Contact ?

J- Oui parce que... je pense que... bha je suis dans le cœur de cible, hein, euh, donc, euh, voilà beaucoup de, de gens autour de moi écoutent cette radio c'est, bon, la radio référente hein, puisqu'on est, on est premier en Belgique francophone et donc, euh, oui, je pense, je pense que c'est pleinement ça moi j'adore, j'adore la musique donc je m'y retrouve. Il y a cet, cet esprit Feel Good, euh, puis même entre les animateurs, ça reste, euh, voilà, on s'apprécie vraiment les uns les autres on se, euh, on se voit en dehors de la radio, euh, on fait des activités donc c'est vrai que c'est, c'est chouette donc, euh, oui une bonne ambiance et c'est, c'est cool !

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour Radio Contact ?

J- Bhe oui, hein ! Puisque c'est, c'est évidemment une marque qui est très forte, euh, qui est très présente, voilà pour, euh, bon évidemment moi je, je, je suis belge, donc je connais cette marque depuis que je suis vraiment, euh, tout gamin et c'est vrai que c'est une radio qui, euh, a, est écoutée par énormément de monde et de, depuis toujours donc c'est une marque très, très forte, donc, euh, c'est vrai qu'un jour quand j'étais, euh, quand j'étais plus jeune, je me suis dit « ha j'aimerais bien travailler pour cette marque-là » et donc tu vois qu'aujourd'hui, euh, euh... le rêve est devenu réalité entre guillemets donc évidemment c'est, euh, c'est très chouette ouais, hum...

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que Radio Contact met en avant ta fonction d'animateur ?

J- Alors, euh, je pense que... dans une, euh, dans une radio c'est tout à fait logique qui plus est dans une radio musicale, il y a des tranches qui sont plus exposées que d'autres, hein, en l'occurrence, euh, celle du matin qui est vraiment une, euh, une tranche horaire essentielle et hy, hy, hyper importante puisque c'est ce qui va, si tu veux, tirer le reste de la grille donc si ta matinale fonctionne pas bien, bha c'est un problème donc, euh, donc c'est important évidemment d'avoir des émissions, euh, référentes et très fortes que sont le Good Morning avec Maria et Oliver et puis David entre 16h et 20h, donc eux si tu veux c'est un peu les, les animateurs piliers, euh, ceux que les gens, euh, connaissent, euh, souvent le, le plus puisque, euh... il y a... au-delà de diffuser de la musique, il y a vraiment un accompagnement, il y a du divertissement etc., donc c'est sûr que bhe moi je suis moins exposé que ces animateur-là mais, mais, mais personnellement ça me va très bien, euh, moi ce qui, ce qui m'éclate c'est de vraiment, euh, pouvoir parler de la musique, d'accompagner les gens etc. donc les, la fonction est pas tout à fait la même, je pense, mais, euh... donc oui bha la, la, la, la marque, euh... fin je vais dire, euh, on est présents dans les spots, euh, dans les délocs on y va, euh, l'année dernière j'avais fait une déloc si tu veux, euh, pour le Ronquières Festival, donc c'est très chouette parce que j'avais pu, euh, euh... faire pli, plein d'interviews d'artistes, euh, donc, euh, donc, voilà donc, euh, oui, non, non, c'est, je pense oui. Après c'est tout à fait légitime et normal que, euh, des animateurs qui ont des tranches horaires, euh, plus stratégiques, euh, soient plus exposés hein, c'est tout à fait, euh, c'est tout à fait normal.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Radio Contact ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

J- Bhe disons que comme on a... on est leaders si tu veux, ça nous, euh... oblige, et c'est très bien comme ça, à... se remettre en question bha sans cesse et à garder justement cette, euh, cette place, euh, number one entre guillemet et donc, euh, ça nous amène à, à souvent nous remettre en, en question, euh, je pense que c'est, c'est valable pour tous les services, hein évidemment, euh, y compris pour, pour les animateurs, on a des, des écoutes de piges hein, donc, euh, on est amenés avec le directeur d'antenne à réécouter une émission complète, euh, au hasard et donc on analyse, euh, bhe ce qui fonctionne bien, donc voilà et puis ce qui est à améliorer aussi, parce qu'il y a toujours à améliorer, euh... ça c'est parfois « il y a trop de longueur », ou, ou parfois « on peut aller plus à l'essentiel », euh, donc voilà il y a, il y a plein de conseils qui, qui sont donnés par la direction d'antenne et c'est ça qui, euh, voilà est motivant aussi c'est que bon, on a quand même, euh, voilà, euh, un, un retour et c'est ce qui nous fait grandir et avancer et donc c'est ça qui est chouette et motivant oui !

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

J- Oui, fin, je pense que la, la marque, euh... fin et, et surtout les gens qui, euh, qui, qui travaillent pour cette marque sont, euh, oui, sont, sont, voilà, euh, il y a une bonne dynamique et un bon esprit, euh, d'équipe et donc oui on a des retours, des feedbacks qui sont, qui sont agréables et qui sont, euh, euh... oui intéressants et, et qui permettent évidemment de, de pouvoir avancer, de pas s'enfermer dans, dans son boulot et de pouvoir toujours progresser et donc, euh, je pense que, oui, non, ça oui, c'est sûr.

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Radio Contact, notamment, euh, quand tu participes à une campagne de communication ?

J- Bha oui c'est sûr que on est, on est, on nous explique, hein, donc il y a une é, une équipe de comm ici, euh, qui, euh, qui gère cet aspect-là et, euh, effectivement on est, euh, on est briefé mais je pense que ce, ce qu'il y a de chouette c'est que, voilà on garde la personnalité des, des animateurs donc, euh, on ne renie pas du tout ce qu'ils sont, euh, et, euh, et voilà mais après, euh, on nous explique aussi le but de, de la campagne, comment on le fait, euh, et donc oui, oui, ça il y a une bonne, euh, une bonne communication.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu es briefé aussi sur la manière de te comporter, euh, en dehors de Radio Contact, par exemple quand quelqu'un te reconnaît dans la rue... ?

J- Non, ça c'est, je pense plutôt du bon sens, après, euh... c'est vrai que cette radio est magique puisque on est, euh, voilà, fin, les, les gens qui nous croisent, euh, ont toujours plein d'étoiles dans les yeux quand ils parlent de Radio Contact « ouais c'est ma radio, euh, je, je vous écoute tous les jours, c'est super », donc, euh, bhe c'est évidemment très agréable donc, euh, donc, euh, bha on ne peut que prendre

du temps pour les auditeurs qui, euh, viennent, euh, viennent nous voir et nous parler de, de la marque donc, euh, oui non c'est chouette mais pas de briefing particulier hein, je pense que, je pense que on s'éclate tellement à l'antenne que, voilà, fin, quand on croise des gens qui nous parlent de la radio, on, on parle aussi avec la même envie qu'eux en fait, donc, euh, oui non c'est, c'est chouette !

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animateur, par exemple des choses à ne pas dire, ou, euh, ce genre de chose ?

J- Bha je pense que, voilà encore une fois il faut pas oublier que, on s'adresse à... à... plein de gens et que, bon, bhe on a tous évidemment, euh, nos préférences en... termes, euh, bhe de musique par exemple, euh, euh, c'est sûr qu'il y a parfois des, des, des singles qu'on... voilà qu'on apprécie moins ou, euh, même si on aime bien l'artiste, on se dit « bhe tiens là, euh, j'accroche pas vraiment », le but c'est évidemment pas de démonter ce que font les artistes tout en gardant évidemment notre personnalité hein, le but c'est de ne pas, fin, il faut pas se perdre et être lisse mais, mais je pense que voilà, après, il y a, il y a des façons, tout est dans la manière de, d'amener les choses et de... de, de... voilà de, de, de communiquer mais, on n'est pas, euh, on n'est pas du tout bridés, c'est ça qui est très chouette, euh, pour avoir travaillé avant chez NRJ où, euh, où justement bha au niveau des speaks si tu veux, des interventions tout était, euh, cadenassé, c'est-à-dire qu'on pouvait pas parler trop vite, euh, fin on pouvait pas parler pardon trop, trop longtemps, euh, on avait plein de consignes un petit peu contraignantes, euh, par exemple ne pas, euh, annoncer les artistes mais pas les titres par exemple, euh, donc tu sais tout plein de petites règles comme ça qui font qu'au final, bon, bhe ta marge de manœuvre elle est beaucoup plus faible et ici c'est pas le cas, je pense que la volonté de la marque et c'est, c'est ce qui fait aussi le succès, c'est que chacun vient avec sa personnalité, euh, et, et... et donc on est naturels, quoi, on est naturels et, euh, et voilà donc non, pas d'interdictions après c'est sûr c'est du bon sens, hein, euh, il y a des choses qui se disent, d'autres pas et puis il y a une façon d'amener les choses sur tout je pense, qui, euh, qui sont intéressantes. Encore une fois je rappelle que moi je fais du flux, donc, euh, je traite pas d'actualité, fin je parle pas d'actualité, je parle pas de sujets brûlants, euh...

D- Hum, hum...

J- Je fais pas de divertissement non plus donc, euh, je suis pas amené à raconter des blagues ou, euh, ou à faire des vannes donc fatalement quand on parle de la musique on, on prend moins de risques, hein, voilà !

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que ton entourage va te demander ton avis, par exemple lorsqu'ils cherchent une radio à écouter ?

J- Euh... (réflexion), (rires), souvent les gens sont, quand, quand ils n'écoutent pas Radio Contact parce que, voilà, ils préfèrent un autre style de musique, ils sont toujours un petit peu gênés donc ils rigolent. Mais non, ils vont pas me demander mon avis, maintenant ils sont... c'est déjà arrivé où on me

demandait ce que je pensais d'une radio et, euh, et voilà, mais je pense que bon dans chaque média il y a évidemment du positif à aller chercher, donc, euh, puis c'est important aussi de pouvoir écouter la, la concurrence et voir un peu ce qu'ils font, euh, euh, ouais !

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ?

J- Oui bha c'est sûr que, encore une fois on n'est pas, euh, fin, moi je suis pas le plus exposé mais c'est sûr que, oui, euh, fin je pense que, on véhi, on doit véhiculer les, les valeurs de, de la radio mais en, en même temps tout ça se fait de manière naturelle puisque bon, euh, Gaëtan, qui est l'animateur qui me précède si tu veux, euh, est quelqu'un que j'aime beaucoup, euh, que j'apprécie beaucoup donc quand on fait les relais, les passages antennes si tu veux, on déconne, on rigole, comme on le fait hors antenne quand les micros sont coupés, donc, euh, euh, quelque part c'est très, euh, tout ça est très naturel et effectivement pour revenir à ta, à ta question, je pense que oui, on est quelque part, euh, euh, porte-voix de la marque et donc, euh, euh, c'est sûr que bon quand on offre des places, euh, euh, évidemment c'est Radio Contact qui, qui offre les places mais c'est aussi, on prend notre plaisir à, à faire plaisir autour de nous et aux, et aux auditeurs donc, euh, oui, c'est sûr et puis il y a des auditeurs qui nous envoient des messages, euh... et, euh, et donc bhe quelque part oui, ça transite par nous donc oui, bien sûr !

D- Ok ! Et est-ce que tu as d'une certaine manière le sentiment de les influencer ?

J- Ho moi je pense que les, les gens, euh, sont, euh... je pense qu'ils au, nos auditeurs sont assez intelligents pour penser par eux-mêmes, euh, et, et voilà donc j'ai pas l'impression d'influencer les gens mais après, euh, mais après tant mieux si on peut, euh, si on peut, euh, voilà transmettre, euh, la bonne humeur, et, euh, et des chouettes petites infos, euh, je pense que oui les gens sont, sont intéressés par ça, après, je sais pas si j'influence. Je pense pas influencer, je crois que le mot est un peu, un peu fort mais, euh, mais voilà !

D- Ok ! Et est-ce que tu es actif sur les réseaux sociaux ?

J- Alors j'ai une page effectivement sur, euh, les réseaux sociaux après je t'avoue que je ne suis pas le... l'animateur le plus actif, euh... sur, euh, sur les réseaux sociaux. J'ai un compte Twitter aussi, euh... voilà. Après, il y a une page Radio Contact sur laquelle on peut évidemment publier, euh, et, et signer, euh...

D- Hum, hum...

J- Fin se taguer si tu veux, et tout ça est bien géré de sorte à ce que, voilà on poste pas non plus 10 000 choses et que, et que voilà, les informations publiées soient probantes, euh, donc voilà.

D- Ok ! Et tu peux me parler peut-être un petit peu de quel genre de contenu tu publies, euh, sur ta page et la page Radio Contact ?

J- Bha essentiellement musical encore une fois puisque, euh, le, le but c'est de faire partager, alors moi j'aime bien, par exemple tu vois, moi j'aime beaucoup les covers, c'est ce que mon, euh, mon ami Chris qui anime le 20h-minuit fait dans son émission. Donc ça m'est déjà arrivé évidemment de publier des covers d'artistes qui reprennent les morceaux de Timberlake ou des, des grosses stars, euh, qu'on diffuse et puis bon, euh, voilà, l'artiste le refait à sa sauce, euh, soit en piano-voix soit, euh, avec une guitare acoustique etc., et il y a un côté très, euh, euh... voilà, très simple que j'aime bien, euh, quand les, les gens se réapproprient, euh, les morceaux en toute simplicité, tu les vois parfois dans leur salon ou, euh, ou sur leur terrasse et c'est, c'est, je trouve ça très, très chouette, donc moi ce, je véhicule souvent, ce, je poste souvent ce genre de, de contenu-là. Puis évidemment quand on est amenés à être, euh, voilà à bouger pour une déloc etc., bha voilà on fait un petit selfie avec par exemple les, l'équipe des Restos du cœur, on l'a fait, euh, la fois dernière, euh, ou avec l'équipe de la Croix Rouge, on fait une photo avec, euh, avec les bénévoles et voilà on la publie, euh, « rejoignez-nous, on s'amuse bien », euh, donc ouais non c'est chouette, ouais !

D- Ok ! Et, euh, lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Radio Contact, est-ce que dans ce cadre-là tu as l'impression d'avoir un rôle d'influenceur ?

J- Bha, euh... alors, pour les animateurs de flux, euh, bon c'est vrai que les, les, les animateurs des tranches principales si tu veux, euh, bhe eux on communique, euh, plus régulièrement sur, ce qui est tout à fait normal puisqu'on communique sur l'émission etc., euh, dans mon cas personnel, euh... oui on est amenés à faire, euh, voilà à tourner des spots pour la télé par exemple, euh... pour, euh, des actions ciblées, euh, comme par exemple les Restos du cœur où là on voit, bhe une bonne partie de l'équipe Radio Contact se mobiliser pour cette cause-là donc oui quelque part je pense que, dans ce cadre-là, effectivement je pense qu'on, on, on rappelle aux gens que voilà, il y a des gens qui sont dans la précarité qui, qui sont dans le besoin et qu'il faut se mobiliser et je pense que le fait de... de voir l'équipe de Radio Contact le faire, ça peut peut-être, euh, certainement en tout cas, euh, motiver les gens à aussi, bhe... euh, aller porter des vivres, euh... dans des, dans des pop-up stores. À la fois ils voient leurs animateurs, euh, euh... ils voient les animateurs, ils voient aussi comment se passe une émission radio et, euh, et voilà ils font une bonne action. Donc ouais, je pense que dans ce cadre-là, oui, oui, c'est sûr !

D- Ok ! Et est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise ?

J- Non mais c'est... fin, oui... oui et non, euh... oui parce que évidemment je crois que c'est un, c'est un peu, euh, un peu la mode entre guillemets, euh, en ce moment ces dernières années, euh... et eux, en même temps fin ambassadeur d'entre, d'entreprise ça, ça, je pense que le mot, euh, fin les, les deux mots résument, euh, résument bien l'idée c'est de, de pouvoir porter les valeurs, véhiculer les valeurs de la marque et de pouvoir les transmettre, euh, donc, euh, donc voilà, je crois que c'est ce qu'on fait, euh, j'espère en tout cas, euh, avec l'équipe, euh, de Contact et de voilà, de, insuffler cet esprit Feel Good,

euh... bon enfant, bon, fin, voilà, bonne équipe, euh, mais, je, sincèrement il y a, tout est naturel, il y a rien de fake puisque, on s'entend tous très bien, on rigole bien dans les couloirs entre nous, on se connaît tous bien donc, euh, donc c'est chouette, quoi, je pense que quand on fait des passages antenne ou quand, euh, des animateurs, voilà, arrivent dans le studio parce qu'ils veulent discuter, euh, boom on passe sur antenne, euh, ces interventions sont pas très longues, hein, mais c'est une façon de, de montrer aux gens que, on s'entend bien et, et encore une fois c'est naturel quoi, tu vois, donc, euh, ouais.

D- Hum, hum, ok ! Donc tu te sens vraiment comme un ambassadeur pour Radio Contact ?

J- Alors il y a rien qui m'oblige à l'être, mais je pense qu'on l'est naturellement, euh, fin, et je pense que, quelque part en travaillant pour la marque, il faut, euh, c'est important. C'est important de véhiculer ça, euh, ouais, donc, euh, c'est, je pense que ça se fait naturellement, fin en tout cas pour moi, euh... voilà... je pense que voilà, je pense qu'on travaille pour une entreprise, on adhère, euh, euh, à sa philosophie et à... euh... voilà, on, on sait pourquoi on travaille et euh, et donc ouais ça me paraît naturel de, de véhiculer, euh, cet esprit-là. En plus c'est, c'est un chouette esprit à véhiculer, hein, donc euh, donc voilà, c'est, c'est chouette ouais !

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

J- Je pense pas, parce que je pense qu'en Belgique déjà on a un côté, tant mieux, euh, qui est moins, euh... fin on starifie moins qu'en France ou que... dans des pays anglo-saxons, anglo-saxons, ce genre de choses donc, euh, je ne me considère certainement pas comme une star. On ne fait que de la radio hein, faut quand même pas l'oublier, après oui, ce qui est marrant c'est que quand tu croises des, des auditeurs, c'est que, euh, c'est toujours ça qui est, c'est parce que toi, toi, toi tu les connais pas vraiment puisque ils viennent à ta rencontre, et, euh, et eux te parlent comme si finalement tu faisais partie de leur vie puisque ils t'écoutent tous les jours ou ils t'écoutent régulièrement etc., donc, euh, donc c'est marrant parce que parfois ils, voilà, ils notent, euh, « ha donc j'ai entendu que t'étais parti en vacances, ça va, ça s'est bien passé ? » etc., donc c'est toujours très drôle mais, euh, mais voilà après je pense pas que les, les gens nous considèrent comme des stars, euh, fin en tout cas pas, pas moi et je pense pas les animateurs de flux, certainement beaucoup plus, euh... euh... voilà des célébrités, euh, fin des, des pers, pas des célébrités mais des, des, des, des personnes comme David ou Maria, qui elle, en plus, euh, fait de la télé si tu veux. Je pense, euh, aussi le fait de faire de la télé, euh, bon, bhe les gens te reconnaissent beaucoup plus, euh, parfois moi les gens me, me reconnaissent pas mais, euh, entendent ma voix et me disent « ha, euh, tiens ta voix me dit quelque chose », et donc, euh, donc voilà. Après les choses ont évidemment changé puisque aujourd'hui on a Radio Contact en télévision donc les gens nous voient évidemment à travers le, le studio, c'est parfois marrant parce que les gens te regardent et tu vois qu'ils n'arrivent pas à remettre un nom sur, sur toi mais en fait on voit qu'ils se disent « ha ouais, je le connais mais je sais plus d'où », donc voilà, après quand ils entendent ma voix, ils resituent un petit peu mais, donc, euh, oui

c'est marrant mais non, moi je me considère pas comme une, comme une star non, mais après voilà, c'est, c'est très sympa évidemment d'être, euh, au contact des gens et, euh, oui c'est chouette !

D- Hum, hum, et, euh, une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ça, quelque chose qu'on n'aurait pas dit mais que tu juges important ?

J- Non mais... non, je pense pas, euh, sur le sujet du mémoire je pense que tout est dit. Euh...

D- Hum, hum...

J- Non, voilà, je sais pas si toi t'as des questions, tu veux rajouter certaines choses ou rajouter certains points ?

D- Non, moi je pense qu'on a fait le tour mais si tu...

J- Oui je pense aussi, non bhe seulement, non. Après, voilà moi comme je suis si tu veux, euh, euh... sur le devant de la scène en tant qu'animateur, euh, faut pas oublier que derrière il y a toute une équipe aussi qui travaille beaucoup et là j'ai ma deuxième casquette de producteur qui dit ça, euh, pour, euh, pour faire passer aussi toutes ces valeurs, euh, euh... les valeurs de Radio Contact, par l'habillage qu'on produit, par les personnes qui montent des opérations, par le music manager, qui programme la playlist, par, euh, voilà les personnes qui, euh, les techniciens, les personnes qui s'assurent que la fon, la radio fonctionne 24h/24 donc faut pas oublier évidemment ces, ces gens-là mais c'est pas, évidemment l'objet de ton mémoire, mais, euh, mais, mais voilà !

D- Hum, hum, ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

J- Bhe avec plaisir !

D- D'avoir répondu à mes questions !

ANNEXE 14. INTERVIEW DE DAVID ANTOINE

Di- Alors, d'abord est-ce que tu peux commencer par te présenter en quelques mots ?

Da- Bien sûr, euh, je m'appelle David Antoine, euh... je suis animateur pour, euh, on va dire le groupe RTL, et, plus, spécifiquement pour, euh, Radio Contact maintenant depuis, euh, (réflexion) près d'une décennie (sourire). Euh... j'ai 35 ans et, euh, je voyage dans cet univers média, médiatique depuis maintenant, euh... euh, près de 20 ans...

Di- Ha ouais !

Da- Ça calme !

Di- Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et peut-être tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

Da- Bien sûr, parcours scolaire tu vas voir ça va être très rapide, euh... (réflexion) j'ai arrêté en, j'ai arrêté en 4^e secondaire mes études, euh... après avoir eu un... un parcours assez scabreux, euh... j'ai doublé ma 3^e, triplé ma 4^e, en général, euh, parce que... alors c'est un peu, c'est un peu vantard de dire ça, c'est pas un manque de capacité je pense, c'était un manque de motivation et... et une envie qui était ailleurs, une envie de... euh... de faire de la radio depuis, euh, depuis que j'avais 12 ans...

Di- Hum, hum...

Da- Et, euh... donc, euh, en... en primaire, bhe voilà tout c'était très bien passé, les premières années du secondaire, euh, aussi mais une fois que j'ai commencé à... faire de la radio, à prendre gout à ça, euh, là ça été un petit peu, euh, problématique, euh... pour mes parents parce que moi j'étais, j'étais assez confiant, je me rendais pas compte de la réalité en fin de compte d'être confronté à... à non plus une passion mais, mais à un métier où, euh, il faut se battre, où il faut avancer, il faut se renouveler, faut, faut comprendre aussi, avec un bagage, euh, on va dire, euh, euh... on va dire de culture générale mais au sens très, très large du terme, qui était un petit moindre à l'époque, j'avais 18 ans quand j'ai commencé à, à être pro, euh... sur NRJ, euh, où j'ai animé pendant, euh, 2 ou 3 saisons, euh, une émission de libre antenne le soir, euh... puis, euh, je me suis retrouvé en télé sur la RTBF, puis, euh, (réflexion) je sais plus, euh... oui, euh, puis j'ai eu une proposition de, de Plug de les rejoindre, euh... par chance la RTBF s'arrêtait pour moi, euh, on n'avait pas trouvé un terrain d'entente, euh, sur ce qu'on, sur ce qu'on souhaitait faire mutuellement, euh, j'ai fait aussi un bref passage chez Bel RTL, euh, chez Club RTL, sur RTL TVI et sur, euh, Radio Contact maintenant depuis quelques années, ouais !

Di- Ok ! Et quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, est-ce que tu es plutôt employé, euh...

Da- Alors je suis, euh... (réflexion) salarié de ma société, et... donc, euh... Radio Contact a un... un... une convention avec, euh, ma société qui s'appelle Sud on Mars, donc je suis indépendant on va dire.

Di- Ok, ok ça va ! Et, euh, est-ce que tu peux me décrire un petit peu en quoi consiste ta fonction d'animateur ici à Radio Contact ?

Da- Alors... d'un point de vue contractuel, je dois animer une émission qui s'appelle le 16/20 entre 16h et 20h, euh, au-delà de tout ça, j'ai, euh, des heures de préparation pour cette émission, des heures qui... euh, sont quotidiennes et qui permettent, bha de remplir, euh, euh, la grille, fin le, le programme en lui-même qui permet, euh, de... de faire les... l'une ou l'autre réunion nécessaire, sauf que depuis un petit temps maintenant, depuis, euh, près de 3 ans, j'ai réussi à... un peu plus m'affirmer, euh... par rapport aux idées que j'avais, euh, les idées qui sont un petit peu, euh... différentes, euh, du, euh, de la tra, fin de... de la trame traditionnelle que toutes les radios utilisent et... ce qui nous permet de nous démarquer, euh, entre autres dans le 16/20, en faisant un contenu, euh, bhe... radiophonique mais aussi digital sur lequel on est, euh, on se débrouille pas mal, euh...

Di- Hum, hum...

Da- Résultat des courses, je pense que j'ai maintenant une fonction très créative, euh, dans, dans le pôle de, de Cobelfra, qui est donc Radio Contact, euh... où, euh, « bha tiens s'il y a une idée on va, on va aller voir David, il va... rendre le truc un peu plus, euh, brillant », on va dire, fin pas brillant dans le sens où « wahoo c'est mieux », mais plus, euh, allez « il va, il va plus avoir un coup de projecteur sur quelque chose auquel on n'aurait peut-être pas pensé », et au début que je cachais peut-être un peu ce... cette particularité, maintenant je, je, j'hésite pas à la mettre en avant !

Di- Ok ! Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Radio Contact ?

Da- Hum... un représentant oui parce que je suis fier de bosser pour Contact. Je suis très content, on est numéro 1, euh, on se bat pour être numéro 1, euh... j'aime travailler pour le numéro 1, euh... bhe c'est très cool que les gens, euh, m'associent à Radio Contact, c'est une radio euh, bhe très po, très positive, très Feel Good, euh, j'avais tout un temps une image, euh, peut-être d'un, d'un adolescent qui était peut-être encore trop dans le côté ado, euh... maintenant je suis un... un adulte, qui a toujours ce petit côté ado de temps en temps, euh, mais qui, euh, qui le revendique.

Di- Hum, hum...

Da- Voilà...

Di- Ok ! Et est-ce que tu t'identifies toi à la marque Radio Contact ?

Da- Je m'identifie à la mar, la marque Radio Contact, euh, pourquoi, parce que la musique me correspond, je suis assez éclectique, même si j'ai un côté un peu plus underground de temps en temps, avec, euh, des DJs par exemple un peu plus pointus, qu'on ne retrouverait pas sur Radio Contact, bien que ! Euh... mais... l'image, euh... le... l'ambiance de Radio Contact au sein des équipes, euh, et, et puis, euh, et puis les, le programme en lui-même me convient...

Di- Hum, hum...

Da- Pour l'instant, fin tout ça me convient parfaitement, maintenant, euh, peut-être que dans 6 mois je te dirais le contraire, euh... je veux pas que Radio Contact déteigne sur moi...

Di- Hum, hum...

Da- Euh... ou qu'un autre média, média déteigne sur moi mais je veux... (réflexion) j'aimerais que... le média me contacte et collabore avec moi parce qu'il trouve intéressant, bhe, pas, de ce que je, dans ce que je suis, dans, au niveau personnalité, euh, au niveau créativité, euh, au niveau peut-être même sympathie ou, euh, euh... ou je vais dire même, euh, euh... ouais, bhe plus, plus, je préfère qu'ils viennent me chercher plus pour ma personnalité que pour remplir une case je vais dire, voilà...

Di- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as ce sentiment de fierté à travailler pour Radio Contact, tu, t'en parlais justement il y a quelques minutes ?

Da- Ouais j'ai un sentiment de fierté parce que les, on a un excellent retour, euh, des gens, euh... je sais que je sers la marque mais la marque me sert aussi, euh... il y a vraiment une, euh... (réflexion) une fierté que de travailler pour un produit qui est numéro 1, qui plait aux gens...

Di- Hum, hum...

Da- Euh... tant que t'es pas chez Contact, tu peux difficilement imaginer, euh, ô combien l'ambiance est très, très cool ici, euh, ô combien on s'entend vraiment bien et dans les médias c'est très, très rare que d'arriver à... fin ça n'existe pas, sérieusement ça n'existe pas ce qui se passe ici. Et j'en parle vraiment en toute transparence parce que, que ce soit avec les équipes du morning, les équipes du soir, euh, ma propre équipe, euh, les équipes en backstage, euh, on s'entend extrêmement bien, on s'engueule aussi, je suis un... je suis un vrai, un vrai casse-couille quand, quand j'ai pas ce que je veux, quand c'est pas pico-bello, euh, comme je l'imaginais mais, euh, c'est pas grave parce que il y a ri, rien de méchant derrière, c'est juste quelqu'un qui exprime à un moment, euh, sa manière de penser, qui est en conflit avec quelqu'un d'autre, comme dans chaque famille, comme dans chaque groupe d'amis, comme dans chaque société, mais le gros avantage ici c'est que dès qu'on a parlé, et qu'on se crache un peu dessus, au sens figuré évidemment (sourire), euh, ça passe très vite, et, euh, on a une pression certes, euh... par rapport au CIM, par rapport au chiffre, par rapport à, à tout un tas de choses mais, mais pour l'instant cette bonne vieille expression du « toucher du bois », euh, fonctionne donc tant mieux...

Di- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que la marque Radio Contact met en avant ta fonction d'animateur ?

Da- Oui, ils la mettent, oui, oui, oui, oui, au sein des, au sein des campagnes de pub, de promo, la synergie qu'il peut y avoir aussi avec la télé, où on se retrouve maintenant depuis 2 ans dans tous les spots, euh, de Radio Contact, euh... et je parlais de moi en tant qu'animateur, euh, au, oui on, on me met en avant pendant les spots, euh, et je mets Radio Contact aussi, euh, sur mes, sur mes réseaux sociaux bien en avant, puis c'est tellement naturel que de le faire, mais je suis tellement content de le faire, j'ai pas honte de le faire, euh, je sais qu'il y a d'autres de mes confrères, euh, qui, qui préfèrent limiter, qui voient plus leur job comme un pur job, pour moi ça fait partie intégrante de ma vie quoi...

Di- Ouais... ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour, euh, la marque Radio Contact ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de, de ton métier de tous les jours ?

Da- Ouais bien sûr, ha totalement, ouais, euh... mais... alors la marque Radio Contact c'est certain, euh, mais une fois de plus, c'est plus l'ambiance...

Di- Ouais...

Da- L'ambiance qui est derrière, mais, une fois de plus, l'ambiance est due par le, le fait qu'on ait un patron qui s'appelle Éric Adelbrecht, euh, qui connaît bien la marque, euh, avec qui, euh, on peut, je, fin je t'assure c'est (réflexion), on est... à l'antenne... comme on est... avec lui hors antenne...

Di- Ouais...

Da- Et... qu'un boss nous laisse cette, euh, liberté...

Di- Hum, hum...

Da- Euh... de ton, euh, d'humour, de personnalité et ainsi de suite, moi je pense qu'il a compris pas mal de choses, quoi, parce que là bêtement, il était à la photocopieuse, euh, j'ai aucun problème à dire, euh, « ha c'était à 14h, hein », puis quand tu regardes l'horloge, il est 14h35, ça le fait marrer, euh, il sait que c'est de l'humour et il sait que derrière on bosse, euh, de manière très carrée, euh... mais on peut se vanner et ça c'est cool.

Di- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

Da- Pas à Radio Contact mais Éric Adelbrecht, oui...

Di- Ouais ?

Da- Ouais, parce que... depuis que je fais ce métier, on m'a toujours dit, euh... « dis, n'oublie jamais que c'est grâce à NRJ tout ça, hein, n'oublie jamais que c'est grâce à la RTBF, hein, n'oublie jamais que c'est grâce à RTL », non c'est par rapport au média, qui t'emploie, ok, mais s'il t'emploie, c'est parce que tu amènes quelque chose de positif à la radio donc, je pense que, tu prestes des heures, si on veut parler en, en termes d'heures de travail, ça reste un boulot, un boulot qui est un peu particulier parce que, c'est léger, ça a l'air léger, on se doit d'être légers à l'antenne...

Di- Hum, hum...

Da- Derrière il y a un vrai boulot, euh, de préparation, d'image, euh... stratégique, aussi, euh, de relations publiques aussi, le fait qu'on soit 24h/24 animateur, euh, alors ça va tu l'as choisi, oui tu l'as choisi, comme tu peux choisir ta fonction, euh... d'employé administratif, euh, de devenir papa ou maman et ainsi de suite, fin, à un moment tu en as envie, tu te rends peut-être pas compte de tout ce qui se passe derrière, mais tu es, euh, animateur de Radio Cont, animateur de Radio Contact pendant 24h/24 alors que, si on parle en termes d'heures, bhe tu n'es payé que 6h/jour...

Di- Hum, hum, ouais...

Da- Mais pendant 24h, tous les jours 24h/24, tu te dois d'être irréprochable par rapport à la marque, et par rapport à ton métier et ainsi de suite, ce que, ce que tu fais naturellement c'est pas ça le problème,

mais, euh... j'estime que je ne dois rien à Radio Contact et Radio Contact ne me doit rien. Un jour la collaboration s'arrêtera peut-être, j'espère le plus tard possible...

Di- Hum, hum...

Da- Euh... et on me dira dans l'autre radio « c'est grâce à celle-ci ne l'oublie jamais », tu vois, ouais mais voilà je l'ai entendu, euh, ça marche peut-être encore avec, euh, les nouveaux venus, euh, parce que les places sont rares et sont chères, euh... mais avec, euh, des gens qui ont un peu plus d'expérience comme, comme j'ai, comme d'autres, tu te dis « ouais, ça va c'est bon, maintenant on peut passer au point suivant et essayer d'arrêter de dire toujours que c'est grâce au média », grâce au média mais si on n'était pas là et si il y avait pas cette ambiance en dehors, Radio Contact serait pas ce qu'elle est aujourd'hui, donc, euh, voilà c'est... c'est... pas le chien qui se mange la queue mais, la boucle est bouclée quoi c'est, c'est un cycle normal mais comme tout, comme tout prestataire dans une société quelconque, il... met sa petite pierre à l'édifice pour que la... société soit meilleure et qu'elle corresponde au contrat de base...

Di- Hum, hum, ok ! Et, euh, justement est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Radio Contact, notamment, euh, quand tu es utilisé dans des campagnes de communication ?

Da- Oui ! On est totalement briefé, on sait, euh, on sait ce... ce pourquoi on va faire cette campagne, on sait, euh, pourquoi j'ai été placé à tel et tel endroit, euh... on peut donner son avis aussi, ce qui est important pour se sentir bien, euh, on peut choisir les photos, euh... euh... tu sais pas, fin pas toujours les photos, où t'es, t'as une gueule que tu supportes pas et tu sais très bien que tu vas être affiché sur tous les abribus, euh... donc oui, oui on est, euh, on est briefés, ouais...

Di- Hum, hum, et tu es aussi briefé peut-être sur la manière de te comporter quand tu croises quelqu'un dans la rue qui te reconnaît ?

Da- Non, non, non ça non, bha... non...

Di- Hum, hum...

Da- C'est, fin, on va pas te dire « tu dois dire ça, tu dois dire ça », non, non, non, quand les gens viennent, euh, loin de là, ils viennent pour ce qu'on fait... ils viennent pas pour la marque, fin, ils associent les deux donc ils viennent, euh, ouais, soit t'es sympa, soit tu l'es pas, soit tu l'es de nature, soit tu l'es pas, je pense, ou alors il y a peut-être un jour où t'es un peu fatigué, tu le seras, tu le seras un peu moins, tu diras « désolée je suis pas très bien aujourd'hui », mais les gens sont hyper compréhensifs... et tu véhicules l'image de Contact naturellement comme ça...

Di- Hum, hum, mouais...

Da- Donc je pense qu'ils choisissent aussi, euh, fin Contact choisit les têtes qu'ils mettent en avant en fonction de la personnalité qu'il y a derrière, je pense, j'espère (rires) !

Di- (Rires) Ok ! Et, euh, est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animateur, par exemple des choses à ne pas dire ou, euh, ce genre de chose ?

Da- Non... bha est-ce que c'est, tu vas pas parler, alors moi je veux pas parler de politique à l'antenne, parce que, un, euh, je crois que les gens s'en foutent, ils viennent pas sur Contact pour ça, euh, deuxièmement, euh, chacun a un avis différent et alors à ce moment-là tu tranches un petit peu, fin, tu cisèles un petit peu ton, ton audience. Qui je suis pour parler de politique quoi ? Si un jour je me lance bha j'espère que je ferai mieux que ce qu'ils le font, c'est pas prêt d'arriver, euh... non on n'a pas de contrainte, il faut pas... il faut rester Feel Good, il faut, euh, rester ce qu'on est et si un jour je dis une connerie à l'antenne, ils me le diront, et si j'en dis une trop grosse, bha ils me vireront et je l'aurais mérité, bêtement...

Di- Ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage va te demander ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

Da- Bha mon entourage, non, non, alors mon entourage, euh, tu vois, euh... ils vont toujours dire qu'ils écoutent Radio Contact (sourire), et ils ont intérêt (rires), euh... non, non, ils me le demandent pas, euh... mais moi je, je zappe hein, comme tout le monde, bhe je suis sur Contact mais je zappe, euh, quand je termine ma journée j'ai pas envie d'écouter Contact quoi, pas parce que j'aime pas Christopher Calice qui est juste après mais c'est juste parce que t'as plus envie d'entendre un jingle, t'as terminé ta journée, c'est comme si, euh, ha tu quittes, euh, tu quittes ton boulot quel qu'il soit, et puis, euh, t'entends, euh, à l'antenne tous les dossiers dont t'as parlé toute la journée, quoi, donc, euh, non, non, non, non, tu zappes, euh... tu coupes même la radio...

Di- Hum, hum...

Da- T'appelles tes parents dans la voiture, euh, t'es zen, t'es bien !

Di- Ok ! Et est-ce que t'as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ?

Da- Oui bien sûr !

Di- Ouais ?

Da- Bhe les auditeurs s'adressent pas à la radio, ils s'adressent aux animateurs. C'est pour ça que les, les pages, euh, les pages Facebook, euh, des animateurs fonctionnent mieux et c'est tout un temps j'ai, j'ai vraiment défendu, euh, cette vision des choses, parce que évidemment que Radio Contact préfère mettre sa marque en avant, plutôt qu'un animateur parce que... c'est plus intéressant pour eux, mais, euh, moi je parlais du principe que, mieux vaut créer des... personnages antennes, des figures antennes, où les gens vont pouvoir parler directement avec eux, vont se sentir proches d'un Gaëtan Bartosz, d'une Maria Del Rio, euh... d'un Nathan Soret, d'une Lucile, ou de moi, euh... plutôt que... que de parler à... à un dauphin bleu (rires), tu, mais vraiment parce que tu sais très bien que derrière tu vas avoir une

réponse peut-être impersonnelle, ou de quelqu'un que tu ne connais pas, ou peut-être même d'un robot, de quelqu'un qui travaille dans les backstages, de... c'est pour ça fin je, je, je prends toujours ce, cette, euh, cette comparaison avec quand tu téléphones à ton opérateur Proximus, euh, Mobistar, fin, Orange, euh, ou Base, tu préfères, tu préférerais tomber sur l'un de tes potes, qui va t'aider...

Di- Hum, hum, ouais...

Da- Ou quelqu'un que tu connais, plutôt que quelqu'un qui est délocalisé, euh, euh... au Maroc, qui répond à ta question, qui connaît à moitié les tarifs et autre, voilà donc, bêtement, bha c'est tout naturel qu'on a opté pour cette stratégie, euh... et qui fonctionne, qui fonctionne excessivement bien, euh... Radio Contact était vraiment précurseur sur les réseaux sociaux, à tel point qu'on est la radio francophone numéro 1, euh, à tel point qu'on met une stratégie digitale en place qui est, euh, naturelle, proche des gens, et, euh, totalement interactive, euh... et pas faussement interactive, euh... mouais, pourvu que ça dure, c'est cool !

Di- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'une certaine manière d'influencer les auditeurs ?

Da- (Réflexion) Pff, est-ce qu'ils vont vraiment être... pff, ouais, pff, je sais pas... ouais de temps en temps on peut dire, euh, on peut dire un truc qui, qui oriente mais puis c'est comme, une fois de plus, t'es entre potes et tu donnes un avis, bha libre à tes potes de... bhe de l'écouter, déjà c'est déjà pas mal, euh... d'y adhérer si c'est formidable, et puis, euh... vraiment d'aller dans ton sens. Non, euh, j'estime que... les gens sont assez malins que pour faire leurs propres choix, euh... et puis si, euh, si à un moment je dis que bha je préfère, euh, tel ou tel artiste ou, euh, tel ou tel, euh, moyen de locomotion, ou tel ou tel compagnie aérienne parce que j'ai voyagé avec eux et que c'était cool, bha il y a différents niveaux quoi...

Di- Ouais...

Da- Euh... donc soit on part sur le message publicitaire derrière auquel tu adhères parce que voilà là derrière tu balances quelque chose, rémunéré ou pas, mais... qui est en phase avec ce que tu penses, moi c'est ma part, euh, c'est, c'est, c'est ma manière de fonctionner, soit tu, tu le dis de manière tellement naturelle, euh, « ha tiens, j'ai vu, euh... cette nouvelle bagnole dont je tairais la marque, mais voilà, c'est une bagnole électrique, c'est quand même génial de rouler en électrique », maintenant les gens sont pas obligés de te suivre mais il y a un moment, des influenceurs, c'est comme ça qu'on les appelle et d'après, euh, d'après les études sur les réseaux sociaux et autres, bhe j'en fais partie et c'est cool, c'est cool de se dire que, bhe ce petit gars de Mons, euh, qui a 35 ans maintenant, euh... peut, à un moment, donner son avis et contrairement à l'école, euh... à l'époque et à l'école, euh, bhe il est un peu plus écouté, c'est chouette !

Di- Ok ! Et donc, euh, tu parles des réseaux sociaux, donc, euh, est-ce que t'es présent sur beaucoup de réseaux sociaux ?

Da- Oui sur toutes les plateformes !

Di- Ha ouais...

Da- Donc Facebook, Twitter, Insta... Snap, Skype, c'est pas vraiment un... réseau social mais j'ai encore un autre que j'utilise moins peut-être (baille), euh, excuse-moi, non mais essentiellement Insta, euh, Facebook, Snap...

Di- Hum, hum...

Da- Twitter c'est en déclin mais bon, hier j'y étais encore vu que c'étaient le débat, euh, le grand débat en France, euh, où tu tweets un petit peu, euh, oui c'est important, c'est hyper important !

Di- Ouais... tu peux me peut-être me parler un petit peu du genre de contenu que tu y publies ?

Da- Euh... des conneries ! Euh... des photos, qui prêtent au sourire, qui prêtent peut-être de temps en temps à la réflexion, euh... qui prêtent à la discussion. Euh... on publie des articles de tous les contenus, euh, qu'on aborde dans l'émission, euh, qui seront en ligne sur le site web de Radio Contact, pour te donner une échelle de grandeur, euh, on était, euh, à 7000 clics par jour sur le site de Radio Contact et depuis qu'on a opté pour, euh, pour cette stratégie, on dépasse les 25 000, euh... donc oui, il y a ce contenu-là, il y a des concours aussi, euh, qui nous ramène une, une belle fan base, (baille) j'ai bu du café mais j'ai pris des, des antihistaminiques et c'est un peu compliqué, euh... qui nous ramène, qui nous ramène une, une grande, une grosse fan ba, fan base et qu'on récompense, euh, sur Insta c'est un... un contenu, euh, beaucoup plus, euh, euh... du day-to-day quoi, donc, euh, ce qui se passe dans les backstages et autre, euh, sur Snap c'est vraiment l'instantané de l'instantané, euh... Nathan s'en occupe, euh... je m'en occupe aussi, en fait toute mon équipe a... a accès à tous mes réseaux, sauf mon privé évidemment, euh... et je fais une totale confiance, euh, en tout ce qu'ils font, euh... et, résultat bhe ça porte ses fruits quoi on, on a un reach moyen, euh, euh... en semaine de 2 à 2,5 millions de personnes atteintes...

Di- Ha ouais...

Da- Donc à l'échelle belge c'est quand même... énorme ! Mouais, ouais, c'est beaucoup (sourire) !

Di- (Sourire) C'est sûr ! Et, euh, lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour euh, la marque Radio Contact, est-ce que dans ce cadre-là tu penses avoir un rôle d'influenceur ?

Da- Bha, pfff... c'est une association de marques...

Di- Hum, hum...

Da- Il y a Radio Contact, David-Ra, David travaille pour Radio Contact, et je parle de moi à la troisième personne, David Antoine est un animateur pour Radio Contact, il a déjà fait des trucs sur RTL, il se retrouve sur les réseaux sociaux et ainsi de suite, donc c'est une association de marque qui fait qu'à un

moment, bhe t'es un peu plus fort, de part et d'autre, euh, et tu gonfles ton image, euh, des deux côtés, bha... je le vois plus comme ça...

Di- Hum, hum... ok ! Et, euh, est-ce que tu connais le terme, euh, d'ambassadeur d'entreprise ?

Da- Euh... oui...

Di- Et comment tu définirais un ambassadeur d'entreprise ?

Da- Euh... (réflexion) c'est le, un des porte-drapeaux de la marque, c'est lui qui va essayer de, de mettre, euh, de la marque le plus en avant et le plus haut, donc, quand on dit, euh... porte-drapeau, je vois vraiment, euh, au sens propre du terme quoi, il tient la marque, il la lève parce que la marque sans ses, sans les personnes qui sont autour, bhe... elle existe pas ou plus ou moins, il faut une image forte surtout quand on veut être un média de proximité. C'est le cas de Contact.

Di- Hum, hum, et est-ce que toi tu te sens comme un ambassadeur pour Radio Contact ?

Da- Ouais bien sûr...

Di- Ouais ?

Da- Ouais totalement... sauf qu'il y a pas les Ferrero Rochers (sourire), en tant qu'ambassadeur !

Di- (Rires) Et euh, est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

Da- Euh... je pense pas, euh... je pense pas une célébrité...

Di- Hum, hum...

Da- Euh... mais je pense, euh... comme un mec, euh... (réflexion) un mec, fin, pas, j'ai pas envie de dire connu parce que ça, connu ça veut pas dire célébrité, euh... fin pour moi en tout cas, euh, ouais c'est le mec connu fin, c'est, c'est le mec qui fait de la radio, c'est le mec qui fait un peu, qui fait la télé, fin, « ouais je le connais ce mec-là », donc tu vois, ouais, connu, connaît, euh, « ouais je le connais, ha, haaa je te connais toi », tu vois le nombre de fois où j'entends ça, euh... célébrité je pense qu'en Belgique elles sont rares, les gens vraiment ont un rapport totalement différent à la célébrité, euh, qu'en France, que dans d'autres pays, le, le Belge est tellement cool, sérieusement moi j'ai travaillé en France aussi de temps en temps et pour rien au monde, mais je te jure que c'est vrai, pour, pour rien au monde je voudrais bosser, euh, à nouveau en France, ça m'arrivera peut-être mais je ne fais rien pour parce qu'il y a un truc qui est un peu, euh, un peu malsain je trouve, alors qu'ici, euh, on est cool quoi, on est cool et... on est tellement, euh, tellement, euh, tellement chill, tellement, euh, pas prise de tête, euh, que ce soit... à l'écran, derrière le micro ou de, ou devant fin, pff, on fait que de la radio, on fait QUE de la télé, euh, c'est pas... cool quoi ! Fin maintenant ils sont pas tous comme ça mais moi je suis comme ça !

Di- (Rires) Ok ! Et, euh, une dernière question est-ce que t'as quelque chose à rajouter, euh, sur tout ça, quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

Da- Ça va évoluer...

Di- Hum, hum...

Da- Ça va évoluer très, très, vite, euh... c'est déjà en route depuis un petit moment, il y a une grosse réflexion qui est en train de se faire, euh, dans les backstages concernant la radio, concernant la télé, concernant les marques, concernant l'association de tous ces personnages à ces marques, euh... on... on arrive à, à un virage, euh, qui va être très important pour tous ces médias...

Di- Hum, hum...

Da- Euh... il y a une concurrence qui est très forte, très connectée et très, très rapide, euh... et il va falloir s'a, s'adapter rapidement sinon... ILS seront foutus.

Di- Ok !

Da- Et j'espère que je peux pas me mettre dedans pour l'instant !

Di- (Rires) Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

Da- Avec grand plaisir !

Di- D'avoir répondu à mes questions !

Da- Avec grand plaisir !

ANNEXE 15. INTERVIEW DE LUCILE ROCHELET

D- Donc d'abord est-ce que tu peux commencer par te présenter en quelques mots ?

L- Oui, alors, euh, moi je suis Lucile Rochelet, euh, je suis co-animatrice de David Antoine dans l'émission du 16/20...

D- Hum, hum...

L- Euh, donc c'est de 16h à 20h, tous les jours du lundi au vendredi. On est 4 dans l'équipe, euh... et, euh, moi mon rôle c'est d'être la fille et, euh, plus, euh, plus particulièrement en fait d'apporter les contenus, donc euh, donc voilà donc je prépare et je développe à l'antenne les contenus, euh, ça c'est pour l'émission en elle-même, ensuite, euh, voilà on fait plein de, de, d'opérations en dehors de l'antenne, euh, voilà à laquelle je participe.

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire et tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

L- Ouais, donc en fait ça fait 10 ans que je fais de la radio, euh, avec David dans le 16/20, on en est à notre 3^e année. Précédemment j'ai fait 3 ans avec un animateur qui s'appelle Le S, toujours sur Radio Contact mais la tranche horaire du soir, et avant j'étais chez NRJ et Fun Radio. Euh, en fait j'ai commencé la radio en parallèle de mes études, euh, donc en fait je faisais de l'infocom, comme toi, à Bruxelles, à Saint-Louis, et puis ensuite à... à l'UCL à... à Louvain, et, euh, et en parallèle de mes études en fait, je faisais de la radio donc j'ai commencé l'été en étant journaliste chez NRJ, et puis, euh, j'ai fait ça un été, et puis ils m'ont proposé de continuer mais en parallèle j'ai rencontré un animateur qui me proposait de faire de la co-animation tous les soirs, je m'étais dit, faire des remplacements, euh, journalistiques, c'était peut-être un peu compliqué à part pendant les vacances, je voyais pas trop quand je pourrais le faire, alors que faire par contre les émissions tous les soirs, c'était jouable même si c'était très compliqué (rires). Et, euh, et donc voilà, et donc, euh, ouais, chez Contact depuis 6 ans !

D- Ok ! Et, euh, quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, plutôt employée, pigiste, cadre... ?

L- Alors, je suis pigiste... je suis pigiste, euh, depuis 6 ans, euh, chez Contact donc comme quoi dans les médias c'est possible hein (rires), tu peux signer des contrats toutes les semaines ! Euh, et voilà !

D- Ok ! Et, euh, comment tu décrirais ta fonction d'animatrice, co-animatrice ?

L- Euh... alors, le... le mot est vraiment fort hein, mais, euh, je suis productrice entre guillemets de l'émission dans le sens où c'est moi qui prépare la conduite. Euh, donc, euh, voilà je, je dispatche les sujets, euh, dans la conduite de l'émission, je les prépare et j'apporte ces contenus à l'antenne. Euh... après voilà, production c'est vraiment un grand mot mais je sais pas trop comment définir ça, euh... (réflexion), éditorialiste ou, je sais pas, bref, j'apporte les contenus (sourire) ! Euh, et alors je suis animatrice parce que voilà, dans l'émission, David est vraiment le leader, l'animateur principal, mais euh, je dois co-animer avec lui en fait, et rebondir sur ce qu'il va dire, lui doit rebondir sur ce que je vais expliquer, euh, c'est un peu un jeu de ping pong, voilà !

D- Ok ! Et est-ce que tu te sens comme une représentante de la marque Radio Contact ?

L- Euh... Oui, vraiment, oui, euh... on... on a le travail à l'antenne mais on a aussi l'image, euh, notre image à nous qu'on met au service de Radio Contact...

D- Hum, hum...

L- Euh... donc que ce soit dans les campagnes de pub ou quand on est en déplacement, euh, sur les réseaux sociaux, euh... donc c'est, la question c'est si je suis une image de... je me souviens plus excuse-moi ?

D- Oui, c'est si... tu te sens comme une représentante ?

L- Oui donc complètement, oui, vraiment, ouais. Puis quand on est face aux auditeurs d'ailleurs on est, euh, on est vraiment des ambassadeurs du dauphin, hein, vraiment (rires) !

D- Et, euh, est-ce que tu t'identifies toi à la marque Radio Contact ?

L- Oui ! Complètement aussi parce qu'on a de la chance de travailler pour une radio, euh... dont le... le, le slogan est Feel Good, euh, donc c'est un truc qui est hyper, euh, hyper positif, et, euh, et forcément, euh, flatteur et, et agréable parce que voilà, on doit, euh, transmettre un... un sourire au quotidien et une positivité et, euh, donc par exemple dans les sujets qu'on aborde, on est tout le temps dans le Feel Good, euh... et donc, euh, moi je m'identifie, je m'identifie totalement parce que justement j'ai la chance de pouvoir travailler dans une ambiance, euh, comme ça Feel Good et positive donc, euh, donc oui !

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour, euh, justement la marque Radio Contact ?

L- Oui, alors, euh, déjà le... l'argument premier je dirais c'est que, Radio Contact est numéro 1, je touche du bois il y a les audiences à la fin du mois de mai (sourire), mais, voilà Radio Contact est numéro 1 donc forcément on en est fier, euh, on est fier de travailler, euh, pour une radio qui fonctionne, qui plaît aux gens, euh, on est fiers de notre travail parce que, manifestement, il porte ses fruits, euh... et, euh, et puis une fois de plus, il y a ce côté, euh, positif, qui est, euh, voilà dont on est très fiers et, euh, et, euh, et forcément c'est plus, euh, c'est... c'est, c'est plus flatteur de travailler pour, euh, une radio qui dé, qui apporte comme ça du sourire plutôt que des mauvaises nouvelles constamment, euh... voilà !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que la marque Radio Contact met en avant ta fonction d'animatrice ?

L- Euh, oui je pense que oui, euh, d'une manière générale, euh... Radio Contact met en avant ses animateurs, euh, on donne régulièrement, euh, les prénoms et noms des animateurs à l'antenne, euh... et, euh, dans les campagnes, on... on... nous met en avant aussi, euh... nous par exemple... il y a eu une opé, il y a une opération qu'on met en place tous les mois, c'est qu'on part en weekend avec les auditeurs...

D- Hum, hum...

L- Et, euh, et donc forcément ils mettent en avant leurs animateurs parce que... proposer comme ça aux auditeurs de pouvoir, euh, partir en weekend voire parfois en vacances avec les animateurs, euh, c'est, euh, mettre en avant ses figures d'antenne donc je pense que oui.

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que travailler pour, euh, Radio Contact ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

L- Euh, oui, oui, oui forcément puisque comme on en est, comme on est fiers de travailler pour cette marque-là, parce que c'est une radio mais c'est aussi une marque, euh... oui, ça, voilà ça recoupe le côté fierté, et, euh, je me souviens plus de la question...

D- Euh, c'est est-ce que tu...

L- Un facteur de motivation ? Ha oui, voilà ! Ha oui, oui bhe ce qui est motivant aussi c'est de travailler vraiment pour la radio numéro 1, franchement c'est, c'est complètement bête hein, il y a toujours ce concours avec les auditeurs, hein mais, euh, ouais c'est motivant, euh, on se dit qu'on doit vraiment donner le meilleur, euh, pour mériter notre place quoi !

D- Ok ! Et dans le même ordre d'idée, est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

L- Euh... oui clairement, euh, parce qu'on a la chance déjà de faire un métier qui nous plait, euh, donc déjà la radio, euh, de base, euh... on a de la, de la reconnaissance je pense, mais, euh, mais en plus cette radio-là en particulier, euh, euh... moi je suis heureuse d'aller travailler tous les jours, euh, je pense que faire de la radio en général t'apporte ce bonheur-là mais chez Radio Contact en particulier, il y a une super ambiance au sein des équipes, on a une très belle connexion je trouve avec les auditeurs, euh... on est vraiment, hein, on est heureux de travailler, euh, les vacances quand, je suis très contente de prendre des vacances, hein, mais quand je rentre après deux semaines, je suis contente, vraiment hein, et je crois que c'est le cas de, de tous les animateurs que je côtoie chez Radio Contact, euh, il y a un vrai épanouissement personnel ça c'est, ça c'est certain, ouais vraiment.

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefée sur la manière de communiquer les valeurs de Radio Contact, notamment, euh, quand tu apparais dans des campagnes de communication ?

L- Euh... en fait on n'est pas vraiment briefés parce que j'ai l'impression qu'on nous demande quand même globalement d'être nous-mêmes...

D- Hum, hum...

L- Il y a peut-être une sélection au départ des animateurs qui fait que, on prend, bhe on prend telle personne parce que justement elle a ce côté Feel Good et après bhe on la laisse être elle-même, euh... alors évidemment si un jour, euh, il y en a l'un de nous qui pète un plomb (rires), euh, et qui commence à faire je ne sais quoi, euh, il y aura un recadrage mais, euh, très honnêtement, on est, euh, on n'est pas vraiment briefés, on est encadrés parce que voilà, il y a parfois des écoutes d'émissions qui se font avec les directeurs d'antennes qui vont, voilà, rediriger certaines petites choses mais en général c'est parce que le temps de parole a été trop long, parce que « ho vous avez oublié d'expliquer ça », c'est très, c'est très rare et c'est très, euh, restreint, euh, sur notre manière globale de travailler, euh, très honnêtement on a peu de briefing, on a une grande confiance qui nous est accordée...

D- Hum, hum, et sur votre manière de vous comporter en dehors de l'entreprise non plus ?

L- Et ben non plus parce que pareil, je pense qu'ils nous font confiance, euh, nous en plus, dans, dans l'émission du 16/20, on est vraiment, euh, très, très en contact avec les, les auditeurs donc il y a le fait de partir en weekend ou en vacances avec eux. On va très régulièrement, on essaie une fois par semaine,

euh, d'aller déjeuner dans un, dans un restaurant en province pour voilà, justement rencontrer les gens et sortir, et sortir un petit peu des studios donc on a vraiment l'habitude et c'est un truc qu'on aime bien faire et je pense qu'on le fait bien naturellement, on est très vite, euh, on crée très vite un lien avec les auditeurs, parce que eux nous connaissent et nous écoutent tous les jours, et alors nous forcément on les connaît pas individuellement mais, euh, le lien se crée très vite parce que, ils nous parlent de choses dont, dont on a parlé à l'antenne ou des, des exploits qu'on a pu faire, euh, genre le paquet de frites dans l'espace, ce genre de choses. Et donc, euh, et donc il y a un truc très naturel qui s'installe avec eux et donc on n'a pas besoin d'être briefés parce que on... on... fait ça je pense bien parce qu'on sait le faire et parce qu'on aime bien le faire en fait.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animatrice par exemple, euh, des choses à ne pas dire ou, euh, ce genre de chose ?

L- Alors je dirais que là, la consigne, euh, clé vraiment chez Contact elle est toute bête c'est Feel Good donc en fait avant de s'exprimer on va toujours se demander, alors on le fait, on se le demande pas parce que c'est naturel maintenant mais la question qu'on devrait se poser c'est « est-ce que c'est Feel Good ? » et si la réponse est oui bhe alors on peut le dire, on peut en parler, euh, euh, si par contre, euh, c'est sur un truc, euh, je sais pas euh, quelqu'un qui s'est fait agresser, ou euh, ou euh, ou la guerre dans le monde, ou même la politique ou bhe ça on va pas en parler c'est pas Feel Good donc, euh, donc naturellement on n'en parlera pas c'est vraiment la seule contrainte je pense c'est « est-ce que c'est Feel Good ? », donc pareil ça pourrait être de l'ordre de la sexualité ou, c'est pas Feel Good, c'est pas familial donc on n'en parle pas, donc c'est vraiment le, le, le... la seule contrainte...

D- Hum, hum... Ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage va te demander ton avis quand ils cherchent une radio à écouter ?

L- Euh... alors en général ils vont pas me demander mon avis parce qu'à priori je vais leur dire d'écouter Contact (rires) ! Euh, mais d'une manière générale, c'est vrai qu'on est un peu prescripteurs de tendances auprès de nos proches, de nos amis, de nos familles pour tout ce qui concerne les médias, les trucs un peu tendance, euh, les, les films qui sont sortis, euh, et les radios, oui, oui évidemment oui, euh, ce qui se passe à la radio mais c'est marrant parce qu'on, on nous prend parfois pour des spécialistes, moi je me considère pas comme une spécialiste de tout ce qui se fait en radio, euh, en Belgique et en France, euh, non, euh, je m'y connais peut-être un peu plus que la moyenne forcément mais, euh, mais, euh, mais voilà, ce qu'on entend souvent c'est, euh, « ho je suis désolée j'écoute pas Contact », bha c'est pas grave tu fais ce que tu veux, en attendant on est numéro 1 donc il y a quand même beaucoup de gens qui écoutent mais, euh, (rires), je pense qu'il y a beaucoup de gens aussi qui écoutent Contact sans parfois le savoir, parce que voilà c'est la radio musicale par excellence, donc euh, voilà on me demande mon avis, oui et non, euh... pour la que, la question précise chercher une radio à écouter, en général, on me demande pas mon avis parce que je suis quand même très partielle (rires).

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu as vraiment l'impression d'être une intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ?

L- Ha oui, ha ça complètement ! Je crois que vraiment, euh... il y a le, le dauphin, c'est Radio Contact, euh, tout le monde le connaît ce dauphin, tout le monde connaît Radio Contact, mais on peut pas vraiment parler au dauphin, donc on a les animateurs, donc nous on est vraiment le lien entre ce qui se passe, euh, à l'antenne, euh, et, et les gens, les auditeurs, alors, euh... ça peut être, tout simplement en leur faisant gagner des cadeaux, en les, en les faisant passer à l'antenne, euh... et alors, euh, le sentiment d'influence personnelle, euh, je pense que pour pas mal d'auditeurs, en tout cas les auditeurs les plus réguliers, on est vraiment des amis. Déjà, il faut savoir que le 16/20, on est une bande de potes, vraiment nous 4, on s'entend super bien, on... on a des personnalités différentes, peut-être que dans la vraie vie on n'aurait pas été amis, on se serait pas rencontrés mais le fait est que, voilà, on passe beaucoup de temps ensemble, on s'entend très, très bien, euh, on est très, je pense qu'on est très naturels à l'antenne, quand on se marre, on se marre avec sincérité, et donc les gens, on les a inclus dans notre groupe d'amis. Vraiment, en nous écoutant ils connaissent notre, nos personnalités et donc je pense qu'ils font partie de notre groupe d'amis, c'est ce qui fait d'ailleurs que quand on rencontre les auditeurs, il y a vraiment, bha on se connaît, en tout cas eux nous connaissent et donc le lien se crée très vite, euh, maintenant d'influence dans le sens où si on leur dit « tel film est bien, faut aller le voir », euh, je pense qu'en partie notre avis va jouer, euh, comme le bouche-à-oreille, comme le conseil d'un ami, après si eux n'ont pas aimé, ils n'auront pas aimé, c'est pas parce qu'on leur a dit que c'était bien qu'ils vont adorer, mais, euh... mais on essaie de leur faire en plus découvrir des choses donc, euh, dès qu'il y a des nouveautés le, le principe du 16/20 c'est la mise à jour, donc tout ce qu'il s'est passé dans la journée et que tu n'as pas pu suivre parce que toi tu travaillais, bhe nous on l'a suivi pour toi et on, on te recrache tout entre 16h et 20h donc forcément on a une influence parce qu'on te fait connaître des choses que t'as pas eu le temps de voir. Après, les goûts de chacun, je pense que, c'est pas, c'est pas parce qu'on te dit que c'est bien que tu vas forcément aimer mais...

D- Hum, hum...

L- Voilà, je sais pas si c'est assez clair hein (rires)...

D- Oui ! Et est-ce que tu es présente sur les réseaux sociaux ?

L- Oui, alors euh, moi je suis présente sur Facebook, euh, depuis 2007 comme la plupart des gens avec mon profil, euh, privé mais depuis quelques années j'ai ma page personnelle, euh... et j'ai Instagram également, euh... Instagram ça fonctionne de mieux en mieux, c'est vraiment un truc assez, assez nouveau pour moi, ça fait moins d'un an, euh... par contre Facebook, euh, ouais ça cartonne, j'ai 25 000 abonnés (rires). Twitter beaucoup, je suis, je suis sur Twitter mais je suis maintenant quasiment plus présente, fin je poste plus, plus grand-chose, Snapchat j'ai encore un peu du mal, fin c'est pas mon truc, mais, voilà, Facebook, Instagram, et, euh, et je crois que c'est un outil vraiment utile pour être en contact

aussi avec les gens, pour, euh, développer un peu certaines, euh, plutôt les aspects coulisses de l'émission, euh... par exemple hier matin on a fait un tournage, euh... bhe je vais poster une photo du tournage alors que les gens ne verront la pub que... dans un mois je pense, quelque chose comme ça et là je me dis « bon bhe ils ont déjà une photo, euh, c'est un lien un peu sympa, un lien un peu backstage avec les gens » et puis en plus on peut s'envoyer des messages et ça c'est top parce que, vraiment nous on répond à tout le monde, euh... et, euh... et c'est sympa quoi parce que c'est un, c'est un bon retour en fait parce que c'est vrai que la radio, on envoie notre voix mais on a peu de retour en fait à part les... quelques personnes qui gagnent des concours et qui passent à l'antenne et là avec les messages, bhe tous les jours on peut, voilà s'il y a un, un truc qui leur a pas plu, fin ça c'est jamais vraiment arrivé, mais si voilà ils ont une question même une précision, mais voilà, on se répond quoi.

D- Ok ! Et lorsque tu apparais dans une campagne de communication justement pour Radio Contact, est-ce que dans ce cadre-là tu penses voir un rôle d'influenceur aussi ?

L- Je pense qu'on... qu'on... on, on incarne la radio, donc moi je suis pas, je suis pas connue, euh... alors David, euh, a quand même une notoriété, euh, mais moi je, je, je suis pas une fille, euh, connue, euh, qu'on voit dans les magazines, par contre, j'incarne « tiens, ha c'est l'une des nanas qui anime sur Radio Contact », donc je pense que, je sais pas si ça influence les gens mais c'est plus une incarnation, en plus il y a pas beaucoup de filles, euh, je pense que j'ai la, moi j'ai 31 ans, j'ai l'âge de l'auditrice-type, euh... je suis pas, euh, la plus belle fille du monde, euh, je suis sûrement, j'espère pas la plus moche non plus, fin je suis vraiment très dans la moyenne je pense des gens et donc c'est, euh... je sais pas si c'est de, de l'influence mais en tout cas, euh, c'est plus ouais l'incarnation de... de... de Radio Contact, fin d'une des facettes de Radio Contact.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise et comment tu définirais un ambassadeur d'entreprise ?

L- Alors je connais pas en particulier ce terme-là mais un ambassadeur d'entreprise c'est justement quelqu'un qui incarne son... son entreprise donc ça, ça veut dire que t'es très, que, à priori que t'es quelqu'un de corporate, qui parle de son entreprise, euh, et je trouve que ça correspond, euh, vraiment tout à fait à Radio Contact et au travail d'animation, je crois qu'on, on, quand on est animateurs on... on anime une émission mais on incarne aussi la radio, euh... et, euh... et donc euh, oui forcément on est des, des ambassadeurs d'entreprise et on le fait avec, euh, avec plaisir d'autant qu'on aime notre, euh, notre produit, on aime ce qu'on fait, on aime la marque, on aime la musique qu'on passe, on aime les auditeurs qui nous écoutent, euh... donc je pense, euh, qu'on est totalement des ambassadeurs d'entreprise et que l'entreprise d'ailleurs se sert de nous, euh, voilà et que ça fait partie, on va dire du, du job...

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

L- Ha (rires), non je pense, vraiment je pense pas, je pense pas, c'est, c'est rigolo parce que c'est vrai que les auditeurs, euh... euh... quand ils écoutent vraiment l'émission quand ils nous connaissent, euh, bhe ils nous demandent des photos, euh, mais c'est marrant parce qu'en général il y a cette partie-là où ils vont demander des photos, il y a le côté un peu people et puis très vite, on devient vraiment potes, parce que, je, en général, quand on voit les auditeurs, c'est rarement pour les croiser, c'est souvent pour passer un, un moment avec eux, et donc on a vraiment le temps de délirer sur plein de choses et donc, euh, je crois qu'au départ il y a ce côté un peu people « ouais c'est David Antoine et son équipe », et puis très vite ça devient, euh, ça devient des potes, on s'invite sur Facebook, euh, fin voilà moi il y a des auditeurs avec je suis, je suis pas amie dans le sens où ça, ça, on est dans une, fin c'est un grand mot quand même, et euh, et euh, j'ai déjà, j'ai déjà mes potes de mon côté, mais euh, mais parfois je suis amie avec eux sur Facebook et on s'envoie des petits messages parce que, on s'est vus le temps d'un weekend ou euh, donc c'est assez délicat la célébrité, euh, moi je pense, c'est qu'on n'est pas surexposés, même si c'est, euh, de plus en plus le cas, euh, j'ai pas spécialement de problème avec ça, avec la, euh, avec l'exposition mais je trouve que c'est justement un des côtés faciles de la radio, c'est que, on se promène dans la rue, euh, il y a aucun problème, fin (rires), voilà... on... ne nous connaissent en fait que les gens qui cherchent à nous connaître, je pense, physiquement en tout cas, euh, les gens qui écoutent juste la radio dans leur voiture, qui aiment bien comme ça, euh, voilà ils connaissent nos voix et les gens qui sont vraiment fans de l'émission, euh, ils vont aller regarder en télé, sur les réseaux sociaux, et, euh, et, euh, et là ils vont nous connaître physiquement mais c'est plus un choix en fait que, un truc qu'on leur impose, comme à la télévision, bha voilà tu connais la tête de, de Jean-Michel Zecca ou de Virginie Efira, voilà, c'est encore autre chose, quoi, c'est un autre dom, un autre niveau (rires).

D- Ok ! Et une toute dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ça, quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

L- Alors écoute moi j'ai le sentiment d'être hyper consensuelle dans toutes mes réponses, et d'être très, euh, pom-pom girl de Radio Contact, et j'aimerais être un peu plus Rock'n'roll mais malheureusement c'est vraiment ce que je pense, mais c'est vraiment une radio dont on est, dont on est fier, vraiment je pense qu'on est tous, en tout cas dans le 16/20, on aime vraiment bien travailler ici, euh, on aime l'ambiance de travail, on aime le produit, euh, euh... donc euh voilà j'aimerais ta, ta, t'apporter plus d'aspérité mais malheureusement non (rires) !

D- Non mais de toute façon je voulais récolter ton avis !

L- Voilà mais j'espère que j'ai pas trop mal répondu !

D- Non mais il y a pas de bonne ou de mauvaise réponse ! Merci en tout cas d'avoir répondu !

L- Non j'imagine, mais je t'en prie !

ANNEXE 16. INTERVIEW DE THIBAUT FASSULETO

D- Alors, euh, donc pour commencer est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ?

T- Alors je m'appelle Thibaut, euh... je travaille pour, euh, pour Radio Contact, euh... depuis, euh, pas mal d'années déjà, depuis, euh... alors si je me souviens bien, euh... (réflexion), depuis 2000... 2000 je crois, euh, non, non pardon, euh... avant, avant, avant toute chose je suis arrivé, j'ai commencé en 2000 chez Bel RTL...

D- Hum, hum...

T- Euh, j'y ai travaillé pendant 5 ans, euh... c'était, euh, mon premier boulot après, après mes études...

D- Ha oui...

T- Euh... j'ai fait un peu de tout sur, euh, sur Bel RTL, la présentation essentiellement mais aussi du reportage, l'info routière...

D- Hum, hum...

T- Euh... ensuite je suis, j'ai travaillé, euh, un an et demi à Paris, euh... chez Endemol pour TF1 où, euh, où j'ai travaillé sur différentes émissions de télé-réalité...

D- Hum, hum...

T- Comme la Star Académie, euh, La Ferme Célébrité, etc., euh... et puis, euh... et puis, depuis 10 ans maintenant, ou 10 ou 11 ans donc je suis sur, euh, sur Radio Contact, euh... et, euh... donc je présente les infos, je suis journaliste à la base, et euh... depuis 3 ans, euh, je suis également dans le 16/20 avec David, euh... et, euh... et ça se passe bien, voilà ! Tout simplement !

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire, et... ?

T- Alors, euh, j'ai fait mes études primaires, secondaires à La Louvière...

D- Hum, hum...

T- A... ensuite j'ai fait, euh, j'ai fait mes études à Liège, donc mes, euh, mes études supérieures, je suis parti, j'avais envie de... de, un peu m'ex, m'expatrier, quitter un peu ma, ma région natale pour découvrir d'autres contrées, euh... donc j'ai fait mes études à... à Liège... euh... en, j'ai fait un, un... un graduat, fin à l'époque c'était ça donc, euh... et, euh... fin j'ai d'abord fait l'unif ça m'a, ça m'a, ça m'a pas plu donc après j'ai fait un graduat, et, euh... et voilà et puis après bhe directement j'ai commencé, euh, quand j'ai fini mes études, j'ai fait mon, mon dernier stage, ha oui j'ai fait aussi des stages, plusieurs stages, j'ai fait un stage d'abord en presse écrite, euh... à la Nouvelle Gazette à La Louvière, ensuite j'ai fait un stage aussi à la RTBF pour une émission qui s'appelait, euh, L'écran témoin

mais qui n'existe plus, et, euh... mon dernier stage c'était à Bel RTL, ça s'est bien passé et c'est pour ça qu'ils m'ont, qu'ils m'ont proposé, euh, d'être pigiste, euh...

D- Hum, hum...

T- Voilà !

D- Ok ! Et donc t'as fait des études en journalisme, c'est ça ?

T- Oui, oui, oui, c'est ça, communication, journaliste, tout à fait, oui, oui, oui !

D- Ok ! Et, euh, quel est ton statut ici au sein de l'entreprise, tu es toujours pigiste ou employé, cadre ?

T- Actuellement, alors je suis employé, donc euh, bhe j'ai été longtemps pigiste, hein, des années...

D- Ouais...

T- Euh... et j'ai un contrat, ça fait maintenant 5 ans, donc euh, t'imagines bien que j'y ai un peu, euh, je suis resté très, très, très longtemps pigiste et, euh... et donc voilà, maintenant je suis salarié, employé depuis 5 ans.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu peux me décrire un petit peu en quoi consiste ta fonction d'animateur sur Radio Contact ?

T- Euh... alors (réflexion), d'abord petite précision, j'ai pas le titre d'animateur, hein donc je ne me présente pas comme un, comme, comme, comme animateur, comme David peut l'être, comme Olivier Arnould, comme fin des animateurs, euh, qui font... voilà qui sont, qui animent, moi mon statut c'est jou, journaliste, euh... avec un rôle, euh, de chroniqueur plus dans, dans l'émission de David, euh... quand je dis chroniqueur c'est au sens un peu plus large parce que c'est plus de la co-animation aussi, c'est-à-dire que, fin je sais pas si tu as écouté, si tu écoutes des, si tu as déjà entendu un petit peu le 16/20, euh...

D- Oui, un petit peu...

T- On est plus dans le côté, euh... euh, divertissement, euh, euh... piques entre nous, rigolades, euh... voilà, euh... c'est pas, euh, c'est pas du, du, des chroniques, euh... où je viens lire mon texte etc., voilà, c'est plus, euh, je fais plus pa, on fait plus partie de, de, de l'équipe, on est une bande de potes mais le leader c'est David, donc, euh... lui il a vraiment le rôle d'animateur quoi.

D- Hum, hum... ok ! Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Radio Contact ?

T- Oui, je pense que... je pense que... oui, à partir du moment où c'est mon employeur principal, euh... où on est une... euh... on est un média, euh... où l'image compte forcément on, on apparaît, euh... sur les réseaux sociaux, euh... euh... via, via les spots promo, euh... donc oui, oui, oui, euh... je pense

que... forcément il y a l'étiquette Radio Contact qui, qui me colle, oui, oui forcément, c'est pas, on peut pas faire autrement je pense.

D- Hum, hum, et est-ce que tu t'identifies à la marque Radio Contact ?

T- Oui, euh... tu veux dire, euh... si je me plais, euh, si ça, si... si...

D- Est-ce que toi tu te sens proche de, de ce que la marque véhicule ?

T- Oui, oui, tout à fait, oui, oui, euh, euh... (réflexion) je pense, fin je, oui, oui... j'a, j'a, j'aime bien, je m'amuse, euh... je... je sais que... euh... on est, euh, on est numéro 1 aussi donc forcément ça, il y a une certaine fierté aussi d'être, d'être la radio la plus écoutée en Belgique francophone. Donc, euh, donc oui, oui, je, je m'identifie, euh... je sais, euh, je sais, euh, les... euh, vers quel public on s'adresse, euh, à qui on s'adresse et, euh... et quelque part, quand on me reconnaît dans la rue, euh, parce que bon, ça arrive, euh... je sais que... euh, bha d'abord, bho je suis, ça fait plaisir mais je sais que derrière ça, il y a, il y a, il y a l'image de Radio Contact qui est, qui est là quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et tu parles du sentiment de fierté justement, pour quelle raison tu as ce, ce sentiment de travailler pour Radio Contact ?

T- Ce, de... d'être fier de travailler pour cette radio ?

D- Oui, c'est ça !

T- Parce qu'on est numéro 1, parce que l'émission dans laquelle je bosse est numéro 1 (sourire), bha c'est pas de la prétention, c'est, c'est la vérité, tu vois ?

D- Hum, hum...

T- C'est toujours, c'est toujours, euh... toujours plus facile de forcément, de travailler dans une radio qui est leader que, que... qu'en-dessous donc, euh, après c'est, c'est, c'est pas pour autant que... euh... on se dit bhe voilà, on est numéro 1, euh... euh... on a, euh, les choses sont acquises, quoi, non c'est un travail constant, un travail, euh, quotidien, euh... donc, euh, donc, donc oui, fin, c'était quoi ta question parce que...

D- C'est pour quelle raison t'as ce sentiment de fierté à travailler pour Radio Contact ?

T- Parce qu'on est numéro 1, parce qu'on s'amuse, parce qu'on est une bonne bande, parce que, on se prend pas la tête, je pense que ça c'est très important...

D- Hum, hum...

T- Et je pense que le, le, le public, euh... euh... on peut pas tromper le public je pense, le public il est, euh... le public il... il sait quand c'est, quand c'est vrai qu'on, quand c'est faux, et je pense que nous, oui, oui, je pense qu'on est vrais, euh, on se cache pas derrière, euh, derrière un... euh... derrière un...

euh... des, des lumières en... en disant qu'on est, on... on, on se, on est vrais en fait, tu vois, on... on se donne pas, on se donne pas un style, euh... moi je pense qu'on est a, on est naturels et je pense que c'est ce qui fait la force de Radio Contact, ouais.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que la marque Radio Contact valorise, met en avant ta fonction entre guillemets d'animateur ?

T- Euh... Oui, oui, parce que... parce que c'est une radio forte, parce qu'on appartient à un grand groupe, euh... parce que, il y a des moyens, ça aussi c'est important...

D- Oui...

T- Parce qu'on est soutenus, euh, par la direction, ça aussi c'est très important, euh... oui, euh... la marque forcément elle est, euh... elle est primordiale, euh... je, je pense que si, si on travaillait pour une radio qui n'était écoutée que par 2000 personnes, je prends, c'est, c'est un exemple, bha évidemment, euh... ce serait pas la même chose quoi, euh...

D- Ouais...

T- Donc oui il y a une... (réflexion), oui je pense, qu'on, oui je pense qu'on, je pense que le mot fierté d'une manière générale, tu le disais tout à l'heure, tu posais la question, je pense que c'est ça, c'est, c'est fierté en, en majuscules, quoi, tu vois ?

D- Hum, hum...

T- D'être fier de travailler pour une radio qui est leader, ouais.

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que... que le fait de... (interruption de quelqu'un qui entre), donc est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Radio Contact ce soit un facteur de motivation au quotidien dans l'exercice de ton métier ?

T- Ouais, ouais, euh... bien entendu mais je veux, je vais, je vais me répéter, excuse-moi mais, euh... euh... oui, euh, c'est sûr que quand on est leader, quand on, euh... quand, quand on, euh... quand on, quand on sait qu'on est écoutés par des, des, des... des centaines de milliers d'auditeurs tous les jours, euh, forcément ça... ça aide, hein, euh... c'est évident quoi, c'est naturel je pense, c'est naturel, je pense que... on va, tu vas poser la question à n'importe qui, à n'importe quel animateur, euh, il te dira, euh, euh... « c'est toujours plus gai, toujours plus... plus chouette de... de, de, de, de travailler quand on sait qu'on est écoutés par un grand nombre de personnes que par 2000, 2000, euh, 2000 personnes », quoi, tu vois ? Évidemment...

D- C'est sûr, et, euh... dans le même ordre d'idée, est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

T- Euh... oui, bhe je reconnais que, effectivement, euh... je pense qu'il... c'est ce que je disais tout à l'heure, la, la, la... (réflexion), il y a une certaine, euh, alors c'est, c'est un échange entre la direction, et euh... et, et, et nous et les animateurs, fin, les, l'équipe de Radio Contact de manière générale, il, il faut qu'il y ait du donnant-donnant, nous on travaille pour, euh, pour une société, euh, leader, euh, il, on donne quelque part aussi notre image, notre... euh... euh... (réflexion), on travaille forcément, on est, on est employés mais aussi, il faut qu'il y ait un retour de la direction, une certaine confiance, je pense que c'est très, très important, moi je, moi j'ai besoin d'être, de travailler dans un climat comme cela, c'est-à-dire, de me dire que... mon travail est apprécié, qu'on me, qu'on me, qu'on me laisse une certaine liberté, pas trop non plus, euh... parce que... c'est important d'être quand même guidé, euh... et puis d'être, oui, d'être, d'être soutenu, euh... qu'il y ait un, un rapport de confiance quoi, ouais. Donc je pense que, oui, oui, oui, la reconnaissance est très importante, oui.

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer justement les valeurs de Radio Contact, notamment dans les campagnes de communication, ou, euh, tu parlais tout à l'heure quand tu te promènes dans la rue, euh... ?

T- Est-ce qu'on est briefé, c'est ça ?

D- Oui c'est ça !

T- Non... euh... (réflexion), euh, non alors après oui il y a, il y a, il y a certains plans de comm, on doit participer, hier par exemple on a fait un tournage avec l'équipe du 16/20, euh... c'était pour une action qu'on doit, qu'on va lancer avec Red Bull, tu vois ?

D- Hum, hum...

T- Euh... c'est sûr que... on, on nous demande d'y participer, quelque part on donne notre image, euh... mais je pense que c'est, euh... on sait très bien que derrière, c'est ce que je, je, je viens de dire il y a 5 minutes, c'est du donnant-donnant donc on donne notre image, on accepte de participer à des campagnes de publicité, mais il faut que derrière, euh... bhe on nous, on, on, on, on nous, quelque part, euh... on nous remercie pour le travail qui est, qui est, qui est fait, euh, voilà, bhe c'est, c'est, c'est, c'est un échange entre, un employé et... et la direction, quoi, tu vois, c'est du donnant-donnant, euh, euh... mais alors briefés, euh... non, fin moi on me dit pas comment je dois me comporter quand, quand je rencontre des gens en rue, hein, non... Ça aussi c'est important je pense qu'on n'est pas des robots, tu vois, on n'est pas des robots avec la marque Radio Contact, on travaille pour Radio Contact mais on a notre, notre vécu, notre personnalité, euh... et ça, et... le mélange des deux est très important je pense. J'appartiens pas, fin, c'est, je, je, je, je travaille pour Radio Contact mais, euh... (réflexion) mais quelque part j'ai aussi mon, ma personnalité, euh... euh... voilà, donc c'est, ça c'est, ça, ça, c'est important aussi de garder ça, de ne pas, on n'est pas des robots, quoi, voilà ! Je pense que c'est, ouais, c'est très important.

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle à la radio, par exemple des choses que tu dois pas dire ou... ce genre de chose ?

T- Bha on peut pas parler de la concurrence, forcément, euh... bhe ça c'est un peu, c'est un peu le, le, logique, euh... bhe, on peut pas non plus, fin, je, je veux dire, il y a pas vraiment de contrainte, on nous dit pas « il faut pas dire ça », mais je pense que ça se fait naturellement, on va pas commencer à démolir la boîte dans laquelle on bosse, ça c'est logique, tu t'en doutes, euh... mais je pense aussi qu'il y a... de la force aussi je pense de, de Radio Contact, en tout cas de, de l'émission du 16/20, c'est qu'on a aussi une liberté de parole, c'est-à-dire que, euh... par exemple, moi bhe je m'occupe de, de la rubrique cinéma toutes les semaines, j'ai pas peur de dire, euh... qu'un film, euh, tu vois est... est nul ou quoi, même si, euh... euh... même si... il est, euh... il est entre guillemets sponsorisé par Radio Contact, fin si Radio Contact est partenaire, alors je dirais, je vais pas le casser, je vais pas le démolir, je vais pas dire que c'est de la merde mais je vais dire « moi j'ai pas trop aimé », quoi tu vois ? Voilà et je pense que ça c'est important aussi et je reviens à ce que je disais il y a, il y a, euh, il y a 3 minutes, on travaille pour Radio Contact mais il faut, euh, il faut garder ce côté un peu naturel où, euh, on a aussi des choses à dire et, euh... et euh... et c'est important. Alors, je sais pas combien de temps je vais encore travailler pour Radio Contact, je sais pas, mais, euh... Il faut, faut aussi penser à l'après, tu vois ce que je veux dire ?

D- Ouais...

T- Euh... il faut aussi se dire que... euh... il faut garder sa personnalité pour, pour, euh, pour l'après, on sait jamais ce qui peut arriver, si après, bhe voilà, si, si on travaille pour d'autres médias, euh, je pense que c'est important de garder, d'avoir une vraie personnalité quoi...

D- Ouais, ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage te demande, euh, ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter ?

T- Euh, mon avis c'est-à-dire, euh, est-ce que ?

D- S'ils cherchent une radio à écouter, euh, est-ce qu'ils vont te demander ton avis parce que tu travailles... ?

T- Non je pense que les gens ils savent fait, ils savent, euh, fin, on m'a jamais posé la question de me dire, euh, tiens pourquoi est-ce que je, je, je, pourquoi je devrais écouter Radio Contact, je pense que les gens le... sentent toutes, fin je veux dire, euh, il y a des gens qui aiment bien, il y a des gens qui n'aiment pas, il y a des gens qui n'ont pas peur de me le dire, et ça c'est, j'ai aucun problème avec ça, moi je fais, voilà, je fais une diff, diff, différence entre, euh... (réflexion) entre mon boulot... et, euh, et ce que moi j'aime dans mon boulot, c'est-à-dire que... fin c'est-à-dire que... non, je recommence tout, je, je, je reprends, je fais une différence entre mon travail au quotidien et mes goûts personnels, euh, moi c'est pas parce que... euh, on passe de la musique, sur Radio Contact que je vais me dire « ha bhe moi j'adhère

totale à 100% à la programmation musicale de Radio Contact », euh, il y a des choses que j'aime bien, il y a des choses que j'aime pas, voilà, encore une fois on n'est pas des robots, euh... euh... il y a des choses que j'aime bien chez Radio Contact, euh, il y a des choses qui, qui me plaisent, peut-être un, un, un, un peu moins, il y a des sketches le matin, peut-être dans le Good Morning qui me font pas rire, euh, voilà ! Mais je pense que ça fait, c'est humain quoi, tu vois, je pense que tu vas, tu vas poser la question à un animateur de RTL TVI, c'est un peu la même chose, il va dire « oui, euh, j'aime bien RTL pour ça, mais, mais j'aime pas tout, euh... j'aime pas tout chez RTL », quoi, bhe c'est, c'est humain, c'est normal...

D- Hum, hum...

T- Euh... donc, euh, bhe voilà moi les gens qui me disent, euh, « ho bhe moi j'aime pas, désolé, hein je m'excuse mais j'aime pas Radio Contact », mais t'as pas à t'excuser quoi ! Voilà, c'est, chacun, chacun est, chacun écoute ce qu'il a envie. Moi, moi c'est mon boulot, c'est mon, mon travail au quotidien, je reprends aussi l'exemple de quelqu'un qui travaille dans une banque, qui, qui est employé dans une banque, c'est pas pour autant qu'il adhère à 100% à, au, à tous les produits, euh, proposés par la banque, quoi, tu vois ce que je veux dire ?

D- Hum, hum, ouais...

T- Donc voilà, il y a une différence entre son boulot et ce qu'on aime personnellement quoi !

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ?

T- Oui, ça oui, ha oui ça pour le coup, oui, euh... bhe c'est normal, je pense qu'on est, on... euh... on est, on est le, le, le... on est le relais, en fait, si tu veux, entre Radio Con, entre l'entreprise, fin, la, la radio et les auditeurs, euh, le, le, le canal bhe passe par nous donc forcément oui, euh... oui mais ça c'est logique, ça, euh, on peut pas, oui, c'est naturel ça c'est normal.

D- Ouais... Et est-ce que tu as, d'une certaine manière le sentiment d'influencer les auditeurs ?

T- Euh... bonne question, euh... (réflexion)

D- Peut-être justement dans tes chroniques, euh...

T- Oui ! Euh... bhe le but c'est ça aussi, tu vois, le but c'est, euh (réflexion), bhe leur, de savoir aussi, et ça aussi c'est très important, que notre but au quotidien c'est essayer d'amener le plus d'auditeurs possible donc au, quelque part oui on essaie de les influencer...

D- Ouais...

T- On les, on les influence en essayant de, de, de, qu'ils viennent vers nous, donc euh, oui il y a un travail d'influence, tous les jours au quotidien. Après, euh... ça se fait un dans, dans, c'est, ça... ça se

moule dans le truc quoi, c'est-à-dire, euh... on dit pas euh, je fais, je fais pas la promo tous les jours, euh, on disant « il faut écouter Radio Contact, il faut écouter Radio Contact, il faut écouter Radio Contact », on essaie par des, par, par différents moyens, par euh, par les chroniques, par euh, par le ton, par euh, l'ambiance, par les concours, c'est très, très, très important aussi les concours et, euh... et par l'image qu'on donne sur les réseaux sociaux, euh, etc. quoi, oui quelque part, oui on influence, oui le but c'est... de faire en sorte que Radio Contact reste un numéro 1, quoi.

D- Hum, hum... ok ! Et, euh, justement tu parles des réseaux sociaux, est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ?

T- Oui, euh... (réflexion), alors oui, oui, euh, alors j'ai mon compte (réflexion) sur Facebook, oui sur la plupart des réseaux sociaux. Sur Facebook bhe j'ai, j'ai un compte privé comme tout le monde, alors depuis quelque, au début je voulais pas créer une page publique parce que je ne... je ne me considérais pas comme... euh, comme une personnalité publique entre guillemets, euh... mais je, on, je me suis rendu compte que, j'avais tellement de (rires) tellement de demandes d'amis sur, euh, sur mon compte privé, c'était ingérable, je... euh, et, et, tous des gens que je connaissais pas forcément, et, euh, je peux pas les accepter comme amis, parce que, bhe parce que je les connais pas, tu vois ?

D- Hum, hum...

T- Donc, euh, j'ai, j'ai créé une page, euh, oui, euh, une page, fan hein, mais c'est pas prétentieux ce que je dis là hein, c'est parce qu'on l'appelle comme ça, et, euh, et donc oui, oui, euh, j'ai une page, je suis présent sur Instagram, on... on est beaucoup aussi présents sur la, la page de David Antoine, en fait, euh, la, la page fan de David Antoine regroupe si tu veux, euh, l'émission, tu vois, la vie de l'émission, les coulisses de l'émission, donc on est présents aussi beaucoup sur sa page, et la page de Radio Contact aussi évidemment. Alors, je suis moins, bha j'ai un compte Snapchat aussi (rires) mais je suis moins, moins... moins fan, euh... mais euh, ouais, c'est important aussi d'être présent sur les réseaux sociaux, c'est, c'est, c'est, ouais, on peut pas passer à côté quoi, voilà.

D- Ouais, et est-ce que tu peux me parler du genre de contenu que tu y publies ?

T- (Réflexion) bha, pff

D- Sur ta page, professionnelle...

T- Bha beaucoup de photos, forcément, c'est ce qui attire le plus de gens, de commentaires, de gens, le plus de likes.

D- Ouais...

T- Euh... des photos, les, les coulisses de, de, de l'émission, euh, des photos de vacances, euh... je pense que les gens quelque part, euh, ont, ont, on voit, voit, voient Radio Contact à la télévision, parce qu'on passe en télé, ça c'est aussi important, euh, nous écoutent mais, mais ils ont envie de connaître un peu

les coulisses de, de l'émission, le, entre guillemets la vie de chacun. Alors c'est du fake évidemment parce que, on va pas, on va pas étaler notre vie privée évidemment, mais on met, on met ce qu'on a envie de mettre mais, c'est important oui, euh, c'est important que, qu'on, qu'on, que les gens bhe nous, nous voient, euh, euh... ça fait vivre l'émission aussi, euh, euh, quand on n'est pas diffusés quoi, tu vois ?

D- Ouais...

T- Donc oui c'est un, oui c'est très, très important, on peut pas passer à côté, oui, oui.

D- Hum, hum, ok ! Et lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Radio Contact, est-ce que tu penses à ce moment-là avoir un rôle d'influenceur ?

T- Euh, alors je reviens à ce, à, la question précédente, euh... quand on (réflexion), on essaie d'être le plus naturels possible mais... on n'est jamais naturel à 100% parce que, on a, que ce soit sur les réseaux sociaux, sur ma page ou, euh, sur, euh, les, les, les campagnes promo, euh... on, on, on, on, on, on, on a un rôle à jouer tu vois ?

D- Hum, hum...

T- Donc je vais, bon, pour sur les réseaux sociaux, je vais pas commencer, euh, il y en a peut-être qui le font, tant mieux pour eux, mais moi je vais pas commencer à, à me montrer comment je suis du matin, euh, tu vois, euh, tu vois, au réveil, tu, tu, vois ce que je veux dire ?

D- Hum, hum...

T- Euh, on essaie, euh, on essaie de toujours, de, de, de rendre, de faire en sorte que la photo soit la plus (sourire), la plus belle possible mais c'est tout le monde, tu le fais aussi, euh, tout le monde le fait et voilà donc on n'est, on n'est pas vraiment soi-même, tu vois ce que je veux dire, on essaie de montrer que... de faire en sorte que le, l'auditeur ou le, le, la personne qui, euh, sur les réseaux sociaux croit que t'es le plus naturel possible mais on ne l'est pas, tu vois c'est, c'est, c'est un jeu quelque part, c'est un... c'est, c'est, c'est une image qu'on donne...

D- Hum, hum...

T- Euh... (réflexion) on, alors les personnes qui disent « ho moi je, moi je suis le plus naturel possible », bha pff, mais euh, je, je pense que c'est pas vrai, je pense qu'on peut, on peut jamais être naturel à, à, à, à 100%, euh... on essaie de faire croire qu'on l'est mais on ne, on ne l'est pas.

D- Hum, hum.

T- Mais oui on, euh... c'est quoi, c'était quoi ta question, euh ?

D- C'était est-ce que, à travers les campagnes de communication tu penses avoir un rôle d'influenceur ?

T- Euh, bha oui, oui... parce que j'en reviens à ce que tu disais tout à l'heure, euh, on a, on a, oui, quelque part on a, on, on, on, on est l'image de Radio Contact, on est des images de Radio Contact, donc oui, il faut que le, le, le but c'est de faire en sorte qu'il y ait le plus de, d'auditeurs possible, tu vois. Donc, euh, oui forcément on essaie d'influencer quoi...

D- Ouais, ok ! Et, euh, est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise et comment tu définirais un ambassadeur d'entreprise ?

T- Euh... (réflexion) alors j'ai déjà entendu parler du, du, du terme, euh, euh... oui mais précisément, euh, qu'est-ce que cela comporte, je t'avoue que, euh... j'en sais, j'en sais trop rien, bhe je pense que, euh, je pense que le, le, le, le, être ambassadeur de l'entreprise, c'est, euh, c'est être l'image de l'entreprise...

D- Hum, hum...

T- Euh... de... défendre les valeurs de l'entreprise, euh... et faire, faire en sorte que oui, quelque part c'est, c'est, c'est, c'est de la, c'est de la pub un peu cachée quoi, se dire, euh... le, le, le, le but c'est, c'est de faire connaître l'entreprise mais, mais, mais c'est pas vraiment de la pub quoi tu vois, c'est, oui je pense que c'est ça, c'est, c'est, c'est, c'est à, faire en sorte d'attirer le, le, d'attirer les gens et de faire en sorte que, qu'elle, que l'entreprise soit connue auprès des, auprès des gens. C'est d'essayer de, notre rôle c'est de mettre la, fin le rôle de l'ambassadeur d'entreprise c'est, d'essayer de... de mettre la lumière sur, euh, sur l'entreprise quoi...

D- Hum, hum...

T- Ouais, je pense que c'est ça, mais après voilà, je pense qu'il y a des, des, des... des spécifications propres mais euh, voilà.

D- Ok ! Et est-ce que toi tu te sens comme un ambassadeur d'entreprise pour Radio Contact ?

T- Euh... (réflexion) oui, mais pas euh... (réflexion), oui, oui bien, oui, parce que c'est mon boulot, euh, parce qu'on est, on est, on travaille pour un média donc ça, forcément c'est déjà aussi des, c'est déjà différent que si on travaillait pour, euh, pour, je sais pas pour n'importe quelle autre entreprise, ou chez Delhaize ou je sais pas tu vois, donc, euh, oui, euh, il y a ça et, euh, mais alors moi je fais une différence entre mon boulot quand même et ma vie, ma vie, euh, ma vie privée et ma vie quotidienne. Je suis pas, euh, je me considère pas ambassadeur d'entreprise, fin de, de Radio Contact, euh 24h/24 quoi, tu vois ?

D- Hum, hum...

T- Euh... je pense que ça c'est important aussi, euh (réflexion) il faut, on n'est pas comme des, euh... (réflexion), comme des, comme, comme des, par exemple des, des, des chanteurs ou tu vois qui ont, on n'est pas des artistes du vois ce que je veux dire, on vit pas le truc non plus à, 24h/24 quoi, euh... je fais une différence oui entre, entre ma, et ça c'est important parce que sinon on pète un câble, hein, entre la,

entre, entre mes amis, qui me connaissent, euh, ma famille, euh, euh, qui me connaissent, voilà, euh, qui savent comment je suis etc., et euh, et mon boulot quoi, tu vois ?

D- Oui, il y a des situations peut-être plus propices, euh... ?

T- Ouais, euh, bhe je pense qu'il faut, il, il faut, faut, faut sa, faut aussi, faut aussi re... euh, il faut toujours avoir aussi dans l'esprit que... euh... que, que tout peut s'arrêter du jour au lendemain quoi, tu vois, euh, c'est pas quelque chose, euh, qui, qui va durer, euh, tu vois, qui, qui, à un moment où à un autre, tu vois ça, ça va s'arrêter puis il y a des, des, des autres qui arrivent, euh, des jeunes, la nouvelle génération, euh, et ça, les, les, les, les médias sont, maintenant évoluent très, très fortement, on est dans une époque où ça évolue très, très, très, très vite quoi, et donc tout peut arriver et ça je crois qu'il faut en prendre conscience, quoi, il faut... euh... oui alors je suis ambassadeur de, de Radio Contact quand je bosse, quand je, je suis... euh, quand on m'a, on va, on rencontre les auditeurs, quand, euh (réflexion), quand on me demande de faire des photos, des autographes, tu vois, etc. oui, tout dé, mais, mais, mais faut pas l'être 24h/24 quoi, je veux dire, euh, c'est pas possible quoi (sourire).

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

T- Euh... non on n'a pas, fin, euh... (réflexion), il y a des Belges célèbres tu vois...

D- Hum, hum...

T- De manière générale tu veux dire le star system en Belgique ou est-ce que les Belges, euh...

D- Oui, ou est-ce que tu penses qu'on te considère comme une célébrité en Belgique ?

T- Qu'on me considère ou ?

D- Oui qu'on te considère...

T- Qu'on me considère, ha d'accord, ok, euh... (réflexion) bha c'est difficile de répondre à cette question parce que ça, ça, je voudrais pas paraître pour un prétentieux, euh... pfff, non, je pense, comparé à certaines personnes, non, tu vois, fin je veux dire moi je fais distinction entre, euh... la personne que je suis, euh, chez, euh, chez Radio Contact, euh, où je fais mon travail quotidien alors oui je suis reconnu, ça fait plaisir etc. oui, pour certaines personnes tu peux paraître, ou je peux, oui, tu peux apparaître comme étant une célébrité, euh. Je dirais une personne connue, plutôt, tu vois, une personne, personne publique tu vois, je préfère ce terme-là que célébrité parce que célébrité, euh... pff, pff, il y a tellement de, de, de, de connotations derrière, euh, je pense que, quelqu'un, un chanteur, tu vois, quelqu'un qui, qui est un artiste dans, dans l'âme, un acteur ou un chanteur, peut, peuvent être considérés comme des célébrités, tu vois, euh... parce que, il y a un travail artistique derrière, tu vois...

D- Hum, hum...

T- Oui, mais euh... mais, mais je peux me considérer comme une, comme étant une personne publique, mais je, mais le terme célébrité me, me gêne un peu en fait, tu vois...

D- Hum, hum...

T- Euh, c'est comme les personnes qui font de la télé-réalité tu vois, fin je prends un autre exemple, je les considère pas comme des célébrités, fin, tu vois, fin, faut arrêter quoi tu vois, fin, c'est des gens qui ont fait de la télé, euh, qui sont apparus dans une émission, euh... et, et puis tout ça est tellement, euh... tellement éphémère en fait, tu vois, euh, tu vois ça c'est, euh, un jour t'es, t'es connu puis le lendemain bhe tu l'es plus parce que... parce que, voilà, je pense qu'en Belgique aussi, euh, on, on est, on est un petit pays, déjà, un petit, petit, petit pays divisé, divisé en deux, euh, donc c'est, c'est encore, on, on est minuscules quoi, c'est pas, c'est pas comme la France où, tu vois, où là bhe, il y a le côté star, euh, tu vois, people, euh, je considère pas comme une... je me considère pas comme une star, je me considère pas comme une, comme un people, je me considère comme une personnalité publique, ouais, ouais, ouais, mais célébrité ça me gêne. Alors je préfère célébrité que, que star ou, ou people quoi, encore, mais euh, mais je dirais plus vers personnalité publique, ouais, ça me convient mieux, ça, voilà.

D- Ok ! Et, euh, une dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter, euh, sur, euh, tout ça, donc sur le thème, quelque chose dont on n'aurait pas parlé mais que tu juges important ?

T- Non je pense qu'on a fait le tour, euh (réflexion).

D- Hum, hum...

T- Je pense que, ouais, euh... Encore une fois, euh, ce que j'a, ce que je disais, euh, ce que je disais, faut, faut, euh, ce que je disais tout à l'heure, euh, faut être conscient, euh, du... du, du, de la boîte pour laquelle on travaille, euh, il faut, euh, pas être, être faux, tu vois, il faut, euh, quelque part si, si tu bosses pour une boîte comme Radio Contact bhe faut, faut adhérer, euh, faut adhérer, euh, au, au produit, tu vois ?

D- Ouais...

T- Euh... sinon c'est pas possible tu vois ? Et je pense qu'il faut essayer d'être, euh, d'être le plus naturel possible, euh, envers les gens, quoi, envers le public, euh, voilà !

D- Hum, hum, ok ! Bhe merci beaucoup...

T- Bhe de rien, avec plaisir !

D- D'avoir répondu aux questions !

ANNEXE 17. INTERVIEW DE NATHAN SORET

D- Alors, d'abord est-ce que tu peux commencer par te présenter en quelques mots ?

N- Alors, je m'appelle Nathan Soret, je suis animateur sur Radio Contact depuis 3 ans, j'ai 21 ans, je suis originaire de Verviers à la base, j'habite à Bruxelles depuis... bientôt 5 ans, euh... j'ai commencé sur Radio Contact parce que j'ai rencontré David Antoine sur un tournage pour tout, pour, euh, Belgium's Got Talent, et on s'est bien entendu, on s'est dit que ce serait cool de bosser ensemble, et c'est comme ça que j'ai intégré le 16/20 il y a 3 ans.

D- Ok !

N- Voilà !

D- Et est-ce que tu peux me parler un petit peu de ton parcours scolaire, et peut-être tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

N- Alors, à 15 ans, j'ai, euh, ouvert un blog, euh, je me suis fait repérer par Le Figaro, en France, ils m'ont proposé d'écrire pour eux, donc j'ai écrit pour Sudpresse et Le Soir en Belgique par la suite. Quand j'ai eu 17 ans, je suis arrivé à Bruxelles, euh, j'ai été contacté par RTL pour travailler sur l'émission Belgium's Got Talent et, euh... et en même temps, euh, j'ai commencé des études à l'IHECS, que j'ai moyennement suivie, voire même pas du tout, donc, euh, parce que j'étais vraiment tellement excité par le milieu professionnel que ça devenait compliqué en fait de, de gérer les deux en même temps. Donc ça pendant deux ans que j'ai été, euh, étudiant et en même temps je travaillais un petit peu pour RTL, et, euh... et puis bha avec une rencontre, euh... avec David, euh, finalement en... le courant a bien passé donc on a commencé à bosser sur, euh, Contact et lancer le 16/20, euh, tous ensemble et c'est à ce moment-là que j'ai arrêté les études, donc, euh, donc voilà et puis, depuis, euh, maintenant un an et demi, je fais aussi les capsules dans Tout s'explique, euh, en télévision, et, euh, à côté de ça j'organise des conférences qui mettent en avant des jeunes, euh, qui sont acteurs du changement dans plein de domaines différents, et, euh, dans différentes villes en Belgique.

D- Ok !

N- Voilà !

D- Et quel est ton statut ici au sein de l'entreprise ?

N- Je suis pigiste...

D- Pigiste ?

N- Euh... depuis toujours parce que le, le statut me convient bien pour le moment, euh... mais je me sens comme, presque comme un employé au final, fin, il y a pas de, il y a pas de différenciation je crois par rapport à ça. Euh... donc c'est mon statut, et, euh... il est probable qu'à terme je passe indépendant mais ça c'est, ça c'est, c'est des arrangements de comptabilité on va dire, c'est rien de plus !

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me décrire un petit peu, pour toi, en quoi consiste ta fonction d'animateur radio sur Radio Contact ?

N- Alors, euh, quand je suis arrivé je faisais en même temps le 16/20 et en même temps j'étais animateur en, en solo en fait sur une tranche musicale, euh, comme le font Quentin ou Justin, etc. mais sinon aujourd'hui, euh... je suis animateur dans le 16/20 et je suis plus, euh, euh, spécialisé sur tout ce qui a rapport avec le digital, les commentaires des gens sur les réseaux sociaux etc., euh, euh, je publie tout ce qui a... a rapport avec l'émission sur les pages de David, de Radio Contact et tout ça, et, euh... et puis sinon bhe dès qu'il y a forcément des sujets un peu plus jeunes bha forcément, euh, bhe c'est moi qui le fait puisque bha je suis le plus jeune de la bande, mais, euh, mais voilà mais globalement dans l'équipe, euh, on a chacun des rôles qui sont plus ou moins définis mais pas forcément, euh, euh, restrictifs, euh, restrictifs on va dire, euh, on n'est pas chacun dans une case etc., on fait un peu tout et n'importe quoi en fait, voilà !

D- Ok ! Et est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Radio Contact ?

N- Oui évidemment bha dès... en fait je pense que... Radio Contact fait de toi un représentant et ensuite tu deviens représentant de Radio Contact, donc, euh, fin surtout quand t'as, quand t'as pas de visibilité auparavant, que les gens te connaissent pas auparavant, bhe Radio Contact te fait petit à petit et puis si on couple à ça ma, la visibilité en télévision etc., tu finis par avoir une image que les gens peuvent avoir de toi et le fait de dire que t'es animateur sur Contact ou le fait de... seulement de véhiculer une bonne image, peut-être que les gens auront envie du coup d'écouter, euh, ce que tu fais ou ce que tu fais avec le reste de l'équipe, euh, sur Contact, donc oui je pense que oui, mais après, euh, toutes proportions gardées, quoi, on n'est pas non plus, euh, en tout cas en ce qui me concerne, euh, des gros leaders d'opinions qui peuvent, euh, mettre à mal les audiences d'une radio si on quitte la radio quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu t'identifies toi de ton côté à la marque Radio Contact ?

N- Ouais parce que globalement c'est une marque qui est hyper positive, euh, familiale, euh... musicalement, c'est, c'est pas toujours ce que j'écouterai. Fin, je suis, j'écoute, je suis, je suis plus attiré par la culture urbaine, donc il y a pas vraiment d'autres radios en fait en Belgique qui, qui me correspond par rapport à ça, mais sinon au niveau musical j'ai, j'écoute de tout de manière générale donc Contact me convient par rapport à ça, euh... Après, euh... après, euh... non mais voilà donc globalement je crois que je m'identifie bien à la radio, euh... bhe surtout parce que je suis dedans, avant je, avant je trouvais que Radio Contact était hyper ringard en fait donc j'avais, un peu une mauvaise image de la radio, puis petit à petit j'ai appris à connaître et tout, je me suis dit « bon, ok, le dauphin c'est un peu ridicule comme logo, etc. », j'étais, j'avais vraiment beaucoup d'aprioris, et puis en fait j'ai, quand je suis arrivé, je me suis rendu compte que l'équipe elle a beaucoup changé, euh...

D- Hum, hum...

N- Justement cette même année-là et tout, tout le monde, fin, tout s'est rajeuni et en fait je me suis dit « bhe non, je crois qu'aujourd'hui, c'est peut-être l'équipe la plus dynamique et la plus jeune qu'on peut trouver en, en Belgique, euh, en radio francophone en tout cas », je pense !

D- Ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de fierté à travailler pour Radio Contact ?

N- Ouais à fond parce que c'est, euh... c'est quand même la première radio en Belgique francophone et c'est hyper gratifiant quoi de pouvoir le dire et de dire que chaque jour, en tout cas dans le 16/20, on est la, la, l'émission qui est la plus écoutée entre 16h et 20h, donc, euh, ouais, ça c'est... c'est quand même une fierté et puis c'est pas une radio non plus, euh... voilà qui est spécialisée dans un seul truc ou que les gens connaissent pas, tout le monde connaît Radio Contact en fait, et, euh, rien que ça c'est quand même hyper cool de pouvoir, euh, voilà bénéficier de l'image de la marque, je pense !

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que Radio Contact met en avant ta fonction d'animateur ?

N- Euh... euh... en fait ce qu'il y a, c'est que, je crois qu'on a, on a relativement beaucoup de libertés sur Radio Contact, plus que dans d'autres radios à mon avis, euh... donc on fait un peu ce qu'on veut, surtout avec, euh, avec David, donc en fait on s'auto, euh, je dirais pas qu'on s'autosuffit mais on s'autoalimente en fait, on fait un peu notre propre popote et c'est vraiment quand il y a peut-être des écarts, ou... des moments où sort un peu du, du, du chemin que là on doit nous remettre, euh... justement sur ce chemin-là mais sinon, euh, je, je dirais que oui, Contact met en avant notre fonction d'animateur, mais c'est surtout à nous de nous mettre en avant aussi dans cette fonction-là. Après, quoi qu'il arrive quand il y a des spots promo, etc., ils essaient toujours d'inclure au maximum tous les animateurs de la station, donc euh, ouais, globalement je me sens, ouais c'est cool !

D- Ok ! Et est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Radio Contact ce soit un facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

N- Ha oui parce que te dire que tu... ce que tu fais ou ce que tu dis est écouté par, euh, beaucoup plus de gens que si tu le faisais sur ton, peut-être ta propre web-radio ou un truc comme ça, forcément c'est hyper motivant, c'est gratifiant comme je le disais, euh, qu'est-ce qui est motivant, c'est, euh... en fait on, on est dans un, une infrastructure qui est, qui est exceptionnelle en fait, on a accès à des studios, on a accès à des ressources, des spécialistes dans plein de domaines, on a la possibilité de faire, en tout cas à ce jour et en 2017, tout ce qu'on veut sur, euh, à l'antenne, tout ce qui nous passe par la tête, donc, euh... c'est, c'est hyper cool moi je développe 1 milliards de choses à côté et je sais que je peux avoir le soutien de Contact dans, dans ce que je développe à côté même s'ils ont pas d'intérêt direct donc, euh, c'est hyper chouette, rien que pour ça ouais.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

N- Ouais, ouais, parce que moi je suis arrivé, j'étais hyper jeune ici, j'avais, euh... 19 ans, quand j'ai commencé, euh, sur Contact, euh... et, euh, à aucun moment on m'a considéré comme un petit ou on m'a un peu pris de haut etc., donc euh, ouais j'ai directement été intégré en tant que voilà, vraiment membre de, de, de l'équipe, de la famille, euh, Radio Contact, et donc, euh, la reconnaissance elle est là en fait, c'est de jamais avoir été pris de haut, ou négligé etc., donc euh, ça je pense que c'est vraiment quelque chose de très important. Il arrive rarement que quelqu'un soit un peu ici une sorte de tête de turc ou tu vois, euh... t'es par turque j'espère ?

D- Non !

N- Bon ok ça va, de toute façon c'est pas grave ! Mais... non franchement je pense que... ouais, je suis assez reconnaissant par rapport à ce que Contact a pu m'offrir comme opportunités et à ce que Contact est prêt à... à offrir comme nouvelle opportunité par la suite en fait, euh, aujourd'hui je crois que, aucune des choses qu'on a pu proposer n'a été refusée donc c'est ça qui est cool, euh... si tu demandes quelque chose et si t'es vraiment, euh, si t'as vraiment l'ambition de réaliser, euh, une idée ou un truc bha Contact est là pour te suivre, aussi bien financièrement que techniquement, que... en termes de... de ressources, euh, voilà, ressources humaines et tout donc, euh, non, non, c'est top moi je suis, ouais, je suis vraiment reconnaissant et si, si demain j'arrête, bha j'aurais, je, je resterais, euh, reconnaissant, il y a pas de souci quoi.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Radio Contact, notamment dans les campagnes de communication ?

N- Jamais, jamais, jamais, alors il y a pas vraiment, fin, honnêtement je crois pas qu'il y a vraiment de campagnes de communication, euh... ou en tout cas, pas fait depuis très longtemps, euh, je suis pas briefé et, euh, je pense qu'en fait, euh... ça vient naturellement en fait avec l'ambiance, quand tu vois les autres personnes, comment ils se comportent etc., tu finis par comprendre comment tu dois te comporter toi aussi... euh... et ce qui est drôle c'est que quand j'ai commencé sur Contact, j'étais aussi responsable des réseaux sociaux en fait, euh, pour la station et à... dès le premier jour en fait, on m'a laissé communiquer au nom de la sta, au nom de Radio Contact, au nom de la station de la première radio en Belgique, sans jamais me briefer une seule fois ou me dire « ok, Radio Contact on est comme ceci, on est comme cela, il faut faire... » et en fait ça a été une bonne, une très bonne chose parce que au final, bon, il y a pas eu de problème, il y a, on a pas eu de souci par rapport à ça, mais euh, bho c'est vrai qu'ils avaient vachement confiance, je sais pas comment ils ont fait (rires) mais, euh... mais, euh, non il y a pas de briefing, je pense que ça se fait naturellement et je pense que tu comprends assez vite, euh, euh, ce que tu peux dire ou ne pas dire...

D- Hum, hum...

N- Je crois...

D- Ok ! Et t'es pas briefé non plus sur la manière de te comporter, euh, par exemple quand tu croises quelqu'un qui te reconnaît dans la rue ?

N- Non ça c'est, alors ça c'est quelque chose qui peut paraître, euh, un peu, un peu spécial au début mais, euh, tu finis vite par t'y habituer. Au début c'est un peu maladroit en fait quand quelqu'un te reconnaît, mais c'est, c'est jamais arrivé avec Contact hein, c'est surtout arrivé avec la télévision en fait, euh, je dirais Contact ça m'a pas vraiment apporté de la visibilité, euh... mais, euh... tu finis par savoir en fait, moi j'étais toujours impressionné quand je trainais avec David, parce que je voyais que plein de gens le reconnaissait et je voyais comment il se comportait avec les gens, tu sais de, c'est con le fait de devoir toujours, euh, quelqu'un te regarde, par exemple et te vois, tu lui dis « ha bonjour » et tout tu te dis tu vois, et je me disais « bhe c'est bizarre qu'il dise bonjour à des gens alors que... les gens lui ont même pas parlé » et je comprenais pas ça au début et en fait en le vivant petit à petit tu te dis « ha bhe oui en fait, si tu fais ça, bhe les gens se diront que t'es quelqu'un de gentil, alors que si tu le fais pas ils diront que t'es un connard » donc, euh, voilà tous ces trucs-là en fait tu finis par vite le comprendre et, euh, et donc non il y a pas de briefing par rapport à ça non plus, c'est un peu à toi de découvrir comment ça se passe.

D- Ok ! Et est-ce que tu as des contraintes dans ton rôle d'animateur, par exemple des choses à ne pas dire ou ce genre de chose ?

N- Euh... non les contraintes elles sont, c'est le bon sens en fait, c'est, le bon sens, c'est, euh, c'est un peu gérer son image comme un bon père de famille on va dire, mais, euh... non il y a, il y a pas particulièrement de contrainte, si ce n'est que voilà, il y a des sujets qui sont sensibles et des opinions politiques par exemple tu peux en parler mais, mais, mais de base moi personnellement je le fais jamais, donc, euh...

D- Hum, hum...

N- Ça, ça m'arrange, euh... voilà toutes les o, les opinions qui peuvent être un peu clivantes, je pense que, euh... elles ont pas leur place sur l'antenne de Radio Contact en fait, les gens n'écoutent pas Radio Contact pour avoir ton avis sur un sujet ou un truc, non ils écoutent Radio Contact pour avoir ta bonne humeur, pour avoir, euh, voir, euh, voilà, ton, ta joie de vivre etc., et ce que tu vas pouvoir raconter et partager des choses avec les auditeurs mais pas pour, euh, on n'est pas sur Bel RTL en fait, tu vois c'est deux radios différentes et par rapport à ça... voilà, tu te mets dans ce mode-là et tu sais que, tu parles pas de tout, voilà simplement.

D- Ouais, ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage va te demander ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter par exemple ?

N- Ha non, ça arrive jamais ça, les gens ils écoutent ce qu'ils veulent et, euh... et, euh, même si je leur dis d'écouter Radio Contact... mais c'est marrant parce que je vais souvent chez, chez ma coiffeuse et

à chaque fois je, je la force un peu à, pour rigoler à mettre, euh, Radio Contact, puis j'y retourne la fois suivante, elle a mis Fun Radio, elle a mis NRJ, donc voilà en fonction de ce qu'elle arrive à bien capter, en fonction, en fonction de ce qu'elle aime comme musique, en fonction de ce qu'elle aime pas, bha les gens, fin, les gens choisissent en fait ce qu'ils veulent donc, euh... donc, euh, non après évidemment, euh, le fait que, d'être sur Radio Contact, c'est un peu pareil pour tous les animateurs, bha t'as un peu l'entourage qui écoute et qui prend... du plaisir à pouvoir participer à ce que tu vas dire mais sinon non, on n'influe pas vraiment sur le choix des gens, pas directement en tout cas.

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ?

N- Euh... oui, euh... oui, oui totalement, totalement bhe parce que, on, on porte l'image de Radio Contact, donc forcément si les gens ont des choses à nous dire, ou des choses à réclamer bha forcément ils, ils le diront plus facilement à nous, euh, qu'à envoyer un email à la Rédaction, euh, à la ré, fin, pardon à la direction mais donc oui forcément on est, on est tous des porte-voix, des porte-paroles de, de la, de la station et on doit se comporter comme tels.

D- Hum, hum, ok ! Et est-ce que d'une certaine manière t'as le sentiment de les influencer ?

N- Euh... (réflexion) d'influencer les auditeurs ?

D- Ouais...

N- Ouais, clairement parce que... euh... c'est con mais on a lancé avec David il y a, il y a un an la sauce 16/20 et le fait de savoir qu'elle se retrouve dans tous les magasins et que tous les gens achètent la sauce de l'émission, bhe oui on influe sur leur quotidien, après, de manière très, très légère quoi, on n'est pas non plus des gros, gros leaders d'opinions et on n'est pas la radio qui fait ça non plus mais, euh, je pense qu'on influe sur leur quotidien, j'espère positivement...

D- Hum, hum...

N- Voilà...

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux donc tu parlais notamment de la page Facebook, euh... ?

N- Ouais... oui, oui, bhe c'est, euh, la raison pour laquelle j'ai été pris chez Contact aussi c'était pour ça, c'est parce que j'étais particulièrement présent et que c'était un, je travaillais aussi bha pour la, la, la communication et l'image digitale de certaines personnalités, des marques et tout, donc c'était une des raisons pour lesquelles ils m'ont pris donc oui forcément je suis présent et comme je dirais, la plupart des animateurs de Radio Contact, tout le monde gère un peu ses propres comptes et sa propre visibilité, tout en, euh, mettant, cette force-là sur la page de Contact, euh, de manière très globale...

D- Et tu as une page, euh... professionnelle en fait ?

N- Ouais en fait j'ai, j'ai mon profil Facebook à moi avec des, où... voilà je mets ce que je veux et j'ai ma page, euh, Nathan Soret, où je mets aussi bien des trucs qui ont rapport avec la tv, la radio et, tout ce qui concerne mon image, euh, publique on va dire...

D- Hum, hum, et tu peux me parler peut-être un petit peu du genre de contenu que tu publies, euh, sur la page Radio Contact, sur ta page ?

N- Alors sur la page Radio Contact, en fait ça a un peu changé depuis quelques mois puisque je m'occupe plus de la page Radio Contact mais, euh, nous en tant qu'animateur bhe c'est, pendant notre tranche, par exemple de 16h-20h, c'est se dire « bon, est-ce qu'il y a une vidéo ou une photo ou un truc qui est particulièrement percutant, euh, on va la mettre sur la page de Contact », tout le reste on le met sur la page de David, qui représente la page de l'émission. Et moi, euh, sur mes réseaux sociaux à moi, qu'est-ce que je vais mettre, euh... je vais mettre, euh... bhe tout ce qui me concerne et tout ce qui me plaît en fait, mais, euh, je communique de moins en moins en fait, euh, c'est assez, ça change un peu, il y a, c'est un peu plus Instagram depuis peu qui est, qui est mis en avant, donc voilà c'est, euh, ça change un peu tous les, tous les deux mois en fait, la manière dont on communique et il faut pouvoir s'adapter à ça. Et sinon sur la page de Contact, on essaie de... d'arriver à en faire un vrai média en fait à part, que ce soit pas simplement, euh, « bon maintenant il va se passer ça sur Radio Contact, bon, maintenant vous allez écouter ça, bon maintenant ci », c'est vraiment pour que les gens puissent vivre une expérience différente en fait, euh, sur la page de, de Contact, comme sur tous nos réseaux sociaux je pense...

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, quand tu apparais dans une campagne de communication pour Radio Contact, est-ce que, dans ce cadre-là, tu as l'impression d'avoir un rôle d'influenceur ?

N- Euh... ouais certainement mais une fois de plus j'ai l'impression que c'est hyper relatif parce que on est, on est que en Belgique... sur une audience qui est, euh, je sais pas moi peut-être de au maximum, euh, 1 million, 1,5 millions de personnes, euh, on n'a jamais 1 million de personnes qui nous écoute mais, voilà, mais, je, je me dis si tout ça est relatif et si on a une influence, elle est très, très légère quoi, faut pas, faut pas ima, faut pas se dire que parce qu'on a les médias, aujourd'hui des YouTubeurs ont beaucoup plus d'influence que nous, et euh... et voilà, faut pouvoir se le dire, pas, pas se voiler la face par rapport à ça...

D- Ouais, ok ! Et est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise ?

N- Euh... euh bha je pense que ça, c'est, c'est, ça n'a jamais été aussi, euh, ça peut pas être aussi parlant que dans une entreprise comme un média en fait, puisqu'au final tous les animateurs sur R, sur RTL notamment sont des ambassadeurs de leur entreprise, des ambassadeurs d'image en tout cas, mais sinon, dans d'autres, euh, entreprises non je sais pas très bien ce que ça pourrait représenter.

D- Hum, hum, et comment tu définirais toi un ambassadeur d'entreprise ?

N- Euh... ha bhe c'est quelqu'un qui, qui véhicule l'i, l'image, les valeurs et qui, qui est capable de pouvoir transmettre ces valeurs-là. Il y a plein de gens je pense ici qui savent peut-être pas définir Radio Contact ou qui savent peut-être pas définir RTL et, euh, moi, moi le premier hein, je sais pas te dire to, totalement ce que c'est, euh... donc, euh... peut-être que les ambassadeurs d'entreprise c'est, ce seraient des gens qui arrivent à clairement identifier, euh, la boîte pour laquelle ils, ils travaillent et qui puissent être, euh... des bons, euh, commerciaux on va dire, presque de cette boîte et qui pourraient voilà, arriver à bien la, à bien la vendre en fait, à bien la vendre et à bien expliquer, euh, euh, ce qu'elle fait et pourquoi et, comment et depuis quand etc., je pense que c'est ça...

D- Ouais, et toi tu te sens comme un ambassadeur pour Radio Contact ?

N- Euh... oui, après ce qu'il y a c'est que je vais pas commencer à parler de Radio Contact à chaque personne que je croise, je dis, quand je dois me présenter, je dis que je suis animateur sur Radio Contact, mais si j'ai pas plus de questions que ça je, je vais pas, euh, je vais pas rentrer dans, trop dans les détails non plus parce que, c'est un boulot comme un autre, après quand, quand je suis invité à parler sur, euh, mon boulot d'animateur sur Radio Contact bhe oui alors j'essaie de au maximum pouvoir, euh, pouvoir vendre, euh, vendre, euh, ma cam on va dire !

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

N- Euh... les Belges de manière générale non, non, non, c'est, ceux qui peuvent me considérer moi, Nathan, comme célébrité il y en a peut-être quelques-uns, euh... après, euh, les gens quand ils te croisent dans la rue et qu'ils disent « ha ok, bha il fait, bha oui c'est le mec qui fait de la télévision ou qui fait de la radio, etc. », bha je dis, est-ce qu'ils disent célébrité, je sais pas, c'est un mot qui me paraît très, euh, très, très fort, ils disent simplement « ok, il travaille dans les médias », et voilà, quoi tu vois ?

D- Hum, hum...

N- Je pense que pour les gens on fait partie de leur quotidien et donc on est, euh, on est limite un membre de leur famille mais, mais il y a pas de piédestal particulier, euh, à moins d'être vraiment une big, big star tu vois, Maria Del Rio c'est une célébri, c'est une célébrité et encore tu vois, elle est hyper proche des gens, donc, euh, donc je me dis finalement, euh, je, je crois pas en... honnêtement en Belgique faut relativiser, je, je crois pas non !

D- Hum, hum, ok ! Et, euh, une dernière question, est-ce que t'as quelque chose à rajouter sur tout ça, quelque chose qu'on n'aurait pas dit mais que tu juges important ?

N- Euh... (réflexion), euh, non... mais une fois de plus je crois que... il faut pas, euh, surestimer l'influence ou l'image que peuvent avoir les gens des médias, aujourd'hui je crois que t'as des YouTubeurs ou des influenceurs sur Instagram etc. qui ont beaucoup, beaucoup plus d'influence et faut pas, euh... c'est peut-être un message, euh, à... à passer aux autres générations de... de, d'animateurs

c'est que... en... on n'est pas des stars en fait tu vois, et il faut pouvoir se dire on est là avant tout pour remplir une fonction, celle de faire passer un bon moment aux gens, et, euh... après il y a des petits à-côtés qui sont sympas et tout tu vois mais faut pas, faut pouvoir lâcher la pression quoi, je pense (sourire) !

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

N- Je t'en prie avec plaisir !

D- D'avoir répondu aux questions !

ANNEXE 18. INTERVIEW DE CHRISTOPHER CALICE

D- Voilà, alors, pour commencer est-ce que tu peux te présenter en quelques mots ?

C- Ouais, je m'appelle Christopher Calice, euh, je viens de Chimay, je travaille à... Radio Contact depuis, euh... mes 16 ans, j'en ai 25 aujourd'hui donc ça fait, euh, 9 ans que je travaille ici. J'ai commencé, euh, à bosser ici, euh, en tant que standardiste, euh... puis réalisateur, puis co-animateur, puis comme animateur, euh, comme animateur, euh, joker, animateur remplaçant, animateur le samedi-dimanche matin, euh... et ça fait maintenant trois ans que je fais, euh, du dimanche au jeudi entre 20h et minuit, euh, bhe la tranche du soir sur Radio Contact. Euh, Radio Contact, c'est une radio qui appartient au groupe RTL, première radio de Belgique en termes de part de marché, euh...

D- Hum, hum...

C- Je donne des cours d'histoire des médias et de culture générale, euh, dans une école de communication à Uccle, euh... j'ai l'occasion, euh... euh... de travailler aussi pour, euh, tout ce qui est digital au niveau, euh, au niveau de Radio Contact, c'est-à-dire que je gère, euh, euh, à la fois la diffusion et, euh, la création des contenus propres, euh, que ce soit la page Facebook, le compte Twitter, le compte Instagram, et euh, bhe le compte Snapchat de Radio Contact, et, euh, bhe voilà, je crois que tu sais déjà la plupart des choses qu'on doit savoir sur moi (sourire).

D- Ok ! Et est-ce que tu peux me parler de ton parcours scolaire, et, euh, de tes expériences professionnelles avant d'arriver ici ?

C- Alors, moi j'ai des expériences professionnelles, euh, qui sont uniquement consacrées à la radio parce que, bhe, mon job étudiant c'est, je vais dire, faire de la radio...

D- Ha oui !

C- Euh... euh, parce que je suis rentré ici quand j'avais 16 ans donc c'est, mon CV il contient que du dauphin, que du dauphin, que du dauphin, j'ai fait que de la radio de toute ma vie. Euh... au niveau de l'école, bhe, j'étais euh, au Collège Épiscopal Saint-Joseph à Chimay, euh... français-langues, c'est, là-

dessus que je suis sorti de là. J'ai fait un an à la FUCaM qui maintenant s'appelle, euh, l'UCL, euh... à Mons, en sciences politiques. Euh... j'ai pas, euh, j'ai pas voulu approfondir énormément, euh... Du coup après j'ai fait un Bac en Relations publiques à Mons, et, euh... et voilà aujourd'hui je... je vis, euh, uniquement de la radio même si, euh, même si, à côté, euh, pour augmenter mon salaire je donne quelques cours, mais, euh, voilà mon CV c'est vrai qu'il est, euh, j'ai été à l'école, j'ai fait de la radio, euh, pour la plupart du temps en même temps que mes études et une fois que mes études se sont arrêtées, j'ai pu continuer à plein temps à faire de la radio.

D- Ok ! Et, euh, quel est ton statut au sein de l'entreprise ? Donc plutôt employé, pigiste, euh, cadre...

C- Non... je suis, euh, j'aimerais beaucoup être cadre ! Je sais pas si j'aimerais bien être employé parce que, en tant que pigiste actuellement je gagne bien ma vie, mais euh... non ouais clairement aujourd'hui je suis, euh, je suis pigiste, on me paie à l'émission et euh... (réflexion) fin je sais pas comment ils s'arrangent mais en somme, je travaille aujourd'hui, euh 6h par jour...

D- Hum, hum...

C- Euh, au sein de la, de la radio, ça me fait 30h/semaine, et donc, euh, ouais j'imagine que j'arrive à un stade où on va devoir me faire passer sous CDI parce que, bhe, je pense que ça leur coûte de l'argent et ça m'en rapporte de trop et donc à mon avis, à mon avis, la prochaine étape ce sera employé mais actuellement je suis pigiste, désolé de raconter ma vie, hein, je...

D- Mais t'inquiète, c'est important aussi !

C- Je raconte ma vie...

D- Et est-ce que tu peux me décrire selon toi en quoi consiste ta fonction d'animateur ?

C- Euh... alors, moi en fait j'ai une émission qui est, euh... thématique donc c'est-à-dire que, il y a des personnes qui, au sein de notre radio, euh, se ramènent et euh... font juste en fait, bhe de la réalisation c'est-à-dire, euh, mettre des jingles entre des musiques et parler avant des pubs, euh... moi c'est mon travail aussi mais, euh, en plus de ça j'ai l'occasion de... de, d'avoir un... un thème à, à mon émission en plus de passer de la musique, moi je m'amuse en fait à... à relayer aux auditeurs absolument tout ce qu'il s'est passé sur les réseaux sociaux, euh, que ce soit au niveau, euh, bhe je suis l'actualité de toi, ta maman ou autre ou encore, euh, des réseaux sociaux, euh, des artistes qu'on joue, euh, chez nous. Donc tout ce qui buzz sur les réseaux sociaux, que ce soit l'histoire des inconnus ou alors sur les artistes qu'on joue, euh, je m'amuse à relayer ça sur l'antenne donc, euh... en plus de diffuser de la musique, en plus de mettre tout en musique (réflexion), je m'amuse aussi à... à relayer beaucoup, beaucoup de contenus qui sont, euh... beaucoup de contenus pardon, qui sont, euh, principalement liés aux réseaux sociaux, aux buzz etc. donc en plus d'être sur antenne, je m'amuse aussi à préparer cette émission qui me prend en, fin 1h à peu près, fin ouais, en amont de l'émission, et, euh... je sais pas si j'ai répondu à ta question ?

D- Ouais !

C- Ok !

D- Et, euh, est-ce que tu te sens comme un représentant de la marque Radio Contact ?

C- Bhe oui ! Alors moi je pense à chaque fois qu'en fait, faire de la radio, euh, pour les gens, en fait, on... il y a que nous, euh... moi je pense que ma maman, euh, elle se doute pas qu'il y a quelqu'un qui travaille à la comm, euh, elle se doute pas qu'il y a quelqu'un qui travaille à la technique pour au final faire en sorte que l'électricité passe bien dans tous les câbles, etc. mais, euh... oui je pense qu'au fait Radio Contact ne... ne repose son image que sur les animateurs, puisque en fait, euh... si aujourd'hui on... prend un panel de gens et qu'on leur dit Radio Contact, ils vont directement citer Maria Del Rio, le Good Morning donc soit des noms d'animateurs, soit des noms d'émissions et euh, ou alors des noms d'artistes peut-être associés, mais, euh, mais en fait, euh... je pense très sincèrement qu'au niveau, euh, de notre radio à nous, parce que je pense que dans d'autres radios c'est peut-être pas le cas, par exemple chez NRJ, moi je suis incapable, alors que je fais partie du métier, je suis incapable, euh, de citer une seule des personnes, euh, qui animent cette radio parce que, de un, je m'y intéresse pas et, de deux, c'est pas leur, c'est pas leur, euh, leitmotiv que de mettre en avant des, des gens, c'est vraiment leur musique. Nous, on est différents, on, on amène quelque chose, on, on essaie d'amener une, euh, une âme à cette radio, et je pense que l'âme de la radio, en plus de passer par le côté Feel Good de la musique, elle va passer par le côté Feel Good des auditeurs, des animateurs pardon et, euh, et des émissions donc, forcément, si on écoute Radio Contact pour le côté Feel Good, ce que je pense, euh... est l'essentiel, euh, du but qu'on, euh, quand on, quand on nous écoute, euh, je pense très sincèrement que du coup, euh, bhe ce sont les animateurs qui sont aussi représentants du côté Feel Good et je pense que du coup, euh, euh... oui, euh... l'animateur est une... personne clé dans la représentation de la radio dans le sens où on est le prolongement en fait et... comment dirai-je, des principes marketing qui ont été, euh, établis justement au sein de cette marque, donc, euh, si on doit être Feel Good, nous on doit être Feel Good, la musique doit être Feel Good et les gens nous écoutent, nous, pour la musique je pense, dans un premier temps, et un deuxième temps pour les animateurs donc forcément, euh... on fait partie du produit donc forcément, euh... c'est ce que les gens retiennent.

D- Hum, hum...

C- C'est intelligent ou pas ?

D- Oui ! Et est-ce que toi tu t'identifies à la marque Radio Contact ?

C- Alors ouais ! Et je fais pas du corporatisme, euh... je... après je n'ai fait de la radio que ici, et donc j'ai peut-être un profil qui est atypique par rapport à toutes les personnes que tu peux rencontrer et toutes les personnes qui bossent à cette radio, mais euh... moi en fait je suis, euh, je suis fan des gens qui font de la radio, je suis fan... de la radio et, euh, je m'identifie au produit dans le sens où, on est une radio

positive, je pense être quelqu'un de très positif, alors j'ai, je pense être quelqu'un de jeune, on est une radio qui touche les jeunes, mais qui touche aussi, euh, les vieux, en fait le, le côté Feel Good en fait de, de notre radio, c'est un côté, euh, positif au sens large, on parle jamais d'une, d'une, d'une, euh... d'une segmentation de personnes de 7 à 15 ans, on parle jamais des vieux, on parle jamais des jeunes, des jeunes, des nouveaux adultes, etc., on prend juste, on parle juste à des gens qui veulent être Feel Good, qui veulent se sentir bien, qui veulent être positifs, et donc, la radio aujourd'hui, euh... chez Radio Contact, est tellement cool que je m'identifie, euh, totalement...

D- Hum, hum...

C- Et je pense même que ma personnalité s'est façonnée aussi par rapport, euh, à ce que j'ai pu apprendre ici parce que, euh... euh... ouais, quand on a 16 ans, tu arrives ici dans la boîte et on te dit « bhe on est une radio cool, on est une radio positive », bhe au final toi-même tu deviens positif parce que tu dois coller avec ton truc et, et je pense aussi que la personnalité de la personne fait aussi qu'elle arrive un jour ou l'autre chez Radio Contact ou pas, celui qui a un tempérament à tirer la gueule tout le temps, je pense très sincèrement que ça, bhe ça n'ira pas et donc, soit ce sera un gars qui est schizophrène, soit bhe c'est quelqu'un qui va pas pouvoir faire de la radio parce que c'est vrai que... si on... identifie Radio Contact comme étant quelque chose de jeune, de dynamique, de frais, de positif, de souriant, bhe c'est exactement ce que je suis même si, euh, ça s'entend pas à cause de ma voix aujourd'hui (sourire) !

D- (Rires) Ok ! Et est-ce que tu es fier toi de travailler pour Radio Contact, est-ce que tu as ce sentiment de fierté ?

C- Euh... ouais, mais, euh... c'est fier au sens très, très large, c'est-à-dire qu'en fait, moi je voulais faire de la radio depuis que... je dois avoir 4-5 ans, euh, quand j'étais, euh, quand j'étais tout petit, euh, je disais à ma mère, euh, « maman, moi plus tard, je veux être Arthur, mais pas en télé, la télé je m'en fous, je veux faire de la radio, comme Arthur, je veux être Arthur de radio », et donc ce rêve en fait, c'est, c'est dingue mais il m'a suivi, il m'a suivi, il m'a suivi, euh, et en fait, ce qui est vraiment, vraiment, vraiment, vraiment ouf, c'est que, bhe aujourd'hui j'ai la chance de vivre, de, un truc que j'aurais jamais pu, euh, atteindre, fin, à mes yeux, je pense jamais que je pou, que j'allais pouvoir faire de la radio, ma mère elle est coiffeuse, mon père est boulanger, je viens de Chimay, et donc tout ça mis l'un dans l'autre, je me suis dit « jamais de la vie, je pourrais, euh, je pourrais faire de la radio », et au final aujourd'hui je te réponds dans un bâtiment qui est, euh, le bâtiment qui abrite les deux plus grosses radios de Belgique, euh, je viens d'aller dire bonjour au directeur général de la plus grosse radio de Belgique, euh, il m'a dit « ça va Chris », euh, il me connaît, donc en fait je suis très, très fier, euh, de bosser pour Radio Contact, je suis très, très fier de bosser avec les gens avec qui je bosse et je suis très, très fier de mon métier, après, euh, c'est pas une fierté qui, euh... qui découle sur un égo mais c'est une fierté personnelle, et, euh, une reconnaissance personnelle parce que, je bosse avec des gens qui m'accordent la reconnaissance du milieu, et pour moi, les gens qui bossent dans cette radio sont les gens que j'ai

toujours voulu fréquenter donc au final quand, euh, David Antoine, euh, me raconte une vanne, ou quand, euh, Olivier Arnould m'appelle, euh, « fiston », parce que c'est grâce à lui que j'ai eu l'occasion de grandir et, et autres, et j'ai un sentiment en fait de, de fierté parce que je me dis, euh, à l'antenne le dauphin, euh, Radio Contact, c'est un dauphin que je représente tous les jours, qui me motive et au final si aujourd'hui j'ai toujours le sourire, c'est parce que, euh, ce dauphin m'amène, euh, un capital bonheur, euh, personnel incroyable au quotidien, mais surtout amène aussi du coup une fierté, parce que, euh, parce que je te dis c'est vraiment, euh, c'est, tellement un rêve qui est devenu réalité, que... bhe ce dauphin j'en suis fier et je suis vraiment fier de ma marque et je suis vraiment très, très fier de bosser avec les gens avec qui je bosse et, euh, et du coup bhe à la fin ça devient une fierté qui, quand tu, quand tu mets toutes les fiertés, euh, différentes les unes à côté des autres, ça devient une fierté personnelle qui n'est pas, encore une fois, un truc genre en mode, euh, « je me prends pas la tête avec ça parce que je bosse pour eux », mais, euh, à l'intérieur bhe tu te dis « wahou, t'es quand même fier de ce que t'as fait, quoi ! T'es, t'es fier aussi d'être ici », je serai, je serai, je serai super triste si je venais à plus bosser ici, vraiment ! Parce que j'ai l'impression que, quand t'es ici, t'es au sommet donc où que tu ailles après, tu seras de toute façon dans un, dans un, euh, dans un cran en-dessous en fait...

D- Hum, hum... mouais... ok ! Et, euh, justement t'en parlais est-ce que tu penses que le fait de travailler pour Radio Contact ce soit vraiment le facteur de motivation dans l'exercice de ton métier de tous les jours ?

C- Bhe oui parce qu'en fait, euh... j'ai, je vais ici prendre un autre exemple mais, en fait le mé, le métier de caissier...

D- Hum, hum...

C- Il est semblable à... aux gens qui bossent pour Lidl ou pour Carrefour, pour Match, pour je ne sais quoi ou Colruyt, mais, euh... mais en fonction de la boîte pour laquelle tu bosses, tu peux être plus ou moins motivé, et je pense très sincèrement que j'ai tellement l'ADN de Radio Contact en moi parce que j'y bosse depuis mes 16 ans, ce dauphin j'en suis fier, je l'adore, j'adore les, euh... (réflexion) la carte, euh... j'arrive pas à retomber sur... la charte de l'entreprise en fait je l'adhère, je, je, je, j'y adhère, elle est ancrée en moi et justement en fait je, je suis motivé parce que je bosse ici et je pense vraiment que beaucoup de ma motivation elle est due à l'environnement en fait qui, qui m'entoure actuellement. Ici on parle dans une chouette salle, euh... je te dis, euh, il y a, il y a deux minutes on était dans un bureau, euh, qui accueille actuellement les meilleurs animateurs de Belgique, fin, du moins ceux qui font les meilleures parts de marché donc en termes qualitatifs ça veut rien dire mais en termes quantitatifs on, on est les plus écoutés, euh... et moi franchement je te dis, j'ai l'impression en fait de bosser ici, dans une boîte qui est bien gérée au niveau de la comm donc aux yeux des gens, euh, on est cool et quand tu regardes, moi je fais vraiment pas d'hypocrisie là-dessus mais quand tu regardes Éric Adelbrecht, je pense qu'en termes de directeur radio, c'est un tueur ce gars, c'est un génie, euh... en-dessus t'as di,

Stéphane Gilbert, euh, je, je l'adore ce gars, il est passé par toutes les étapes de toutes, de toutes les radios, il sait ce que c'est d'animer, il sait ce que c'est, euh, planifier des pubs, il sait ce que c'est mixer de la musique, il sait ce que c'est programmer des opérations spéciales. On a Olivier Arnould, pour moi c'est le meilleur en Belgique, qui est notre directeur d'antenne. On a David Antoine qui a une influence, euh, incroyable, euh, qui est un mec de télé, qui est, euh, qui est un entertaineur qui est incroyable et donc en fait quand on bosse avec, euh, les meilleurs outils, quand on bosse avec les meilleures personnes qui font l'antenne mais aussi avec le côté digital, on... moi j'ai la chance d'avoir un boss qui s'appelle Julien Mourlon, ce mec-là c'est un ingénieur, euh, qui a, euh, 1000 idées, euh, qui se tape du digital parce que c'est une passion donc le gars nous transmet sa passion et donc, euh... (réflexion) je sais plus c'est quoi la question mais c'était positif...

D- C'est, euh, est-ce que... le fait de travailler pour Radio Contact soit un facteur de motivation ?

C- Ouais, ouais, ouais donc vraiment Radio Contact a réussi à... rassembler je pense les meilleures, euh, personnes dans leur domaine, euh à rassembler, euh, de tels outils qui sont tellement positifs, des événements, euh, auxquels ils s'associent qui sont tellement positifs, tout qui est tellement positif, tout qui est tellement numéro 1, tout qui est tellement cool, que... bhe moi en fait je suis juste trop heureux de... de faire partie de la team, de faire partie de cet ensemble et du coup, bhe, euh... ça me motive, ça tire vers le haut, tu te dis « attends, tu bosses avec les meilleurs en Belgique, bhe essaie un peu de noter ce que eux font pour essayer d'arriver à un minimum de leur niveau », et du coup ouais c'est une motivation qui est personnelle, constante et positive et c'est vrai que ça te tire vers le haut, quoi !

D- Ouais... ok ! Et est-ce que tu as un sentiment de reconnaissance envers Radio Contact par rapport à ton épanouissement personnel ?

C- Ouais, ouais, je, je pense très sincèrement, alors aujourd'hui, je pense être bien payé, c'est-à-dire que si on me demandait, euh, « Chris tu veux une augmentation ? », je dirais, euh, presque que c'est indécent, euh, j'ai l'impression que... que je suis, je, je suis pas millionnaire, je gagne pas, euh, 3000 nets par mois, mais, euh, mais je trouve que, au niveau, euh, au niveau du capital, euh, économique Radio Contact m'accorde une, euh, une satisfaction totale, pour ce que je fais, je suis bien payé, euh, au niveau, euh, au niveau, euh, social, euh, les gens que j'ai pu croiser ici sont des gens exceptionnels, qui sont, euh, pour certains de vrais amis, donc qui m'ont apporté, euh, à ce niveau un capital social, euh, incroyable au niveau de mon épanouissement personnel, j'ai eu l'occasion de grandir bhe dans cette société, je pense que dans une société qui est leader dans des médias et tout c'est pas évident d'accorder, euh, un brin de confiance à un gosse de 16 ans. Euh... il me l'ont, euh, ils me l'ont témoignée cette confiance, euh, donc il y a le côté, euh, pécuniaire, il y a le côté social, il y a le côté confiance, euh... donc rien que pour ça je suis reconnaissant, et, euh, et au quotidien je suis reconnaissant parce que, quand on te demande un selfie au Media Markt, et, euh... et, et, et, euh, voilà, que j'accepte et que ça me donne un minimum de sourire, bhe euh, si j'avais pas fait de la radio ici, je pense qu'il y a personne

qui m'aurait reconnu au Media Markt, donc à tout point de vue, je pense très sincèrement que je ne peux être, euh, que... euh... que reconnaissant et, euh, et c'est, c'est vraiment un problème mais, euh, mais je suis d'un, d'un tempérament très rancunier en fait, je déteste les gens qui me font du mal et leur, euh, euh, je le retiens pendant des années mais à l'inverse j'ai, j'ai cette personnalité, euh, d'être aussi rancunier que reconnaissant et là pour le coup, euh, je te dis, euh, Olivier Arnould, je pourrais jamais critiquer ce mec, même le jour où il me donnera mon C4, et je dirais « écoute, euh, merci Olivier parce que mine de rien si tu m'avais pas donné une fois ma chance, tu pourrais même pas me donner mon C4 », donc je te dis en fait je suis reconnaissant envers les gens, envers l'environnement, envers ce que ça m'apporte au quotidien, et, euh, et envers la marque parce que je pense vraiment que c'est un ensemble, en fait c'est ça qui est cool, c'est que ici Radio Contact c'est un ensemble, c'est, euh, un ensemble de choses qui fait, qui font que, euh... t'es heureux, je te jure il y a, il y a, il y a rien qui, euh... quand tu bosses chez Contact, euh... j'arrive pas... j'arrive pas à te trouver de trucs négatifs et du coup, ce côté, euh... manque de négatif fait en sorte bhe que je suis reconnaissant, euh, de tout ce bonheur que je me tape, euh, au matin, alors je dis pas que c'est cool tous les jours de recevoir 1000 mails, mais qu'est-ce que je serais vraiment ch... qu'est-ce que je serais vraiment triste et, euh... je me ferais chier si j'avais pas ces 1000 mails et si j'avais pas cette mini pression qui nous pousse à être bons nous-mêmes au niveau personnel, au niveau professionnel, et, euh, et je dois tout ça en fait à... à Radio Contact, donc, euh, en fait je dois ma vie à Radio Contact pour le coup, parce que sinon je serais peut-être boucher chez Renmans et je serais pas épanoui, parce que je dis pas que c'est mal d'être boucher chez Renmans mais, euh, c'est, c'est, en fait Radio Contact m'a permis de me réaliser...

D- Hum, hum...

C- Et donc rien que pour ça, je pense que c'est le rêve de toute personne de se réaliser, et disons que grâce à Radio Contact, si demain je viens à crever bhe... pff j'ai fait vraiment ce que je voulais faire et ça, je le dois entièrement à cette boîte.

D- Ok ! Et est-ce que tu es briefé sur la manière de communiquer les valeurs de Radio Contact, notamment dans les campagnes de communication ?

C- Non, mais euh... je pense que chez Radio Contact, on a... on a une chance qui est incroyable, c'est que... la confiance est de mise, euh... je pense que les gens qui nous dirigent savent que pour la plupart on n'est pas cons, alors je dis pas que des gens sont pas briefés parce que je pense ça doit exister mais moi j'ai cet avantage de... déjà, de un, de pas être non plus dans toutes les campagnes de communication donc, euh... donc clairement on me briefe pas à chaque fois. Ici j'ai fait des photos pour, euh, une opération cinéma, on nous demande juste d'être nous-mêmes et c'est ça aussi qui est cool et c'est ça aussi qui fait la, la marque Radio Contact, c'est que, on n'est pas des robots, donc quand tu nous écoutes, on voit qu'on est des personnes humaines, on s'amuse pas à citer la marque autant de fois, on s'amuse pas à être le, le plus rapide possible mais... mais je pense vraiment qu'en fait, euh, c'est, c'est notre côté

humain, c'est notre côté, moi j'a, j'adore David, euh, David Antoine qui fait le 16/20, euh, chaque jour du lundi au vendredi, c'est quelqu'un, on a fait une séance photo avec lui il y a pas longtemps, c'est quelqu'un qui commence à rigoler, on avait des popcorns dans nos mains, on a commencé à les balancer en l'air et au final on aurait dû peut-être nous dire « euh, écoutez les gars, euh, justement on veut un truc sérieux, euh, donc balancez pas vos popcorns » et au final ça tourne comme ça et c'est comme ça que ça doit tourner donc on a cette chance en fait de pas devoir être, euh, être briefés après on va pas, on va pas se cacher, on est des gens, euh, on est, euh, quand t'es un animateur radio, en partie, on va pas commencer à se donner des, des titres de noblesse mais on est un peu experts en comm, d'une, d'une, d'une comm bien précise et donc on sait ce qu'on peut faire, on sait ce qu'on peut pas faire, c'est-à-dire que, moi je pars toujours du principe que si on se pose la question de si on doit faire quelque chose ou si on doit pas le faire, c'est qu'on doit pas le faire parce que justement c'est quelque chose qui est pas naturel. Ici on est dans, dans une marque qui s'amuse comme ça à... je pense à, à laisser vivre les, les gens à laisser vivre les personnalités, c'est comme ça qu'on arrive, euh, à obtenir je pense de chouettes résultats, je pense quand on voit des campagnes de pub et des sourires qui sont affichés, euh, parce qu'ils sont, euh, ils sont naturels et à l'inverse, euh, on voit pas de, de mauvaises choses parce que... on... ça nous vient pas à l'esprit quoi, donc on a vraiment, on est vraiment liés en fait et c'est ça qui est cool c'est que... Radio Contact, notre esprit Feel Good, notre esprit pétillant, il vient de nous-mêmes, il vient pas des gens de la comm, je pense que les gens de la comm ils se font plus chier que nous en fait. Et donc quand ils sont là en mode « on va faire une pub et tout », je pense que eux-mêmes sont plus dans un délire négatif en mode « ouais, ils vont peut-être faire ça, ils vont peut-être faire ça », que nous-mêmes et vu que... eux pensent pour nous, euh... voilà je pense que... ils pensent même pas à ce qui va se passer, en général, euh, c'est l'imprévu qui fait que... que la campagne a réussi ou non, voilà après, je sais pas...

D- Ok ! Et t'es pas briefé non plus sur la manière de te comporter par exemple quand quelqu'un te reconnaît dans la rue, tu parlais tout à l'heure de Media Markt ?

C- Ouais non, non, on n'est pas briefés après, euh, je crois que c'est chacun a la personnalité qu'il a et je crois qu'il faut respecter ça, euh... moi, euh... je suis, je suis quelqu'un, euh... j'ai été jeune, euh, j'ai été dans la peau des gars qui étaient pas dans la radio donc, euh, il y a plusieurs personnes qui viennent vers nous, il y a des filles qui sont intéressées, euh, là chaque personne en fonction de son statut peut éventuellement leur répondre, etc., il y a des petits garçons qui rêvent de faire de la radio, bhe là une fois de plus, fin, en fait je crois que tu dois à chaque fois que tu dois adapter ton comportement. Si quelqu'un te traite de débile parce qu'en fait t'es le mec qu'il a vu à la télé hier dans un bar à 21h, bhe t'as le droit de leur dire « écoutez les gars, je vais pas faire de photo avec vous parce que vous me respectez pas », mais à l'inverse, je crois que c'est vraiment la... euh, en fait ouais donc on n'est pas briefés donc ça c'est la première chose et la deuxième chose, euh, c'est... j'ai cet avantage de pouvoir être sur antenne comme je suis dans la vie, donc, je pense que si les gens me reconnaissent, si les gens

m'apprécient, ça veut dire qu'ils savent qui je suis et donc forcément ils savent à peu près comment... m'aborder. C'est vrai que moi cette histoire de Media Markt c'était hier, euh... en fait c'est-à-dire que j'ai vu, euh, une maman avec un petit garçon, qui m'ont suivi dans tout le rayon, moi à l'intérieur je me disais « bhe tiens, un qui a dû me reconnaître », etc. et je dis, euh, je me retourne sur eux je leur dis « vous allez bien ? », le petit garçon grand sourire, « ha c'est le mec de la radio, il m'a envoyé un Snapchat hier, je l'ai écouté jusque 23h », et je dis « bhe ok, viens on fait une photo, il y a pas de problème », là on demande comment ils nous écoutent, pourquoi ils nous écoutent, à quelle heure ils nous écoutent, et euh... et ouais je pense que c'est comme ça que... qu'on est proches des gens et c'est aussi comme ça qu'on renforce notre marque aussi et, euh, et là c'était plus, euh, quelque chose de personnel mais c'est aussi comme ça qu'on se vend entre guillemets, après, moi je comprends aussi des, des potes qui, qui parfois sont très tim, moi je suis quelqu'un de très timide par exemple et donc vu que je suis timide mais genre exacerbé, les représentations publiques me gênent toujours un peu, c'est-à-dire que moi je fais de la radio parce que justement je peux parler à des milliers des gens sans pour autant qu'ils me voient, sans pour autant qu'ils aient tout contact avec moi, c'est pas pour autant que je les aime pas, mais c'est vrai que quand il y a 15 personnes qui viennent vers moi en mode « ouais Chris on va faire une photo » bhe je suis vite dépassé mais ça m'empêche pas de... de répondre avec le sourire et c'est vrai que parfois on est un petit peu gentil, parfois on a une petite vanne qui passe bien, qui passe mal mais en tout cas c'est vrai que ici en interne on nous a jamais dit, euh, « les gars quand vous recevez quelqu'un, euh, quand vous voyez quelqu'un vous faites ça ou ça », parce que je pense c'est... ce serait même contre nature, je t'ai expliqué depuis le début qu'on était nous-mêmes...

D- Hum, hum...

C- Et je pense que justement, bhe ça nous permet tout simplement d'avoir l'occasion de... bhe de réagir avec les gens comme on réagirait à la radio et comme on réagirait entre nous, donc voilà...

D- Ok ! Et, euh est-ce que tu as par exemple des contraintes dans ton rôle d'animateur, des choses à ne pas dire, ou euh, autre chose ?

C- Bhe disons que je peux pas être raciste, euh, (rires) ! Euh... je peux pas insulter les gens, ouais mais bon, je veux dire, euh... on n'a pas de contraintes, euh... c'était une vanne hein évidemment pour le côté raciste et autre, mais, euh, en fait je pense que ce qui se passe à la radio, c'est ce qui se passe dans la... dans... la société civile au quotidien, euh... c'est-à-dire que... il y a des règles qu'on peut pas franchir mais, euh... mais je pense que toute personne sensée va pas commencer à insulter les gens sur antenne, euh... Je sais pas ce que je pourrais faire après il y a des règles d'antenne, oui... de sorte à ce que je peux pas changer la programmation musicale de la radio, ou ce genre de truc qui sont propres à mon métier, mais en termes de communication... de speak, d'intervention, de ce que je raconte, j'ai, j'ai aucune contrainte. Je pense que le but justement c'est de jamais, jamais se mettre de barrière, après j'ai mon directeur d'antenne qui déteste quand je parle anglais parce que j'ai, j'ai un accent de merde donc

voilà c'est une contrainte qui m'est propre, c'est en mode « Chris, n'annonce jamais les titres en anglais, tu sais pas les dire » (sourire), c'est une contrainte, mais, euh... c'est que quelque chose qui m'est propre, et je pense c'est pas quelque chose qui, euh, qui entrave la communication d'une manière ou d'un autre. Après, euh... ouais on a peut-être des tics de langage, euh, c'est, c'est con mais, euh... mais... comme n'importe qui a peut-être, euh, on, on va être sur antenne ou on va se faire mal, il y a peut-être un petit « putain » qui peut sortir, euh, ça évidemment c'est à éviter, euh, après... après voilà soyons humains et je pense que c'est la... la manière la plus sympa de faire de la radio et c'est la manière la plus sympa, euh, qui fait que... euh... je pense que les gens nous aiment bien et, euh, et peuvent s'identifier à nous, après... franchement je réfléchis mais des contraintes j'en vois pas...

D- Hum, hum...

C- Si ce n'est, ouais, euh, on doit être polis, euh... on doit être, euh... ouais comme n'importe qui en fait, j'ai les mêmes contraintes que toi quand tu t'exprimes en public...

D- Hum, hum...

C- Sauf si t'es dans un concert de rap, là tu pourrais plus dire de conneries que... ouais c'est la même chose, quoi !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que ton entourage te demande ton avis lorsqu'ils cherchent une radio à écouter ?

C- Bhe sache que si... s'ils demandent quelle radio écouter, je crois que ma réponse va être vite faite, hein, mais, euh...

D- Hum, hum...

C- Non, je pense que... à ce niveau-là ouais, on... on est, on a souvent un œil, euh, par exemple c'est pas, en, à mon entourage que je peux te raconter plein d'anecdote du genre mais quand on va à des fêtes entre potes, quand il y a un mec qui est censé mettre la musique, on se retourne toujours sur toi tu vois ?

D- Ouais...

C- C'est toujours toi qui devient l'espèce de leader d'opinion de la musique, qu'est-ce qui va se faire demain, qu'est-ce qui se fait aujourd'hui, qu'est-ce qui marche demain, euh... euh, à ce niveau-là oui, après euh... je pense que ce serait mal venu en fait que quelqu'un se ramène et dise « ouais, euh, quelle radio écouter ? », je connais le marché de la radio mais je vais jamais dire à quelqu'un « écoute autre chose que, que Radio Contact », après il y a un seul endroit où on doit être corporate, il y a un seul moment où on doit quand même vendre sa soupe ça reste à un moment autour de nos proches parce que... parce que voilà je pense que, au quotidien on doit réussir à convaincre les gens que notre produit est... est, est meilleur que tous les autres et, euh, mais voilà, après clairement si le mec, euh, veut écouter que les Stones, et, euh, et du Rage Against The Machine, je vais lui dire « bhe écoute, euh, écoute Mint, euh, c'est, c'est presque une cousine à nous, euh, et tu vas vraiment te retrouver là-dedans », après, euh,

après ouais, dans ce genre de conseil on, on peut oui mais, euh, je te l'ai dit, il y a vraiment un, un côté mettre de la musique, les musiques, j'ai l'impression que vu qu'on fait de la radio on est disc-jockey pour tout le monde tu vois ?

D- Ouais...

C- Mais sinon pour le reste, euh, voilà...

D- Ok ! Et est-ce que tu as l'impression d'être un intermédiaire entre Radio Contact et les auditeurs ?

C- Ouais, ouais, ouais, bien sûr, euh... alors, plus spécifiquement, euh, je t'avoue que je vais pas tous les jours au Media Markt et qu'il y a des jours où je reste chez moi donc forcément je suis pas toujours un intermédiaire, mais euh... en fait via les réseaux sociaux on est un intermédiaire...

D- Hum, hum, ouais...

C- Tu parlais d'identification à la marque, euh... euh, au tout début, je pense que les auditeurs ne comprennent pas toujours que... en fait quand on est, euh, animateurs chez, euh, chez Radio Contact, on s'occupe d'une émission, par exemple, c'est très con, mais il y a parfois, euh... par exemple, tu parles d'intermédiaire mais il y a parfois des gens qui ont gagné avec, euh, un pote qui fait le 10-13, euh, Gaëtan Bartosz, euh, me disent « ouais mais j'ai gagné avec Bartosz des places de cinéma et elles sont toujours pas arrivées », quelque part tu te dis, « mais pourquoi tu me l'envoies à moi ? », donc quelque part oui on est un intermédiaire du coup, euh, je réponds à ta question directement, oui on est un intermédiaire, parfois on n'est pas le bon intermédiaire mais aux yeux des auditeurs on, on est clairement un intermédiaire, on est clairement, euh, bhe une personne qui représente l'institution, euh, pour laquelle on travaille...

D- Hum, hum...

C- Et, euh... (réflexion) et ouais, donc, euh, parfois on n'est pas l'intermédiaire, parfois on n'est pas le bon intermédiaire mais clairement on est, euh, la personne de référence, en tout cas la personne à contacter si, euh, bhe si on a un problème, si on a une idée à partager, si on a quoi que ce soit à partager vers la radio. Parfois d'ailleurs, les gens nous envoient plus des messages à nous directement qu'à la page Facebook de Contact ou par le site directement de Contact, parce qu'ils ont l'impression qu'on est des, des vraies personnes là où en fait, euh, un webmaster, aux yeux de nos auditeurs, parfois ce sont pas des vraies personnes, tu vois...

D- Hum, hum...

C- Donc, euh... donc ouais, on est clairement un intermédiaire.

D- Ok ! Et est-ce que tu as le sentiment de les influencer ?

C- Bhe ouais, euh... tu parles des réseaux sociaux ou alors de manière générale toujours ?

D- Hum, ouais, de manière générale...

C- Alors, c'est très, très, très drôle mais...

D- Tu peux parler des réseaux sociaux aussi...

C- Euh... par exemple mon émission antenne, bha c'est une émission de buzz, une émission où, où les choses en fait que je diffuse sont en général des choses qui buzzent, euh, soit le jour-même, soit 24h après, soit, euh, quand je fais découvrir des nouveautés musicales, bhe ce sont des choses qui vont arriver seulement dans un mois, dans deux mois, et, euh, et par exemple on peut, on peut pardon c'était influencer c'est ça ? C'était ça le terme ?

D- Ouais...

C- On peut influencer par exemple, les... les gens sur les musiques, c'est-à-dire que si, euh, tu vends bien ton, ton truc, tu dis « ouais, vraiment à écouter, euh, ça va être le nouveau Despacito, c'est un remix avec Justin Bieber, le truc j'arrête pas de l'écouter, encore mieux que l'original », quand tu le vends comme ça, la personne ne l'a pas encore écouté que dans sa tête c'est déjà un truc cool et donc, mine de rien, euh... que tu le veuilles ou non, je pense que si tu dis ça avec une bonne conviction, si tu le dis avec, euh, avec le sourire, en étant proche des, des auditeurs... bhe sauf si le mec vraiment déteste le truc, c'est ce qui est possible, mais, euh, il y a quand même tu vois au niveau musical, euh, une manière d'influencer. Après je pense que... quand on est... tout seul face à un public qui en plus de ça ne peut pas répondre, directement parce que s'ils répondent c'est qu'on est au téléphone donc t'es pas à la radio, euh... bhe disons que oui, euh, si en fait ils choisissent de t'écouter, ils choisissent un minimum ta manière d'être et donc, euh, et donc voilà, euh, je... je, je pense qu'il y a plein de choses auxquelles ils pourraient pas adhérer si, si on commence à dire des choses qui sont totalement loufoques, mais si on dit, euh, par exemple, euh, « et franchement c'est trop cool, euh, aujourd'hui il y a Faudel, qui va sortir un nouvel album, qui sera produit par RedOne », bhe si tu le dis de cette manière-là, euh, parce que Faudel c'est un mec, euh, totalement, un gars qui, euh, qui était à moitié mort musicalement parlant, mais vu qu'en fait, euh, moi ce soir par exemple j'en parlais en disant que, bhe, il va être produit, par le mec qui a produit, euh, les tous bons, euh, Lady Gaga, bhe mine de rien en fait tu vas influencer les personnes en le vendant comme ça et en le disant comme ça et... les personnes en fait vont se dire « bhe ouais, attends, le gars de la radio il a raison en fait, Faudel il va revenir mais il va peut-être faire des meilleurs trucs que ce qui l'avait fait... connaître et ce qui l'avait fait cartonner à l'époque parce que c'est quand même le mec de Lady Gaga qui va... » et donc en disant ça comme ça je pense que clairement en fait t'influence les gens...

D- Ouais... Ok ! Et est-ce que tu es présent sur les réseaux sociaux ?

C- Ouais, ouais, ouais, je suis, je suis, je suis beaucoup présent, après, euh, mon émission le, le, le demande beaucoup pour créer un, un sentiment vraiment de très, très grande proximité, je suis sur

Snapchat avec les auditeurs, euh... Chaque soir je balance mon Snapchat et je leur dis « ouais, il y a pas de stress dans les 10 prochaines minutes je vais lire vos snaps, euh, on est présents sur, sur la page Facebook de Contact », alors moi après je suis très présent sur Instagram, sur Facebook, euh et sur Twitter, euh... un peu moins à mon compte personnel parce que justement je, je défends totalement, euh, les, les publications de Radio Contact, quand tu gères une page comme Radio Contact, tu ne fais plus que ça, tu, tu t'effaces pratiquement toi mais... mais c'est vrai que si parle de... de mon compte perso là... bhe t'es obligé d'être un peu sur les réseaux sociaux parce que... tu peux être un peu plus toi-même que sur antenne, parce que sur antenne, qu'on le veuille ou non, euh, t'as quand même des contraintes de temps, euh, tu peux pas parler de tout ce que tu veux, euh... mais, mais ouais clairement on est, euh... on est bien présents et je pense, euh, c'est super important d'être présent là-dessus parce qu'au moins bhe t'existe sur une autre plateforme, c'est un autre média, euh, et c'est un média qui peut être totalement complémentaire à... à ton média actuel, c'est-à-dire que moi par exemple, la radio, euh, me permet de rentrer en contact avec des milliers de gens grâce à Snapchat et à l'inverse Snapchat permet justement qu'on parle d'eux à la radio, donc, euh, il faut vraiment essayer de... de, de rendre complémentaires plusieurs médias dont, euh... certains médias sociaux avec d'autres médias et je pense que, en plus de faire ça, on va, on va réussir à créer, euh, une radio digitale qui doit absolument se digitaliser pour les 5 prochaines années parce que sinon la radio serait quelque chose qui, qui serait en train de crever...

D- Hum, hum, et t'as aussi, euh, une page professionnelle ?

C- Ouais...

D- Pour, euh, pour toi ?

C- Ouais, je suis étonné que tu l'aies pas encore likée mais (rires), ouais, donc oui, c'est ce que je disais, euh, quand je disais compte perso, c'est vraiment, euh...

D- Pardon, je voulais dire une page professionnelle, c'est ce que j'ai dit ou c'est pas ce que j'ai dit ?

C- Euh, ouais, c'est ça, non, non, non t'inquiète pas, euh non donc je disais, euh, donc j'ai une page t'as Christopher Calice, il y a le côté ajouter comme ami, mais il y a aussi le côté, euh... aimer donc, euh, la fameuse page aime, euh, personnalité publique (rires), euh... non ouais donc, donc, euh, c'est grâce à ça vraiment que tu peux communiquer avec des gens qui te suivent à la radio des gens qui... qui, euh, justement te suivent pas à la radio mais te trouvent drôle sur, euh, sur internet, et donc, euh, donc ouais, j'ai ce genre de page, euh, que j'alimente de moins en moins je te dis parce que j'ai, ça fait deux mois que... même plus maintenant, que je m'occupe des réseaux sociaux de Contact, ça prend plein de temps mais je, je, je préfère m'y atteler directement, euh, à la marque, euh, qui est ma marque à moi entre guillemets, mais, euh, mais ouais du coup, euh, j'ai ma petite page, mon petit compte Twitter, j'ai mon compte Instagram, tout ça accessible par des gens qui sont pas forcément amis avec moi dans la vraie

vie, contrairement à mon compte Facebook personnel, euh... et ouais donc, euh, je m'en sers pour, euh, pour être justement, tu parlais d'être intermédiaire avec les auditeurs, c'est un moment de me contacter directement, et euh... et pour le reste ouais je, je m'amuse à être moi-même là-dessus donc les gens peuvent encore plus adhérer, euh, à ma personnalité à mon humour, euh, je, je, je fais pas de réflexion politiques, euh, personnelles, euh, directes parce que je pense, euh, je n'ai pas ce rôle d'être un leader d'opinion politique par exemple, euh... mais, euh... voilà je pense que, comme chacun je, j'aime parfois être drôle donc je poste quelques vannes et donc je fais toujours des réflexions qui sont jamais à prendre au sérieux parce que je pense qu'il y a des autres personnes qui sont... destinées à rendre sé, sérieuses les choses mais, euh, mais je pense être, euh, quelqu'un de Feel Good, quelqu'un de Radio Contact sur les réseaux sociaux, un peu comme je suis sur antenne...

D- Hum, hum, et quel genre de contenu tu postes, sur tous ces réseaux, donc aussi bien sur le compte professionnel, que sur le compte Radio Contact ?

C- Alors le compte Radio Contact, ça peut être, euh, des milliers de, de contenus différents, on a créé, euh, plein de capsules dernièrement, euh, au niveau des vidéos donc on poste, euh, on poste vraiment de tout en fait, euh, aujourd'hui je peux, je peux ouvrir la page, euh, donc par exemple je sais que j'ai explosé un record, euh, en termes de personnes atteintes il y a pas longtemps, euh... sur la page de Contact où on annonçait le retour, euh, peut-être des Desperate Housewives, ça peut être une photo, euh, des invités qui sont présents dans le Good Morning, ça peut être, euh, une vidéo qui va expliquer, euh, quel cadeau on va faire gagner dans le 16/20, ça peut être, euh, le nouveau single, euh, d'un ex One Direction qui vient de, d'être partagé sur YouTube, ça peut être la dernière publication Instagram de Beyonce donc c'est vraiment propre à la radio donc on est vraiment dans un délire, euh, de partager de l'info, on est dans un délire de partager quelque chose... (réflexion), qui, euh, comment dire, qui, euh... n'est susceptible d'intéresser, euh, les auditeurs et nos, nos fans comme on dit, euh, sur les réseaux sociaux et après pour, euh, pour mes publications personnelles, euh, ça peut être, euh, des statuts que je trouve drôles, euh, ça peut être des selfies de moi en vacances, ça peut être, euh, des vidéos où, où j'expérimente un truc, genre la nouvelle attraction de Disneyland Paris, je pourrais très bien faire une vidéo et la partager, si je fais Instagram c'est aussi des trucs très, très, très photos, très vidéos, forcément, euh...

D- Hum, hum...

C- Donc voilà, fin c'est vrai qu'on, on se repêche toujours un petit peu, euh, quand on est sur, euh, la page Facebook de Radio Contact, il y a des choses qui intéressent, euh, les gens qui ont décidé de nous suivre donc soit de la musique, euh, soit une actu, soit, euh, bhe ce qui se passe à la radio donc, euh, quand ça, ça me concerne moi bhe c'est, euh, c'est ce que je suis c'est mon quotidien, et, euh... et... il y a rien de plus en fait...

D- Ok ! Et lorsque tu apparais dans une campagne de communication pour Radio Contact est-ce que dans ce cadre-là tu as l'impression d'avoir un rôle d'influenceur ?

C- Pas d'influenceur direct, mais, euh, je peux te montrer en fait, on a fait une photo, il y a... juste avant que je parte en vacances, et, euh, et donc en fait c'est vraiment ma dernière campagne de pub dans laquelle mais t'as peut-être bossé dessus, avec l'histoire du cinéma, ça te dit quelque chose ?

D- Euh non, j'étais pas... j'étais pas là-dessus...

C- Donc en fait c'est vraiment la dernière, euh... la dernière, euh, truc, tu vois, la dernière truc de, de, de, de campagne etc., dans laquelle on va, on va apparaître et, et en fait quand... quand j'apparais dans cette, dans cette photo, qui est en plus très jolie, euh... je me dis pas « je suis un influenceur » mais je suis, euh, « je suis un représentant, quoi »...

D- Hum, hum...

C- Euh, plus, euh, plus représentant parce que influenceur, je pense que... je sais pas comment expliquer, mais, euh... mais, euh... (réflexion) on n'est pas, euh, ouais... on n'est pas influenceurs, on est vraiment représentants et donc on fait partie, euh, bhe d'une team, c'est plus comme ça que je vois les choses, euh... et je crois que ce serait, très sincèrement les gens qui disent qui sont influenceurs, je crois que ce sont des gens qui sont prétentieux, euh, je pense qu'ils ont un trop gros égo, je pense que quand on est là-dedans on est, euh... ouais on est, euh... comment dire, euh... on est représentants, on fait, on fait le job et on, et on fait partie encore une fois du package que je t'ai expliqué, euh...

D- Hum, hum...

C- Euh... ouais, on fait partie du package Radio Contact, quoi !

D- Ouais, ok ! Et est-ce que tu connais le terme d'ambassadeur d'entreprise ?

C- Non !

D- Ok ! Et qu'est-ce que...

C- C'est un peu ce que je suis non ?

D- Qu'est-ce que ça t'inspire justement ce terme-là ?

C- Bhe c'est dans l'entreprise, je pense que... c'est quelqu'un qui peut être mis en avant par rapport à tous les autres employés, euh, au sein de l'entreprise et qui est essentiel d'une manière ou d'une autre pour la représenter, donc je pense que par exemple, euh, bhe nous en tant qu'animateurs radios on est ambassadeurs d'entreprise, euh...

D- Hum, hum, ouais...

C- Pff, ouais, c'est, c'est, c'est vraiment ça, euh... mais ça, ça se prête vraiment bien à la radio en fait si tu veux être ambassadeur d'entreprise, après, euh... je sais comment... je sais pas comment expliquer mais, euh... euh... je pense très sincèrement que par exemple un ambassadeur d'entreprise ça peut être un porte-parole par exemple à la, à la SNCB, bhe alors qu'à la SNCB, il y a plein de gens qui travaillent genre en mode, il y a des gens qui réparent des trains, il y en a d'autres qui en conduisent, il y en a d'autres qui vendent des... il y en a d'autres qui vendent des tickets, euh, je pense que nous en fait ce qu'on est, on peut être, quand on fait de la radio, on est ambassadeurs d'entreprise parce que, allez, en fait les animateurs ils sont très peu par rapport aux autres personnes qui bossent vraiment pour la radio. Moi j'ai toujours dit que faire de radio c'était pas juste être dans un studio et, euh... et, euh... (réflexion) et ouais c'est ça en fait, c'est vraiment ça, c'est vraiment, euh, les animateurs radios sont d'office des ambassadeurs d'entreprise mais, euh, fin, tu, t'es ici depuis longtemps c'est tellement qu'il y a des gens qui sont derrière que... pourtant on est ambassadeur d'entreprise par défaut quand on est animateur radio...

D- Hum, hum...

C- Mais, euh, mais pour définir, ouais... le terme, ou en tout cas ce que j'en comprends, c'est, euh, ouais des personnes qui sont mises en avant, euh, ou qui sont, choisies pour être mises en avant et pour représenter l'entreprise. Je pense vraiment au porte-parole quand, quand tu dis ça...

D- Ouais ?

C- Ouais, après, euh... après, euh... j'essaie de trouver toujours des trucs mais, euh... mais, euh... ça peut être un... statut hiérarchique qui est donné l'ambassadeur d'entreprise, par exemple dans un club de foot, il y a les joueurs qui représentent le, le blason, mais il y a aussi le, le président qui s'exprime souvent, il y a l'entraîneur, et... pourtant bhe il font pas tous le même job donc on peut dire qu'il y a plusieurs ambassadeurs d'entreprise dans une entreprise, euh...

D- Hum, hum...

C- Je pense qu'il y a les syndicats dans des entreprises, euh, communes... je, je sais pas si j'ai bien compris ta question...

D- Si mais c'est ta définition en fait !

C- Ha ok, sorry, sorry !

D- Ouais, ouais !

C- Et je l'ai bien dit ?

D- Sans doute (rires) !

C- Ok (rires) !

D- Et donc tu te considères vraiment comme un ambassadeur d'entreprise pour Radio Contact ?

C- Mais là c'est vraiment par défaut, c'est mon travail qui fait que je suis un ambassadeur d'entreprise, j'ai pas été choisi pour être un ambassadeur d'entreprise, c'est mon métier qui fait que je suis ambassadeur d'entreprise, euh... parce que... bha oui en fait, euh, mon directeur général a un rôle beaucoup plus important que moi et pourtant personne le connaît...

D- Ouais...

C- Euh... moi je suis, je suis ambassadeur d'entreprise parce qu'on travaille dans une, dans une entreprise de comm...

D- Hum, hum, ok ! Est-ce que tu penses que les Belges te considèrent comme une célébrité ?

C- Je pense pas...

D- Non ?

C- Non, non, non parce que... parce qu'en fait le statut d'animateur radio a évolué avec le temps, je pense aujourd'hui t'es plus une célébrité quand t'es YouTubeur, euh... donc voilà on est, euh, on est en 2017, la radio c'est quelque chose qui faisait rêver il y a 20 ans, aujourd'hui je pense pas que ça fasse encore rêver, donc forcément, euh, je pense que les, les célébrités de demain, euh, pour du moins les gens qui ont 25 ans comme moi, si elles veulent être célèbres, elles ont plutôt intérêt à se filmer, euh, dans leur salle de bain en faisant des vidéos sur YouTube ou sur Facebook. Après, euh, je pense qu'on n'est pas des célébrités, on est des personnes qui accompa...gnons, des personnes qui accompagnent, qui accompagnent des milliers de gens et donc, bhe quelque part, on est dans le foyer de milliers de personnes, euh, moi je me considère plus comme un... un pote, euh... un pote virtuel ou je ne sais quoi. Par exemple, le soir j'ai beaucoup de... j'ai beaucoup de nanas j'ai l'impression qui ont 26-27 ans, qui se sont fait larguer par leur mec, et chaque fois t'as l'impression que t'es, t'es vraiment la personne qui les accompagne et donc quand je les croise, euh, dans, dans la vraie vie entre guillemets, euh... j'ai l'impression ouais que t'es plus un pote qu'une célébrité, après on est, il y a juste plein de gens qui sont pas célèbres, par exemple le problème des stars, il y a des gens bourrés de talent, euh, pour des gens qui viennent nous voir dans l'émission, euh, on leur, je te parle comme maintenant et juste après j'ouvre le micro, je te sors un truc, je ferme le micro, je continue ma discussion, pour eux c'est un don presque, euh... donc voilà on est dans une, en fait on est dans une, euh... dans une société, en 2017 qui, euh... à mes yeux tu vois, le, la célébrité se raccroche encore un peu à du talent, mais en 2017 en fait être célèbre ne fait pas de toi quelqu'un de talentueux, et donc, euh, et donc voilà ! Si tu trouves que Gui-Home vous détend est talentueux, tu peux dire qu'il est célèbre, et à l'inverse, tu vois t'aurais pu dire « ouais, il est célèbre mais pas talentueux », si tu n'aimes pas son travail, alors qu'à mes yeux il y a encore une part de célébrité qui va avec une part de talent, donc pour moi Gui-Home vous détend est célèbre parce qu'il

est talentueux et drôle, euh, mais Nabilla par exemple est célèbre parce qu'elle est conne... et donc c'est pas la... le bon talent qui va avec la célébrité...

D- Ouais...

C- Et ça c'est, euh... ça c'est pas, c'est pas cool quoi ! Après, euh, ouais après, euh... pff, je sais qu'aux yeux de certaines personnes on, on est connus mais de là à être une célébrité, je crois que c'est ton mot qui est trop fort, moi célébrité, j'entends ça, je me vois en Madonna quoi tu vois (rires) ! Mais, euh... on est des personnes publiques on va dire, et du coup, euh, en tant que personnes publiques, on s'invite dans, je te dis moi je serais curieux de savoir, je fais 20h-minuit, il y a, il y a plein de gens qui doivent prendre leur douche avec moi en fait, euh, il y a plein de gens que je ramène au boulot, il y a plein de gens que j'accompagne au boulot, euh, il y a plein de gens que je mets coucher, euh, il y a plein de gens qui nous mettent en fond parce qu'ils font une soirée poker avec des potes, euh, donc en fait c'est, euh... je sais qu'auprès de ces gens-là on est, on est des personnes connues mais on est aussi, euh, on n'est pas... que connus en fait. Si célébrité ça veut dire pour toi être quelqu'un de connu, je pense que oui parce que, il y a des gens qui, euh, qui nous arrêtent dans la rue, euh, ou dans les soirées, euh, moi des fois je vais chercher des verres, j'entends derrière « ouais c'est le mec de Contact » et donc, ouais, euh... si célébrité veut dire être reconnu alors oui, on... est toujours bien reconnu au moins une fois par jour, mais, euh... de là à... on n'est pas des célébrités quoi, tu vois, on est des personnes un peu connues, pour certains très connus, et, euh, et moi j'aime bien aussi, euh, parler de, de personnalité publique, des gens qui s'invitent chez des gens quoi, tu vois, on est, on a un média qui, euh... il y a plein de gens qui savent même pas à quoi je ressemble mais il y a plein de gens qui écoutent ma voix tous les jours, il y a plein de gens qui, je te dis, euh, font des trucs, presque, très intimes quoi tu vois, moi je pense vraiment à ces gens qui prennent des bains en m'écoutant, je me dis, euh, on partage un moment qui est presque... c'est presque bizarre tu vois, après, euh, je vais pas commencer à me faire des films et tout, quoi tu vois mais, euh (sourire), c'est... c'est vraiment un moment intime qu'on partage ensemble presque, et donc, euh, on est vraiment dans l'intimité dans le quotidien des, des, de pas mal de gens et, euh, et donc ouais on est connus, sans le vouloir... mais, euh... mais pas une célébrité...

D- Hum, hum, ok ! Et une dernière question est-ce que tu as quelque chose à rajouter sur tout ça donc quelque chose que, qui te semble important mais qu'on n'aurait pas abordé ?

C- Non c'était, euh, l'interview d'un gars qui, euh, pensait jamais vivre ce qu'il vit aujourd'hui. Je le vis, euh, pleinement, après, euh, le plus important c'est, on, dans, dans ce milieu, dans ce métier, c'est, euh, de se rappeler qu'on ne fait que de la radio, et, euh, le fait de se dire qu'on fait que de la radio bhe ça permet de tout relativiser, ça permet de relative, de relativiser pardon, un quotidien, un salaire, euh, bhe ce que les gens vivent au quotidien, parce que par exemple mon papa il est boulanger, je sais que... c'est facile de se ramener à la radio à 18h et, euh, de quitter la radio à, à minuit en mode « bhe tiens j'ai

kiffé mon truc, euh, je suis même pas fatigué », donc ouais, euh, juste rajouter, bhe, euh, qu'on fait que de la radio...

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas...

C- Ouais c'était cool !

D- D'avoir répondu à mes questions !

ANNEXE 19. INTERVIEW DE BRUNO BANDINU

D- Alors tout d'abord est-ce que vous pouvez commencer par vous présenter en quelques mots donc quelle est votre fonction et en quoi consiste votre travail ?

B- Voilà je, je m'appelle Bandinu Bruno je suis Directeur d'antenne de Bel RTL, ma fonction c'est... de gérer que... toute l'antenne de Bel RTL soit bien mise en place, c'est-à-dire que l'organisation, que les émissions qui ont été, euh, qui ont été, euh... imaginées et proposées par le Directeur des programmes soient bien mises à l'antenne, ça c'est mon boulot.

D- Hum, hum, ok !

B- De gérer aussi le personnel, les animateurs, les assistants, les TCR [Technicien Chargé de Réalisation], euh, la production, que tout ça soit... correctement fait au niveau de l'antenne.

D- Hum, hum... Et, euh, est-ce que vous pouvez me dire quel est le rôle des animateurs radio au sein de Bel RTL ?

B- Le rôle des animateurs ?

D- Oui !

B- Bhe un animateur c'est quand même, euh, c'est l'image de la radio dans laquelle on travaille, ça veut dire que... je prends un exemple Jean-Michel Zecca, bhe c'est, euh, l'identité de, de Bel RTL, c'est l'identité de RTL TVI, pourquoi, parce que c'est une personnalité, c'est un, il a l'ADN de, de la radio, chaque radio a un ADN, chaque radio a... a un profil, chaque radio a une couleur et les animateurs normalement doivent tous avoir l'identité, l'ADN, la couleur de l'antenne...

D- Hum, hum...

B- Euh... je prends le cas de Jean-Michel, je pourrais prendre Sandrine Dans, ou Bérénice, euh, dans leur fonction, ce sont les leaders de l'antenne, c'est eux qu'on met en avant. Pour qu'ils soient bien mis en avant, il faut qu'il y ait aussi une bonne équipe derrière, donc un bon réalisateur, une bonne assistance, chargé de production et... c'est pour ça que... de parler d'un, d'un animateur c'est un peu léger, il faut parler d'une équipe, une grande équipe.

D- Ouais, hum, hum...

B- Voilà, moi c'est un peu mon avis sur un animateur, maintenant il faut qu'il ait des qualités, il faut qu'il ait... il faut qu'il soit ouvert à tout, ça doit être quelqu'un qui doit être curieux, euh... et... quelqu'un qui aura envie de... c'est de faire plaisir, hein la radio c'est du plaisir et le plaisir il faut le transmettre.

D- Ouais...

B- Quelqu'un qui vient à l'antenne et qui n'a pas de plaisir, qui n'a pas envie de transmettre un peu de plaisir, je pense qu'il doit faire autre chose hein...

D- Hum, hum...

B- Voilà !

D- Ok ! Et est-ce que vous considérez les animateurs radio comme des ambassadeurs de la marque Bel RTL ?

B- Ha... absolument ! Ha oui, c'est eux qui sont à l'antenne, ça veut dire que lorsqu'on allume, euh, la radio, qu'est-ce qu'on entend, c'est l'animateur, on n'entendra jamais le réalisateur, on n'entendra jamais le, l'assistant, on va entendre l'animateur qui lui... a... tout pouvoir de pouvoir, euh... laisser justement, euh, transpirer ce côté, euh, cette couleur de l'antenne, cette couleur qu'on voudrait donner à Bel RTL, euh, et qu'on doit donner à Bel RTL. C'est, euh... c'est, euh, c'est le point majeur de, d'une émission, c'est l'animateur mais encore une fois, euh, je le dis, je le redirais tout le temps, il y a une équipe...

D- Ouais...

B- Il ne faut jamais oublier qu'il y a une équipe. Un bon animateur sera toujours bien servi par une bonne équipe. Si l'animateur est talentueux et qu'il a une mauvaise équipe, bhe il y aura des couacs, il peut pas tout, euh... il pourra pas tout relever, voilà !

D- Ok !

B- J'espère que ça répond à la question que t'es en train de te poser, euh, si l'animateur, si il faut, euh, j'espère que ça répond correctement aux demandes...

D- Oui !

B- Ok !

D- Alors est-ce que vous portez une attention particulière aux valeurs des animateurs lors de leur engagement, est-ce que c'est un critère, euh, important ?

B- Qu'est-ce que t'entends par valeurs ?

D- Est-ce qu'ils doivent, euh, être en phase avec les valeurs de la marque ?

B- Ha absolument, ha oui, oui, oui, quand on cherche un animateur, on recherche quelqu'un qui, euh, sur Bel RTL, comme c'est une radio généraliste, c'est une radio où... un animateur peut être confronté à plusieurs choses, il peut avoir un auditeur, il peut avoir un... politicien, il peut avoir, euh... une personnalité, il peut avoir un comédien, un chanteur, donc il faut qu'il puisse se débrouiller face à tout ça. Il faut que l'animateur ait... un potentiel, ce potentiel il l'a en travaillant, euh, sur les radios musicales, bhe on va leur demander surtout d'être assez rapide et de faire, de faire justement transparaître la couleur de l'antenne assez rapidement vu que la base et la matière première d'une radio musicale, c'est la musique. Sur Bel RTL, la musique est hyper importante, elle est très importante, mais il y a tout le côté aussi, euh, rédactionnel, le côté, euh... information, les émissions sont thématiques sur, euh, de l'infotainment, ça veut dire de, euh... des sujets qui peuvent aborder un peu tous les, tout le quotidien de, de la vie...

D- Hum, hum...

B- Et de chacun donc il faut que l'animateur puisse se débrouiller, il faut qu'il ait envie de parler. On va pas lui demander de parler pour ne rien dire, on va lui demander de parler pour dire des choses censées, parce que malheureusement, beaucoup trop d'animateurs ont la faculté de parler beaucoup mais on retient rien de ce qu'ils disent parce que malheureusement il y a rien d'intéressant, et ça nous on doit faire attention à tout ça, parce que, pour être un animateur, la première des choses, il faut être égocentrique. Il l'est à la base, pourquoi, parce que, euh, vous êtes seul face à un micro avec devant vous un mur blanc et vous devez faire semblant si vous étiez des milliers à l'écouter. On les voit pas les gens, on voit pas malheureusement les auditeurs. Vous vous pouvez nous voir maintenant par le biais de la télé mais... nous on ne voit pas les anima, on ne voit pas les auditeurs, on ne sait pas qui on a en face de nous. Il faut s'imaginer que, voilà... qu'ils sont comme ça d'une certaine manière parce que chaque radio a, euh, l'auditeur type, on sait à qui on parle en moyenne, on sait que Bel RTL est une radio plus mûre, euh, que Radio Contact, qui est une radio musicale plus jeune. Bel RTL s'adresse à des 35-55, 60 ans, euh, on sait que, en majeure partie, ce sont des femmes qui ont entre 40 ans et 45 ans, euh... elles sont mères de... mères de famille, euh, et bhe nous la radio elle doit, elle doit avoir cette couleur-là...

D- Hum, hum...

B- Voilà !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que les animateurs radios sont briefés sur la manière de communiquer ces valeurs de l'entreprise, notamment peut-être dans les campagnes de communication ?

B- Bhe disons que déjà à leur engagement, on les voit pour leur faire comprendre, euh, ce qu'on fait à l'antenne puis secundo, il y a souvent des débriefings d'émissions, euh... il m'arrive fréquemment de revoir des animateurs pour des petites remarques qui ont été faites à l'antenne ou des mots qui sont... qui sont, qui sont sortis qui n'auraient peut-être pas dû sortir mais ça oui, on les voit souvent, on les écoute, euh... chaque animateur est libre de son émission, en ayant quand même, en oubliant pas un canevas, il a... mon boulot à moi c'est de faire, euh, justement une conduite, de bien leur préciser ce qu'on attend d'eux à l'antenne. Après, l'émission c'est eux qui la prennent en charge, mais l'ossature, je l'ai produite, c'est-à-dire je leur ai donné, « voilà ce que je veux entendre, ça, ça, ça », il y a des points qui sont, qui sont importants, ça veut dire comme je le disais tout à l'heure, la musique, elle doit être importante, euh... l'auditeur est hyper important pour Bel RTL c'est, euh, l'auditeur est au centre de toute discussion.

D- Hum, hum...

B- Ne jamais oublier ça !

D- Oui, ok ! Et, euh, comment vous expliquez le fait que les animateurs des programmes de semaine soient plus présents dans les campagnes de communication que les animateurs du weekend ?

B- Alors pourquoi, parce que, dans les sondages... les... dans les sondages, le calcul est fait de telle sorte que, ce qui est hyper important c'est le... les tranches 6h, euh... midi, 15h-18h. À ce moment-là c'est des grosses parts de marché, c'est-à-dire que dans un sondage si vous ratez, euh, si vous ratez ces heures importantes, le sondage sera mauvais, quoi qu'il advienne, même si vous faites de très bons résultats le weekend, ce sont les dosages qu'on donne au niveau des horaires, ce qui veut pas dire que le restant des émissions, on va les oublier mais on sait que si on fait de l'audience à ces moments là, le restant fera de l'audience, parce que l'audience se fait, euh, en fonction de... la matinale, de l'après-midi, si vous faites de bons résultats, généralement, votre courbe reste toujours la même, c'est-à-dire l'auditeur ne s'en va pas, il reste avec vous. S'il a aimé l'émission, il reste sur la radio, s'il n'a pas aimé l'émission, et s'il n'a pas aimé l'émission du matin, il ne reviendra pas dans l'émission, il ne reviendra pas dans les autres émissions, alors ça veut dire si vous ratez, euh, la matinale, si le matin c'est pas une bonne audience, il y a peu de chances que les résultats du CIM seront bons et que... le CIM c'est hyper importants pour des chaînes privées comme, euh, comme Bel RTL vu que nous sommes payés en fonction des pubs, uniquement, pas de pubs, pas de rentrées, pas de boulot, bha c'est très simple. Donc c'est logique que, on va mettre beaucoup de comm sur les émissions qui sont hyper importantes et qui vont apporter... qui vont apporter le... je vais dire le... euh... allez je vais donner une comparaison. C'est comme un barbecue, vous avez besoin du charbon de bois, vous avez besoin du feu, si vous avez plus de charbon de bois, bhe le feu s'éteint, bhe j'apporte, euh, j'apporte le charbon de bois pour que... le restant puisse en profiter. Donc voilà pourquoi on communique beaucoup sur la matinale, sur, euh, Sandrine Dans, sur Les grosses têtes, euh... je tiens à signaler que la nouvelle campagne de Bel RTL

qui commence d'ailleurs aujourd'hui ou elle a commencé hier, on va communiquer également sur Ingrid Franssen, on va aussi communiquer sur le soir, sur Patrick Weber donc on communique aussi sur les autres émissions, mais c'est vrai que la majeure partie des campagnes sont faites en fonction de, de la matinale, qui est hyper importante. Et la dernière qu'on a fait était plutôt une campagne sur, euh... la solidarité entre animateurs, c'est-à-dire que on a fait une campagne sur, euh, tous les animateurs se présentaient et présentaient les autres animateurs et ainsi de suite, donc pour dire que c'était une bande, on fait une bande, ça fait une équipe.

D- Oui, ok ! Et, euh, est-ce que vous encouragez les animateurs à être visibles sur les réseaux sociaux ?

B- Non...

D- Non ?

B- Non... non, chacun, chacun est libre de faire ce qu'il veut, euh... non, on les force pas si voilà, c'est vrai que c'est hyper important mais... on peut pas forcer les gens à devoir, euh, impérativement aller communiquer sur leur vie privée, euh, sur les réseaux sociaux, chacun est libre de faire ce qu'il veut, sur Bel, on va pas exiger à quelqu'un de se mettre sur le... sur Facebook ou sur Instagram, on sait que ça existe, on sait que c'est important. Maintenant, euh, un animateur n'est pas un objet, c'est un être humain, c'est quelqu'un qui a aussi ses... ce qu'on leur demande nous c'est à l'antenne, le restant, c'est de faire attention à... ce qu'ils disent, euh, quand ils sont à l'extérieur, oui ils doivent faire quand même attention, ils sont notre image, ils sont l'image hein, euh... Si vous croisez, euh, euh, Sandrine Dans, euh, dans une discothèque, complètement, euh, bourrée, euh, et qu'elle insulte tout le monde, c'est pas une belle image que vous allez donner de, d'RTL, donc on leur demandera, on sait bien que c'est la vie privée mais... on leur demandera de faire quand même très attention parce que c'est un peu ennuyeux quoi, voilà !

D- Ok ! Et, euh, une toute dernière question, est-ce que vous avez quelque chose à rajouter sur le sujet, donc quelque chose qu'on n'a pas dit mais...

B- Non, non, non, je crois qu'on a, je, je crois que je vais vraiment mettre l'accent sur, euh, c'est vrai qu'il faut parler de l'animateur, c'est hyper important mais encore une fois je rappelle que Bel RTL c'est une équipe, c'est... voilà, euh... je ne parle jamais d'identité en disant que... euh... que... l'animateur doit être mise sur une, euh, sur un piédestal. Je mettrais un animateur en disant c'est vrai que c'est lui qui est face aux auditeurs, bhe on essaie de lui, de le mettre, euh, euh... de le mettre de la plus belle manière, on lui donne les plus belles robes, euh, si c'est une fille et le plus beau costume si c'est un homme en, en le, en l'entourant d'une équipe soli, solide et blindée.

D- Ouais...

B- Voilà !

D- Ok !

B- Faut jamais oublier quand on fait de la radio, c'est pour être animateur ou être animatrice mais... il y a pas que ça dans le monde, euh, de la radio hein, comme dans le monde de la télé, hein, il y a aussi des gens qui sont derrière et qui font un boulot, euh, exceptionnel...

D- Ouais !

B- Voilà !

D- Ok ! Bhe merci beaucoup en tout cas d'avoir répondu aux questions !

B- Bhe j'espère que ça a répondu à tout ce que vous aviez besoin !

D- Oui c'était intéressant !

B- Bhe je crois qu'il faut, euh, si vous faites une interview, si vous faites des, des, il faut essayer de voir les différentes radios, parce que les tempos vont être différents, les choses vont être différentes, sur une radio musicale par exemple, la première des choses c'est la musique, c'est la musique qu'on va mettre en avant, nous ce qu'on veut c'est mettre la musique, c'est elle qui nous fait vivre, sur Bel, la musique est hyper importante parce que pour tout auditeur quel qu'il soit, si on se branche sur une radio, c'est pour la musique, après c'est tout ce que vous apportez en plus, le divertissement, euh... le soutien, l'aide, l'humour, moi je vais écouter Les grosses têtes, parce que j'ai envie d'écouter Les grosses têtes parce qu'ils m'amuse et en plus, euh, c'est très bien fait, Ruquier est excellent, c'est un bon intervieweur, c'est un bon journaliste, c'est quelqu'un qui sait faire, voilà, il y en a d'autres qui vont vous dire « moi j'écoute, euh, j'adore Nostalgie parce que j'adore la musique des années 80, je, ça me replonge dans les souvenirs et j'ai pas trop envie d'entendre l'animateur », c'est, voilà, on est tous différents quoi, et, euh, toutes les radios doivent être différentes, il faut pas que les radios se ressemblent, si elles se ressemblent on est morts...

D- Ouais...

B- Parce que à ce moment-là, euh, on fera tous la même chose...

D- Bhe c'est vrai que j'ai interviewé aussi le côté Radio Contact, donc je suis passée par Stéphane Gilbert aussi et...

B- Ouais, Olivier Arnould...

D- Et par les animateurs, et, euh, fin dans mon mémoire je sais pas encore si je fais faire une comparaison entre les deux mais en tout cas, ça me semblerait bien...

B- Je trouve que ce serait pas mal...

D- Hum, hum...

B- Parce que si on fait une étude sur la radio, il faut bien différencier les radios, il faut pas mettre toutes les radios dans le même panier, elles sont toutes différentes, alors pourquoi un animateur sera plus, plus en avant sur une radio comme Bel RTL que sur Radio Contact ? Sur Contact, ils ont par exemple, euh, Maria et Olivier Arnould le matin, ça c'est l'identité de la radio, et puis le soir entre 16-20, il y a David Antoine, ce sont les deux, ce sont les deux icônes, fin les trois icônes qu'on va mettre en avant.

D- Hum, hum...

B- Pourquoi ? Parce que c'est la matinale, et puis c'est la fin d'après-midi, c'est les deux endroits où on sait qu'on a beaucoup d'écoute, le matin parce que les gens vont travailler, ils vont à l'écoute ou n'importe quoi ils écoutent la radio, pendant la journée, bhe il se passe tellement de choses, les gens vont travailler, vont faire les courses donc la radio c'est... on arrive, on s'en va, on revient, on repart, on picore quoi...

D- Hum, hum...

B- Donc là c'est un peu plus compliqué. Sur NRJ par exemple c'est uniquement le matin, c'est Olivier Duroy, on va le, c'est lui qui est mis en avant, parce que c'est la matinale, après il y a d'autres radios Vivacité, bhe c'est un peu Bel RTL, Bel RTL est née avant eux, hein donc ils sont venus tout copier ce qu'on fait, bha il y a pas de miracles les anciens directeurs de Bel RTL sont maintenant directeurs de la RTB, donc, euh, ils sont partis avec la sauce quoi.

D- Ha oui !

B- Euh, mais ils ont pas les ingrédients ! Et, euh, bhe ils ont fait exactement ce qu'on, ce qu'on fait, quoi, ça veut dire c'est une radio généraliste avec du divertissement, avec, euh, de l'info, un peu moins d'info sur Viva que sur Bel mais voilà... Les comparaisons des radios c'est hyper, c'est pas comparer, c'est donner chaque, euh, pourquoi j'écoute une radio, pourquoi je n'écoute pas cette radio, voilà, il y a des choses qui vous déplaisent, ce n'est pas uniquement un animateur, c'est, ça peut être la musique, ça peut être le rythme musical qui vous plaît pas, euh, « moi j'ai plutôt envie d'entendre du pop, du pop, de la techno », euh... c'est pas sur Bel que je vais la trouver, parce qu'on n'est pas une radio, euh, pop/techno, c'est pas du tout ce qu'on veut faire, quoi. Chaque radio a son identité, il faut bien le noter ça, quelque part dans votre, euh, dans votre euh... rapport de stage, il faut vraiment le mettre en avant, on ne peut pas comparer toutes les radios, comme je ne compare pas toutes les chaînes de télé, c'est pas parce qu'on fait de l'image qu'on a la même chose, bhe non, nous voilà ce qu'on veut, sur Bel ce qu'on veut faire transpirer c'est vraiment que c'est une équipe, c'est une bande, on s'amuse, on vient se détendre et si vous allumez la radio c'est pour vous détendre, et pour apprendre peut-être, apprendre et vous détendre, mais... les deux ne sont pas, euh... ne sont pas opposés, ils vivent pas ensemble tout le temps, parce qu'il y a des émissions où on se détend, on n'apprend pas beaucoup mais on se détend, voilà !

D- Ouais !

(...)

B- Mais si on écoute la radio c'est qu'il y a quelque chose quand même. Il y a, nos, nos, nos plus beaux compliments on les a généralement à Noël, dans les événements proches de Noël, parce qu'on se rend compte des gens qui sont seuls chez eux, il y en a beaucoup et leur seul moment où ils ont des gens qui leur parlent en direct, ça aussi il faut le dire, la radio a une faculté, c'est le direct, c'est-à-dire que maintenant l'animateur peut vous dire « bha, il fait gris dehors, hein », la télé, tout est enregistré, euh, des fois 3 à 4 mois à l'avance, ils savent pas le temps qu'il y aura dehors, donc on parle pas du temps, on parle de rien c'est intemporel, on va dire aujourd'hui, euh, oui, on va dire aujourd'hui mais on sait pas quel jour on est, la radio c'est du direct, c'est du maintenant, c'est leur parler et donc les gens à l'approche des fêtes se retrouvent des fois seuls et les fêtes c'est le pire moment pour les gens qui sont seuls c'est... de trouver quelque chose, quelqu'un qui leur parle, quoi... Et là on se rend compte de l'importance de la radio et je pense que là quand on est animateur on se dit « bhe au moins on sert à quelque chose », quoi. Et, c'est le plus beau compliment qu'on puisse avoir, c'est les gens qui vous disent « bhe voilà au moins vous, vous m'accompagnez parce que je suis seul chez moi, je me suis prévu un petit repas, mais voilà je suis tout seul », euh, pas uniquement financier c'est pas que des gens qui ont pas d'argent, c'est des gens qui sont vraiment seuls, qui n'ont aucune famille ou voilà, euh, ils ont décidé de, de vivre seuls dans leur maison, dans ces moments là c'est vrai que c'est assez dur parce que Noël c'est toujours familial, euh, la famille, les amis, on se réunit tous, on mange un morceau, bhe là, euh, la radio c'est ça, et la personne qui veut faire de la radio c'est la première chose qu'elle doit avoir envie de faire, c'est de pouvoir communiquer son, ce qu'elle a, si elle a de la bonne humeur, si elle a envie d'entendre les gens. Si vous faites de la radio, faut imaginer des gens hein...

D- Hum, hum, oui c'est sûr...

B- Parce qu'on peut pas faire de la radio, un chanteur je peux comprendre qu'il puisse pas apprécier les gens, un chanteur il se fait plaisir, parce qu'il adore la musique et, coup de bol, les gens l'adorent, voilà, maintenant, euh, il est pas forcé de, d'aimer les gens, nous si on fait de la radio c'est parce qu'on aime parler aux gens. Si on n'aime pas parler aux gens, on parle pas au micro, je rappelle que c'est très con hein la radio, c'est un micro et un mur blanc, c'est l'image que je retiendrais toute ma vie de la radio.

D- Oui ?

B- Bha oui un micro, un mur blanc ! Et vous faites semblant comme si vous étiez des milliers, euh, « je peux vous dire qu'il fait beau aujourd'hui, euh, on est jeudi, euh... on est le 18 mai c'est une superbe journée, on va profiter un peu ce soir de, d'une terrasse et d'aller, euh, réunir, se réunir avec des amis et prendre un petit verre et, et demain on va aller voir un bon match de basket parce que Charleroi joue », voilà, c'est ça la radio, et vous allez avoir des auditeurs qui vont vous dire « bha oui moi aussi je vais

aller voir le, les Spirous demain ! Ha bhe on se rencontrera peut-être ! », et voilà, et là on est partis et boom, c'est ça le direct de, d'une, de la radio qui est bien. Ça il faut aimer le faire, si vous n'aimez pas le faire, si vous êtes plutôt quelqu'un d'introverti et vous avez pas trop envie de parler, c'est une très bonne thérapie pour ces personnes, hein, parce que la personne qui est introvertie et qui se dit obligée de devoir parler dans un micro bhe elle ira, peut-être que ça va un peu la libérer et lui ouvrir l'esprit et se dire « bhe tiens en fin de compte, euh, si je communiquais ce que j'aime faire »...

D- Bha oui, c'est vrai !

B- J'espère que j'ai bien répondu et que c'est bien pour vous et que vous allez avoir assez de matière pour faire un très bon rapport de stage !

ANNEXE 20. INTERVIEW DE STÉPHANE GILBERT

D- Voilà donc la première question c'est est-ce que tu peux te présenter en quelques mots donc me dire quelle est ta fonction ici, en quoi consiste ton travail ?

S- Très bien, donc je m'appelle Stéphane Gilbert, donc je suis, euh, Directeur des programmes des radios musicales, euh, du groupe RTL donc, euh, ça veut dire, euh, Radio Contact et Mint, et aussi, euh... Contact RnB, qui est une radio sur le digital, tout comme Mint d'ailleurs. Euh... je suis... chez RTL depuis donc le mois de septembre, mi-septembre, euh, j'étais avant à la concurrence, euh, directe, euh, chez NRJ-Nostalgie, là où j'avais exactement la même fonction. Euh... mon travail consiste à, euh... euh... à, comment le résumer, euh... faire en sorte, de... mettre en place une grille de programmes...

D- Hum, hum...

S- Euh de suivre, euh, définir une stratégie, de faire en sorte qu'elle soit suivie par, euh, par les troupes, euh... donc ce qui veut dire également, l'implication des départements transversaux de RTL, pouvoir travailler avec eux, euh... bha la communication par exemple, ça peut être aussi département technique, broadcast, tout ce qui est pour, euh, euh... tout ce qui concerne le son, euh... donc je dois pouvoir à un moment donné interagir avec eux pour avancer dans des dossiers comme améliorer le son, euh... améliorer les studios, euh... donc, euh, donc voilà, travailler aussi main dans la main avec les partenariats pour, euh, pour des opérations qu'on a envie de mettre en place à... donc ça concerne donc vraiment tous les départements et plus spé, plus spé, de manière plus spécifique de mon côté, euh... bhe la mu, la musique de... de ces radios musicales, euh... les animateurs, bien entendu et on coll, je collabore aussi avec le département digital pour la communication sur nos réseaux sociaux et sur nos sites internet, voilà.

D- Ok !

S- C'est bien résumé (rires) ? C'est la première fois qu'on me le, qu'on me demande de résumer donc voilà, j'espère que c'est clair !

D- Oui ! Euh, donc ensuite quel est le rôle des animateurs au sein de Radio Contact plus précisément ?

S- Alors, le rôle d'un animateur est de, euh... faire en sorte de, de diffuser les titres qui sont programmés pour lui, mais c'est plus que ça, c'est, euh, c'est vraiment de l'accompagnement, euh, et, et, dans la bonne humeur donc c'est vraiment ce qu'on leur demande, un animateur ne peut, euh, jamais arriver, euh... avoir, euh, des problèmes et étaler sa mauvaise humeur, il laisse ses problèmes au vestiaire, il monte à l'antenne, il doit être tout sourire, euh, on leur demande aussi de, de faire en sorte que les auditeurs restent le plus longtemps possible branchés sur Contact puisque ça influence, euh, les audiences. Euh, donc faut savoir que l'audience est un... judicieux calcul entre le nombre d'auditeurs et la durée d'écoute, donc, on dit toujours que le nombre d'auditeurs, c'est, euh, c'est le travail de la communication de faire en sorte que, des gens qui ne nous connaissent pas, nous écoutent. Euh... et... et le rôle du directeur de programmes, c'est de faire en sorte que les gens restent une fois que, ils y ont goûté, et donc les animateurs ont vraiment un rôle clé puisque, euh... ils vont donner l'envie aux auditeurs de rester.

D- Hum, hum...

S- Euh, en... vendant la musique, en les accompagnant au travail, ou dans leurs tâches quotidiennes, euh... avec le sourire, euh... et c'est aussi de diffuser les pubs évidemment, puisque ils sont garants de la bonne diffusion des, des, des pubs, euh... ça représente, euh... au sein du groupe RTL, une manne budgétaire quand même relativement colossale, donc il a vraiment un rôle, euh, essentiel et, euh, effectivement, euh, jovial, tout sourire, mais derrière ça il y a, euh, il doit être très concentré pour faire en sorte de... de réaliser le, la meilleure mise en onde possible.

D- Hum, hum...

S- Donc, euh, placer le bon jingle au bon moment, euh, faire en sorte que le programme soit fluide, euh... de préparer aussi des interventions parce que même si, euh, bon ça donne l'impression que c'est euh, je lève mon micro et je raconte un peu ce que je veux, il y a quand même un travail de, un minimum de travail derrière donc il y a des règles, qui sont définies, il y a des, des techniques qui existent...

D- Hum, hum...

S- Voilà donc tout ça est assez, euh, est assez cadré !

D- Ok ! Et, euh, est-ce que tu considères les animateurs comme des ambassadeurs de la marque Radio Contact ?

S- Ouais, c'est, euh... c'est eux qui véhiculent les valeurs de, de Radio Contact...

D- Hum, hum...

S- C'est eux qui véhiculent, euh, comme on l'appelle l'esprit Feel Good, euh, et donc, euh, à l'engagement d'un animateur, on va toujours faire en sorte de... fin on le sent directement, la personnalité, déjà de s'entourer de belles personnes, c'est-à-dire de, de, de, d'animateurs sur qui on va pouvoir compter, qui ont déjà eux-mêmes des bonnes valeurs humaines, euh... euh... et qui puissent, euh, retransmettre ces valeurs-là via, via l'antenne, donc, euh, voilà.

D- Ok ! Justement ça débouche vraiment sur ma question suivante, c'est est-ce que justement leurs valeurs c'est un critère, euh, déterminant lors de leur engagement, est-ce que fin, on porte une attention vraiment à ça en fait ?

S- Oui c'est ça, donc euh, fin voilà comme je viens de te le dire, c'est important qu'il ait des qualités humaines, euh, on le sent, on le sent tout de suite. Euh... que dire d'autre ? (Réflexion) donc oui les qualités humaines, euh, on... on essaie aussi de... faire en sorte de s'entourer de personnes qui, euh, qui en termes de management ne vont... pas nous poser trop de problèmes...

D- Hum, hum...

S- Euh... ça existe hein, au bout d'un moment ça se révèle être un bouton noir et, euh, donc voilà on fait vraiment super attention à ça et que, que l'animateur soit aussi, euh, totalement investi par, euh, par son boulot, qu'il aime la marque, c'est super important qu'il aime la marque, et euh, et alors surtout et ça c'est la première chose, que ce soit un passionné de radio...

D- Oui...

S- Euh... tous ceux qui travaillent dans cette boîte sont des passionnés de radio au départ, on peut pas se dire un jour « je vais faire de la radio pour gagner ma vie » ou, euh, ou parce que « ça le fait de parler dans un micro », j'en sais rien, non, la raison c'est d'abord la passion des radios.

D- Ok ! Et ensuite, euh, est-ce que les animateurs sont briefés sur justement la manière de communiquer ces valeurs, notamment dans les campagnes de communication, quand ils sont utilisés ?

S- Euh... pfff, bonne question bhe pas spécialement donc, ils... connaissent le... (réflexion) le, le... comment dire les, les, les règles d'antenne, euh... dans, dans lesquelles il est, par exemple, le fait de ne jamais être négatif, euh... de toujours avoir le sourire, euh, voilà, donc en fait ils sont un peu dans la vie comme ils sont à l'antenne et inversement...

D- Ouais...

S- Et si à un moment donné ils doivent communiquer au travers d'une, euh, d'une, euh, d'un, d'un, d'un réseau, de Facebook ou de, de, de, d'un, sur les réseaux sociaux de manière générale, euh, ils connaissent quand même, ils connaissent les règles, ils connaissent l'ADN de la marque, ils savent ce qu'ils peuvent faire avec et ne pas faire avec, euh... mais on va jamais les briefer avant, euh, un post Facebook en

disant « attention, euh, dis-le plutôt comme ça que comme ça », euh, voilà ça se fait assez, ça se fait de manière naturelle en fait, voilà.

D- Hum, hum, et, euh, est-ce que les animateurs sont encouragés justement à être visibles sur les réseaux sociaux, comme tu parles des réseaux sociaux ?

S- Non, il y a, euh... à peu près aucune obligation. Euh... ils ont la liberté de poster sur la page de Radio Contact, euh, ce qu'ils veulent, donc, euh, sans en abuser évidemment, Christopher Calice entre 20h et minuit ne peut pas faire 15 posts Facebook, mais, euh, ils savent, euh, l'idée c'est d'essayer de, on va pas se cacher, c'est, de, faire un maximum de vues, un maximum de partages, euh... avec, euh, un article, euh, une photo, ou, euh, euh... ou un post, euh, tout simple, euh, qui fait, qui font partie des, des, des, des valeurs et en phase avec ce que Radio Contact véhicule...

D- Hum, hum...

S- Euh... donc il y a pas d'obligation à ce qu'ils soient présents sur leur page personnelle et qu'ils parlent de la marque mais il y a, euh, une, c'est même pas une obligation, c'est, euh, c'est le reflet de ce qu'il se passe à l'antenne que le, que ce soit, euh, visible sur les réseaux sociaux et donc ils vont chacun poster, euh, après il y a des cas particuliers comme David Antoine qui, euh, euh... va poster un certain nombre d'articles sur, euh, sur, euh, la page Radio Contact mais il a aussi sa page personnelle, puisque lui est un influenceur à part entière, fin je sais pas si, euh, si tu l'as vu récemment mais c'est l'animateur le plus visible, euh, sur Facebook. Euh... et d'ailleurs il y a, euh, euh, il y a, il y a des marques qui le sollicitent pour, euh, pour, euh, utiliser sa, sa page et utiliser son image pour, euh, pour faire briller, euh, pour faire briller, pour faire briller leur marque, donc, euh, voilà. Euh... mise à part ça, euh, David Antoine, le Good Morning a une page, euh, spécifique, euh... par contre les animateurs ont une page personnelle mais pas une page, euh... pas une page, euh... Radio Contact, dans le sens euh, Gaëtan Bartosz, Bartosz Radio Contact, ils ont une page Gaëtan Bartosz sur laquelle il fait à peu près ce qu'il veut quoi. Après, même s'il a sur sa page, euh, forcément une vie privée, euh, il a quand même l'obligation de, euh... euh... de faire attention à ce qu'il poste, vu que... ce qu'on, sa personnalité, son personnage est intimement lié avec, euh, avec la station et... donc on va éviter une photo de Gaëtan Bartosz complètement mort torché un samedi soir (sourire), euh, voilà mais bon, je dis ça, ils connaissent, ils maîtrisent, donc voilà, ils vont jamais poster quelque chose de négatif, ou en tout cas qui peut nuire à leur image.

D- Ouais, ok ! Et, euh, comment vous expliquez le fait que les animateurs de semaine soient plus présents dans les campagnes de communication peut-être que les animateurs du weekend ?

S- C'est ce qu'on appelle les têtes de gondoles, euh... donc ce sont vraiment les gros ambassadeurs de, de, de la marque, au-delà de la radio, de la marque, euh... c'est Maria et Olivier, et c'est David Antoine. Ce sont vraiment les, fin, puis il y a Daddy K, dans un, dans un second, dans un second temps mais ce

sont les, en fait les deux gros ambassadeurs sont les deux grosses, représentent les deux grosses émissions phares qui drainent un maximum d'audience, donc, euh... c'est, euh... forcément le, le, la, la grosse machine du matin...

D- Hum, hum...

S- Euh, qui, euh, ré, récolte un maximum d'audience et l'émission de... de David Antoine sur le drive time, donc à partir de 16h, bha, euh, les animateurs du 10h-16h sont, euh, secondaires, un peu moins exposés, euh, et les animateurs de weekend, euh, euh... participent malgré tout, ça dépend de l'action, en fait. Euh... on va communiquer sur une émission de manière spécifique, bha le Good Morning, forcément on va mettre Maria et Olivier, le 16/20, on va mettre David et son équipe mais David sera toujours au premier plan. Euh, par contre si on a une, euh, si on a une, euh, une action commune avec tous les animateurs, là on va organiser un shooting avec, euh, tous les animateurs, je sais pas peut-être que t'as vu passer ça à la comm, ou l'OP cinéma, donc là tous les animateurs sont impliqués parce que, ce qui va se passer c'est que les auditeurs vont pouvoir aller, euh, au ciné, euh... fin de moi avec, euh, Gaëtan Bartosz et Justin Douillez, euh, parce que ce sont ceux-là qui seront disponibles à ce moment-là et donc, euh, donc il y avait une vraie bonne raison de les mettre tous en scène, ou une action comme les Restos du Cœur aussi par exemple, où ils participent tous, donc ils sont sur les visuels etc., ils sont tous ensemble, euh... sinon voilà on communique sur des, euh, sur les, sur les émissions, sur nos émissions fortes, de manière, euh, de manière générale, donc quand il s'agit de communiquer sur Radio Contact, ou des campagnes, euh, de notoriété, où les animateurs ne passent, n'apparaissent pas forcément, ou des call to action avec, euh, avec un concours qui est, euh, qui est mis en avant et pas spécialement l'animateur, voilà !

D- Ok ! Et, euh, une toute dernière question, est-ce que tu as quelque chose à rajouter, euh, sur le sujet, quelque chose qu'on n'aurait pas dit mais que tu juges important ?

S- Euh... sur les animateurs ? C'est sur les animateurs de manière générale ?

D- En fait je fais mon mémoire sur les ambassadeurs d'entreprise, et donc ici en l'occurrence les animateurs de Radio Contact et Bel RTL.

S- D'accord, euh non pas spécialement...

D- Et la manière dont ils sont utilisés...

S- Ce qui est peut-être intéressant c'est les, certains animateurs, euh, sont deviennent des influenceurs sur, euh, sur le digital... que l'image prend aussi beaucoup plus de place, euh... en radio qu'avant et les animateurs l'utilisent, euh, l'utilisent très bien, euh... et que, je pense que... dans un an, dans deux ans, les marques vont vraiment se positionner, aller se positionner chez les influenceurs, de plus en plus, euh... donc voilà, c'est, il y a peut-être ce côté-là aussi qui est, qui est intéressant, de voir un cran plus

loin mais, fin, moi je le vois avec même, même un Gaëtan, qui est pas l'animateur le plus exposé, il fait 10h-13h, euh, il est de plus en plus interpellé par... par des marques, que ce soient des marques en région, même des marques nationales, pour, euh... la véhiculer dans sa vie de tous les jours, c'est assez impressionnant et donc ils arrivent à trouver des bons deals, euh, qui les aident aussi, euh, perso, euh... Gaëtan Bartosz, euh... a une, euh, une voiture à disposition pour, euh, pour, euh... véhiculer la marque, et je pense, il y en a plein dans ce cas-là, chez Bel RTL aussi, il y a quelques animatrices qui ont, si elles roulent en Mercedes, c'est parce qu'on a envie, fin Mercedes a envie de voir...

D- Ha ouais...

S- Voilà j'ai pas de nom en tête mais que cette animatrice-là roule en Mercedes et donc elle bénéficie de petits, de petits, ce genre de petits avantages, voilà !

D- Hum, hum...

S- Ce que je pense, voilà si t'as des questions, après n'hésite pas à m'appeler ou à me renvoyer un petit mail, on complètera si tu as besoin d'autres, euh, d'autres infos !

D- Bhe merci beaucoup en tout cas, d'avoir répondu aux questions !

S- De rien, je te rends ton BIC !

ANNEXE 21. INTERVIEW DE SÉBASTIEN TOPART ET DANITZA HERMANN

Da- Voilà, donc me décrire en quelques mots...

S- Bonjour ! (Rires) C'est bien on a deux voix différentes donc tu pourras très vite faire là...

Da- (Rires) tu pourras à mon avis pas te tromper ! Bhe euh, en fait nous on est, les responsables de marques donc on s'occupe...

S- Présente-toi toi hein !

Da- Oui, pardon, Danitza Hermann, responsable de la marque Radio Contact, pour ce qui t'intéresse, euh, ici, au niveau radio, euh, donc ce qui veut dire que, on développe des campagnes de communication, euh, multimédias sur différents volets, euh... à savoir donc euh, des campagnes télé, euh, digitales, euh, la presse magazine aussi, presse quotidienne, euh... différentes choses on peut faire aussi de, de l'affichage, dans des abribus, euh, des, je sais pas si tu as déjà vu des... habillés des...

Di- Ouais...

Da- Des bus, euh, TEC ou STIB, euh, ce genre de choses et alors on, on développe des plans de communication, euh, liés à certaines actions qui sont, euh, euh, décidées sur antenne en fait... du type, euh, fin si tu veux que j'aille déjà dans le détail maintenant ou non, je m'arrête, je laisse peut-être la, la

place à Sébastien parce que comme j'ai pas vu les questions d'après je vais peut-être me recouper donc je vais trop loin ! Seb...

S- Donc euh... donc moi je suis, euh... responsable effectivement de marque bhe on parle ici de Bel RTL donc je vais m'en tenir à Bel RTL, euh... donc au-delà de ce que Danitza vient de dire par rapport à Radio Contact, ce qui est aussi le cas pour Bel RTL, on a aussi un rôle, euh, stratégique et de mise en place de stratégie de communication et au-delà de ça dans un premier temps, on est, euh, responsable ou en tout cas on est, euh, on est les, euh... les, les...

Da- Garants !

S- Les garants voilà, c'est le mot que je cherchais !

Da- C'est le mot que tu cherchais !

S- Le garant de la marque, c'est-à-dire que, euh, à priori, euh, une marque a un certain, c'est pas seulement un logo, une marque c'est aussi toute une, c'est un, un nombre de valeurs et de... et de... d'émotions autour de ça et donc nous on est, on est censés être garants, euh, de... du... du bon suivi de cet, euh, cet...

Da- De l'identité...

S- De l'ADN de la marque. Donc notre objectif, principal, euh, c'est de faire rayonner la... nos marques, euh, de manière globale, et, euh... pour cela établir des stratégies, euh... annuelles, euh... de... de communication et, et te dire « bhe voilà, euh, euh, aujourd'hui, euh, euh, et, euh, et aussi se poser des questions sur aujourd'hui comment rayonne la marque », un temps, euh, un temps, euh, à un temps T, euh, en clair, euh, euh, le monde évolue, les médias évoluent et c'est à nous aussi à être, euh, proactifs sur comment, euh, la marque doit évoluer dans ce, dans un contexte global...

Di- Hum, hum...

S- Euh... donc voilà donc notre travail au quotidien bhe c'est de pouvoir, euh, euh... établir une stratégie la plus précise possible et qui répond à des objectifs que ce soient des objectifs commerciaux d'une part, des objectifs marketing par ailleurs, euh, les deux sont pas toujours les mêmes, euh... et donc, euh, de répondre à ces objectifs, à des stratégies, des plans d'actions, euh, qui sont discutés régulièrement avec, euh, nos clients internes qui sont finalement... dans l'antenne au quotidien, le responsable d'antenne, Eric, pour pas le citer, euh... tant pour Radio Contact que pour Bel RTL et aussi, euh, des, euh, clients internes, euh, comme la régie publicitaire, qui a des attentes différentes, aussi répondre à tous ces objectifs-là en termes de communication, donc d'une part établir, si je résume très, très rapidement, établir une stratégie en fonction des objectifs et par ailleurs, euh, être le garant d'une marque et de faire rayonner la marque, euh... voilà !

Di- Ok ! Et alors la deuxième question c'était quel est le rôle des animateurs au sein de Radio Contact et Bel RTL, d'autre part ?

S- Euh... bhe, euh, pff, (réflexion) je vais répondre alors si tu veux bien ?

Da- Euh, vas-y oui !

S- Euh, donc, euh, leur rôle bhe il y a, il y a effectivement plusieurs rôles, euh, il y a d'une part un rôle, euh... premier le, c'est de, de, leur rôle c'est de faire, euh... c'est, on a, on fait un peu le même métier à vrai dire, on, on est, euh, ils font aussi rayonner la marque à travers, non pas, euh, une stratégie, euh, euh... ils font rayonner la marque à travers eux, leur personnalité, leurs valeurs, leur manière de faire, de rayonner, et, euh... on choisit un animateur, pas par hasard et donc, euh, chaque animateur, euh, doit être à sa place et, euh, donc le, le rôle, euh, leur rôle, bhe là on touche à un domaine qui nous concerne pas directement vu qu'on n'est pas nous responsables, Danitza ni moi, responsables des animateurs et de... on peut juste donner un avis, euh, plutôt personnel mais pas, euh...

Di- Hum, hum...

S- Autre, euh... voilà donc un, un animateur n'est pas l'autre, un animateur convient, euh, à une marque et ne convient et, pourquoi un animateur convient plus à une marque qu'à une autre, bhe c'est qu'il rentre dans l'ADN, dans les valeurs au sens large de, de la marque. C'est un porte-drapeau de la marque aussi et non des moindres, ça c'est un rôle plutôt, euh, symbolique et... et... euh, sociologique mais il y a un rôle terre à terre c'est effectivement de, euh, avoir une capacité, tu parles d'animateurs donc on parle pas ici de journalistes mais donc les animateurs d'animer, euh, d'animer la tranche, leur tranche, euh, quodidien...

Da- Et sachant, ou sachant qu'ils ont chacun leur propre tranche, qui est aussi leur propre ADN en fait...

Di- Ouais...

Da- Sur une même, euh, une même radio, tu as des, des différentes tranches ont leurs, ont leurs spécificités, euh, différentes, il y en a c'est effectivement pour animer, d'autres ça va être plus de l'info...

S- Oui mais là on parle d'animateurs...

Da- Oui mais là si t'es, oui ok...

S- Fin si je lis bien la question...

Da- Oui, je pensais pour Bel mais effectivement pour Radio Contact c'est pas le cas, les journalistes viennent juste, euh, ponctuellement, mais ils ont, si tu prends les deux émissions bien particuliers, fin les plus connues, à savoir le Good Morning le matin et le 16/20 à 16h, l'ADN déjà là est différente, euh, le 16/20, c'est beaucoup plus, euh, bha si...

S- Non, l'ADN reste la même...

Da- Oui l'ADN c'est Radio Contact mais la cible est différente, donc, euh, le 16/20 ça va être beaucoup plus jeune en fait, que le Good Morning où là qui va accompagner plutôt les... ou les... les familles, euh, les, les gens qui vont travailler puis il y a leurs enfants qui sont aussi là mais qui vont peut-être se retrouver après sur le 16/20 donc c'est, ça dépend en fait de chaque animateur...

Di- Hum, hum, ouais... Ok ! Et donc la troisième question c'était lors de la réalisation de campagne pour la marque, euh, soit Radio Contact, soit Bel RTL, est-ce que vous utilisez les animateurs ?

S- Ho, pfff, c'est une question, euh... je vais répondre par une pirouette mais ça dépend vraiment de l'objectif de la campagne, euh, chaque, chaque campagne, comme, comme tu le sais, euh, a des objectifs différents, je parlais tout à l'heure de strat, d'objectifs, de stratégies, de plans d'actions, euh... un, une campagne répond plutôt à un objectif, plutôt que l'inverse, et donc, en fonction de l'objectif de la campagne, qu'elle soit de notoriété, d'acquisition, de notoriété, ou autre, bhe on va, euh, on va utiliser ou non un animateur...

Di- Hum, hum...

S- Donc on, donc c'est pas de manière, euh, c'est pas, euh, on n'utilise pas toujours donc un anim, des animateurs ou un animateur, mais on va, euh, en fonction de l'objectif répondre, euh, utiliser ou non un animateur. La question de savoir dans quel cas on utilise ou pas, j'imagine ta seconde sous-question (sourire), euh, et donc, euh, c'est, c'est, il y a pas de réponse, euh, théorique là-dedans donc c'est vraiment au cas par cas, alors je vais prendre un cas. Alors, euh, pour Bel RTL, exemple, euh... euh... si on est, si on est davantage sur une, euh... non j'ai, j'ai pas de... j'arrive pas à généraliser les choses, c'est vraiment au cas par cas mais c'est vrai que, dans 100, 95% des cas on utilise les animateurs qui sont quand même le porte-drapeau de... de... de la marque donc euh, euh... une, une marque rayonne à travers ses animateurs, comme je disais tout à l'heure et donc on va, euh, humaniser, c'est une manière aussi d'humaniser une marque, euh, à travers des, des visages et donc on va le faire souvent, mais on peut ne pas le faire, exemple, euh, une opération Disney, euh... là on est vraiment dans le cadre d'une communication très tactique où on met en avant, euh, on associe finalement les deux images positives, à savoir Bel RTL et, et... Disney, bhe là on va pas nécessairement utiliser, euh, l'animateur parce que, bha voilà, on a déjà assez de, d'histoires à raconter à travers ces deux marques. Par contre, effectivement si on veut parler, euh, si on a une campagne plus de notoriété ou d'image, bhe on va humaniser, euh, la marque à travers ses animateurs.

Di- Ok...

S- Par exemple...

Da- Pour Radio Contact, c'est, euh, c'est aussi la même chose donc t'as, en fait trois types d'actions. T'as des, des OP antenne, là c'est, on met vraiment en avant les animateurs parce qu'il y a une action dans le Good Morning ou dans le 16/20, ou euh, même il y a des actions caritatives pour les Restos du Cœur où les animateurs vraiment se, se greffent sur, euh, ce, ce, ce projet-là donc on va toujours les mettre en avant dans ces actions antennes. Et puis t'as un autre volet qui est, qui sont les actions musicales où là on va évidemment mettre plus en avant, fin, complètement en avant les artistes qui sont, euh, dont on fait la, la promotion, fin ou qui sont, qui sont en train de... de faire leur promo, euh, sur Radio Contact. Et alors, de temps en temps, on met (rires)...

S- J'ai rien dit !

Da- Non tu me fais rire ! De temps en temps, on va mettre peut-être un animateur en avant sur telle action parce que, l'artiste vient par exemple dans, euh, le 16/20, dans la tranche de Gaëtan Bartosz ou, ou autre mais la plupart du temps, pour ces actions-là, c'est l'artiste qu'on va mettre en avant...

Di- Hum, hum...

Da- Euh, plutôt que l'animateur. Et alors la troisième action, bhe c'est comme disait Sébastien, donc c'est, là c'est une campagne image, et, euh, là tu... tu mets vraiment, euh, la, l'ADN de, de la marque en avant et, euh, systématiquement là on met, euh, les animateurs aussi qui, représentent, euh, les, la...

S- Si je peux me permettre, par rapport à Radio Contact, il y a deux choses, euh, Ra, à la différence de Bel RTL, tu me dis si je dis une bêtise, mais, euh, euh... je sais que je dis pas de bêtise (sourire), euh... donc Radio Contact le, le, le... la star entre guillemets, ce n'est pas seulement les animateurs, mais euh... la musique...

Di- Hum, hum...

S- Et donc, il y a, euh, différent, il y a, il y a, voilà, il y a diverses actions dans lesquelles on va, sur Radio Contact, mettre uniquement la musique, et le rapport à la musique, pas mettre seulement les animateurs. À contrario, Bel RTL, bhe n'est pas une radio musicale et donc on va pratiquement systématiquement intégrer, euh, des animateurs qui donnent aussi le côté humain que je disais. L'humanité peut venir, fin le côté humain peut venir sur Radio Contact par les artistes musicaux uniquement pour montrer, pour renforcer le côté musical...

Da- Mais c'est pas ce que j'avais dit (rires) ?

S- Comment ?

Da- C'est pas ce que j'avais dit ?

S- T'as dit systématiquement on utilise les animateurs...

Da- Non, j'ai dit justement qu'il y avait trois types de cas, les actions antennes où on met en évidence les animateurs et puis il y a les actions musicales où c'est les artistes qu'on met en avant et de temps en temps, quand l'artiste vient dans une tranche...

S- Ha j'ai cru qu'à la fin tu disais qu'on mettait systématiquement les animateurs donc...

Da- Non pour la campagne image...

Di- Elle a dit pour la campagne...

S- Ok ! Alors j'ai mal compris...

Da- C'est pas grave ! Alors question suivante ou tu avais d'autres questions par rapport à ça ?

Di- Non, ça va, donc, euh, ensuite c'était quels sont les objectifs de communication que vous souhaitez atteindre en utilisant les animateurs pendant les campagnes ? Donc pour les campagnes où vous utilisez les animateurs

S- Alors, euh... quels sont les objectifs de communication, euh répète-moi...

Di- J'ai dit les objectifs de communication que vous souhaitez atteindre dans les campagnes quand vous utilisez les animateurs ?

S- Euh... (réflexion) je... sais pas comment répondre à cette question...

Da- En fait c'est, pas, oui parce que la question est, est posé, euh... difficilement parce que, en fait, elle est un peu posée à l'envers parce que là, donc ce que je comprends hein, c'est quels sont les objectifs de communication que vous souhaitez atteindre en utilisant les animateurs, en fait, ça laisse sous-entendre que... on a des objectifs en utilisant les animateurs, c'est ça ? Dans des campagnes de communication ?

Di- Ou alors quand vous utilisez les animateurs, quels sont les objectifs que vous voulez atteindre en fait ?

S- Bhe comme on le disait tout à l'heure, c'est pas en fonction de, c'est, c'est, ça se passe pas comme ça...

Di- Ouais...

S- C'est en fonction, euh... de... (réflexion)...

Da- En fait, on utilise les animateurs quand il y a un objectif, et c'est pas le fait qu'on utilise des animateurs, va en découler un objectif, c'est l'inverse, en fait, on, on a un objectif de communication et, sur base de ça on va décider si on utilise les a, les animateurs ou pas...

S- Voilà...

Da- De manière très schématique pour Radio Contact, mais effectivement, si c'est une action musicale, et que, voilà, l'artiste est, si c'est Rihanna, on va pas mettre en avant, euh, l'animateur, on va vraiment mettre en avant, euh, Rihanna.

Di- Ok ! Et donc c'est vraiment pour, euh, les campagnes plus image que... vous prenez les animateurs ?

Da- Oui ! Là, on... oui, pour, comme disait Sébastien, pour, euh, humaniser un peu, fin, c'est, ça me semblerait, on l'a jamais fait hein je pense de... dis-moi si je me trompe, de mettre en avant une campagne image, ha si, si, pour Bel... Pour Contact pas je pense mais pour Bel...

S- Dis-moi, c'est quoi ?

Da- J'allais dire de mettre, de faire, de lancer une campagne image sans animateur mais si, on a déjà eu, pour Bel il y a déjà eu la mise en avant de l'auditeur par exemple...

Di- Ha oui, ok...

Da- Et donc là c'était basé sur base d'un objectif et si l'objectif de la campagne, euh, c'est, euh...

S- Tu penses à des campagnes en particulier ?

Da- Bhe je pense à des campagnes précédentes, de mettre en avant le côté, l'auditeur est super, euh, content d'écouter Bel RTL, c'est Bel RTL l'accompagne le matin, donc il y a déjà eu des campagnes où tu vois l'auditeur qui se lève, mais il y a longtemps, hein, qui se lève...

S- Mais il y a toujours un lien, même, même dans cette campagne il y avait un, un...

Da- Il y avait un animateur ? Je pense à l'époque de Florence, où...

S- Ha oui, oui, oui mais il y avait...

Da- Ou, je, je ne me souviens plus mais... ça, ça peut arriver en tout cas que dans ce cas-là tu mets pas systématiquement en... l'animateur mais là c'est bien possible qu'après donc tu vois tout le cheminement du, du, de l'auditeur, et puis à la fin tu tombes sur l'animateur qui « allez, belle soirée avec Bel RTL, fin belle soirée, ou belle matinée plutôt avec Bel RTL » et ça termine sur, sur euh, sur l'antenne, donc euh, je sais pas si c'est clair...

Di- Ouais ! Ok ! Alors ensuite c'est lors de la création des campagnes de publicité, comment s'effectue le choix de mettre en avant un animateur plutôt qu'un autre ?

S- Bhe ça on a répondu je pense, euh... bien... donc c'est en fait, chaque animateur effectivement symbolise une tranche ou un, un axe de la marque et donc, euh, en fonction de l'objectif, si c'est effectivement mettre, euh... La Matinale au sens large, le Morning au sens large, sur Radio Contact ou Bel RTL, bhe on va utiliser davantage les animateurs, pour l'un ou pour l'autre...

Da- Par, par contre, donc ça c'est quand on met en avant une tranche, mais, on peut avoir des, des actions plus globales, qui... mettent en scène, ou, fin, l'antenne en général, je parle en tout cas pour Contact, Bel je ne sais pas où là on va alors prendre des... les personnes les plus connues en fait...

Di- Hum, hum, ouais...

Da- Si, si on ne peut pas avoir tous les animateurs, on va privilégier les, les plus connus. Si c'est global et qu'on ne met pas une, une tranche plus en avant qu'une autre...

S- Parce que ça fait partie des objectifs de, de mettre... en, en fait il y a, en radio, euh... il y a deux, euh, pic time on va dire, euh, le matin et le... et la tranche, euh... de 16, 16-20h...

Da- Après l'école quoi...

S- Voilà, qui sont des tranches assez simples à comprendre, dans le sens où on se réveille le matin avec la radio, on l'écoute moins la journée, à la différence de Radio Contact où c'est une des seules radios où il y a quand même un... un niveau d'écoute, euh... assez constant, euh, fin il y a toujours une descente mais en tout cas, versus l'ensemble des radios assez constant parce que c'est une radio musicale et à fortiori trans-générationnelle donc qui plaît à beaucoup de monde donc souvent utilisée dans, dans les commerces et compagnies, c'est la petite parenthèse. Mais donc en fait les deux pic time c'est le matin et après quand on rentre à la maison puisqu'on a la rad, la tv qui prend le pas à partir de 19-20h et donc de facto les, les animateurs, euh, fin en tout cas la tranche, euh, du matin et de... de, du soir on va dire, dans ce cas-ci sont les tranches les plus populaires, les plus mises en avant, que ce soit sur Radio Contact et sur Bel RTL c'est un peu le, la même chose, euh... voilà ! Je sais pas si c'est, ça complète ce que tu disais...

Di- Hum, hum, alors ensuite c'est est-ce que selon vous les animateurs des radios sont des ambassadeurs de la marque, soit Radio Contact, soit Bel RTL ?

Da- Bhe c'est en, oui on y avait en fait déjà presque répondu avant il me semble hein... Oui... selon moi en tout cas, ils sont vraiment, euh, c'est, c'est indissociable, être animateur sans être ambassadeur de la marque c'est pas possible parce qu'à partir du moment où ils sont sur antenne, ils parlent, ok ils gardent leur personnalité, chacun a sa personnalité mais ils parlent au nom de Radio Contact, ils ont d'ailleurs des codes bien précis pour cadrer complètement à l'ADN de la marque, donc c'est toujours sur Radio Contact par exemple, c'est toujours Feel Good, euh, bonne humeur, euh... on... la, la musique aussi qui est choisie sera, ne sera jamais un virage à 180°, c'est très, assez, euh, commercial mainstream, euh, tu vas rarement avoir du... euh style du RnB ou hard rock ou ce genre de chose et, euh, et dans la manière de parler aussi des animateurs, ils sont sur cette, euh, ce côté très Feel Good, bonne humeur, tout ça, et même, ça va jusqu'aux, aux journalistes en fait, les, les tranches infos sont très brèves donc il y a de l'info évidemment, elles sont très brèves et on, on... on parle vraiment en allez en quelques, quelques c'est, c'est pour avoir les dernières dépêches de l'actualité mais après, on, c'est vite balayé

par, par la musique et le côté, euh, on, on, a au contraire eux, et je te laisserai compléter, sur Bel RTL où là tu as vraiment de l'info donc au moment des attentats et tout ça, tu vas avoir quelques infos sur Radio Contact, pour dire d'être informé, mais tu n'auras pas des flashs spéciaux, des, ils vont pas arrêter la programmation pour, euh...

S- Ils vont l'adapter peut-être un peu...

Da- Ils vont peut-être un peu l'adapter mais je veux dire ce sera jamais, euh, tu restes dans du Feel Good, alors que Bel RTL vont, ils vont faire des flashs, euh, spéciaux, ils vont, euh, il va y avoir des décodages de l'info, ce genre de chose quoi, donc euh, c'est aussi ça la différence...

Di- Hum, hum...

S- Bhe, ouais...

Da- Donc oui ils sont ambassadeurs parce qu'ils représentent l'ADN de, de la marque...

S- Bhe ils représentent plus que l'ADN, ils représentent la, la marque...

Da- La marque en fait !

S- Oui quand ils sont, et c'est la grande difficulté aujourd'hui je pense pour un anim, fin, être animateur, je, il faut, tu leur as posé la question et j'imagine qu'ils, qu'ils t'ont mieux répondu que, que nous là-dessus mais c'est vrai que... maintenant qu'on est dans une... dans un monde dans lequel la vie privée, la vie publique est, est de plus en plus compliquée à, à gérer, euh, c'est je pense de bonnes questions à leur poser, euh, dans tes trucs, c'est voilà, c'est euh, à quel moment, euh, (réflexion) à quel moment ils ne sont plus où ils restent, fin voilà ce, ce rapport, euh, comme, euh... comme, comme un comédien, euh, quand il sort de la scène, bhe il dit au revoir, il redevient, euh, il redevient finalement, le... l'être, l'être humain, le, fin, il, il redevient lui, on va dire (rires)...

Da- Et ça c'est très personnel, à mon avis ils pensent pas tous la même chose, parce que, il me semble hein, certains font bien la part des choses donc ils sont animateurs quand ils sont sur antenne, puis ils coupent, puis ils vivent leur vie...

S- Et ça je pense qu'ils peuvent plus le faire...

Da- Et certains...

S- Parce que le problème de la vie privée, vie publique...

Da- Et certains, et j'en ai un en tête, lui il est comme ça et c'est pas parce qu'on lui demande, c'est, c'est comme ça, c'est sa vie quoi ! À être, euh, à être l'animateur...

S- C'est pas simple, c'est une gestion, en tout cas je pense que c'est un bel axe de développement ça effectivement, ce côté, euh, où, où s'arrête et où commence, euh, son rôle public de, son... rôle privé...

Da- Et est-ce que tu as un rendez-vous, euh, avec David Antoine parce que ça, ça pourrait être intéressant quand même...

Di- Non, pas encore, je pense que, je pensais aller le voir, euh...

Da- Essaie quand même de le voir parce que lui il est vraiment, euh, t'auras plein, plein d'infos, lui il vit vraiment la marque quoi !

Di- Oui, je pensais aller le voir tout à l'heure. Parce que comme j'ai eu Lucile, ils se sont dit que... elle représente l'avis du 16/20 et donc, euh, je vais quand même essayer d'aller lui demander son avis...

Da- Le, elle représente l'avis du 16/20 mais lui aura une, allez, un avis, euh... son...

Di- Une autre vision ?

Da- Une autre vision oui ! Ca reste intéressant quand même...

Di- J'imagine, oui c'est pour ça que je voulais aller le voir quand même...

Da- Et ça reste le leader du 16/20 quand même.

Di- Oui c'est ça ! Ok, alors ensuite c'était est-ce que vous portez une attention particulière aux valeurs des animateurs lorsqu'ils sont engagés donc est-ce que c'est vraiment un critère ? Selon vous, hein, parce que je sais que c'est pas vous qui les engagez mais...

S- Bhe c'est, c'est, c'est, cette question elle est pas pour nous, euh... euh ça c'est peut-être effectivement pour Stéphane Gilbert ou si tu as Bruno Bandinu au niveau de Bel RTL, ils pourront te répondre, je pense qu'effectivement, euh, voilà, à la question si on la, si on la change un petit peu, est-ce que, d'après nous, euh, les animateurs, euh, sont en adéquation avec les valeurs de...

Di- Hum, hum...

S- Euh... oui je pense, oui ! Euh... mais, voilà, je c'est difficile de répondre à cette question parce que là, voilà, euh, on peut avoir qu'un avis privé, privé, personnel là-dessus c'est, ça va pas vraiment t'aider, euh... donc ça c'est la 8, euh, l'animateur radio sont-ils...

Di- Donc est-ce que vous vous briefez les animateurs sur les manières de communiquer, euh, les valeurs dans les campagnes de communication ? Les valeurs des radios ?

S- Euh...

Di- C'est sur la manière dont ils doivent se comporter, euh, dans les campagnes ?

Da- Oui, quand même, comme, comme, comme le disait Sébastien, comme on est garants de, de l'ADN de la marque...

Di- Hum, hum...

Da- Il y a des choses, pas, de temps en temps qu'on doit veiller, euh, qu'ils, à ce qu'ils, qu'elles soient respectées en fait, dans ce...

S- Par exemple, euh, par exemple effectivement l'aspect vestimentaire, on va, euh... on va finalement, euh, euh... (réflexion), choix, choisir, euh, un... euh, bhe ceci dit naturellement ils sont, ils sont, il, il y a pas vraiment de problèmes et ils sont, ils sont et on a, on a des, des marques fortes et des animateurs qui sont, euh, qui représentent véritablement la marque et au-delà de ça, euh... je, je fais une parenthèse, même les, toute personne qui travaille chez RTL, j'en ai rarement, euh, vu qui étaient en dehors de, euh, des valeurs de, d'RTL au sens large, là j'en, j'englobe, euh, Radio Contact dans le monde RTL, euh, on, on, et l'exemple du Télévie était un, un bel exemple je sais pas si toi, t'es en stage aujourd'hui, il y a véritablement un engagement, mais, euh, sincère et... euh... et puissant, euh, de toute personne qui travaille chez RTL, sur des valeurs liées à, à, au Télévie, on le fait pas par, euh, on le fait pas par, euh, euh...

Da- Par obligation...

S- Par obligation, rien, il y a un véritable, euh...

Da- Et c'est du bénévolat...

S- Engagement moral et, oui, du bénévolat même, au-delà même, oui bénévolat tout à fait et bénévolat même, au sens même de... implication, euh, réelle, euh, et je pense voilà, on est tous, on baigne tous en tout cas dans les valeurs de la marque, ceux qui ne se retrouvent pas là-dedans, qui sont, qui rentrent dans, qui fabriquent finalement, qui ne sont pas en adéquation avec les, ces valeurs-là s'en vont naturellement, euh...

Di- Ouais...

S- Donc voilà donc ça c'est plus une parenthèse, je suis toujours en...

Di- Tu parlais des tenues vestimentaires ?

S- Oui c'est ça donc voilà, donc effectivement, euh, si on est dans un, euh, si on veut représenter le côté décontracté de, de la marque bhe s'ils s'amènent avec un costume cravate on va se dire « bhe non là ça va pas, c'est, c'est pas ce qu'on veut »...

Di- Ha ouais, ouais...

S- Euh... faire passer même si voilà, si voilà, ils le feront jamais naturellement mais c'est pour te donner, par, euh, par un exemple, par l'absurde, euh, le, le... ce que disait Danitza à l'instant, voilà...

Di- Hum, hum... Ok ! Euh... et dernière question, c'est comment vous expliquez le fait que les animateurs des programmes de semaine sont plus présents dans les campagnes de communication que les animateurs du weekend ?

S- Ça on a répondu je pense, hein, euh... c'est vraiment, euh, euh... lié plus à... à...

Da- La notoriété...

S- Non, non, c'est plus lié aussi à la... à la, euh... à la consommation de la radio, donc effectivement bhe c'est pas lié aux animateurs, c'est, c'est, alors c'est pas du tout une question de, d'animateur, c'est plus une question de, de... ce que... les, les tranches, euh, on va effectivement, naturellement plus, euh...

Da- Bhe c'est un peu lié aussi, c'est un peu lié, ils ont été aussi, ceux des tranches les plus écoutées sont aussi, étaient aussi plus connus avant de commencer...

Di- Ha ouais, ouais, ouais...

Da- Inévitablement, on les choisit pas par notoriété mais ils le sont de facto parce qu'ils sont plus écoutés.

S- En tout cas c'est pas un choix, on se dit pas tiens on va, c'est, c'est, c'est, fin ça répond à ce qu'on disait au début, ça répond à un objectif, si l'objectif par exemple, s'ils... en fait, euh, on pourrait si, si demain l'objectif est de se dire, bhe tiens on va renforcer, euh, les, euh, les, euh, tranches du weekend parce qu'on a une, ça fait partie d'une stratégie de, de... de renforcer le weekend bhe là on mettra en avant les animateurs du weekend, donc il y a pas de... c'est un, c'est un constat, euh... c'est plus une constatation plutôt qu'une stratégie...

Di- Hum, hum...

Da- Bhe cela dit, il y a quand même une volonté de plus les inclure, par exemple, euh... spécifiquement par Radio Contact, tu vois, toute radio, sur Bel RTL aussi, il y a des cartes dédicace que chaque animateur, euh, a, quand ils sont sur les événements ils peuvent distribuer et faire des, des, des dédicaces, alors pour Radio Contact, on a choisi de, de n'avoir qu'une seule carte, une grande carte qui est pliable où tous les animateurs sont, sont là, tous, tous confondus que ce soit en semaine, en le weekend, les connus, plus connus, et donc ça les met sur le même pied donc c'est une seule carte qui sera distribuée et, euh... on signe dessus et alors, euh, de même que pour une des actions qu'il y a eu, ou qui va avoir lieu en fait où les animateurs sont, il y aura des espèces de standing en fait, euh, qui sont présents dans les différents complexes cinémas pour renforcer la présence de Radio Contact, euh, au niveau cinéma, et bhe on a demandé, euh, à tous les animateurs de, de venir sur, euh, sur la photo...

Di- Ha oui !

Da- En fait, et donc il y a vraiment une volonté de ne pas... ne pas toujours mettre les plus connus, ou les tranches, euh, les plus populaires. Pour Radio Contact, après sur, euh, sur Bel c'est pareil...

S- Ouais !

Da- Oui !

Di- Ok ! Et une dernière question est-ce que vous avez quelque chose à rajouter, euh, sur tout ça donc quelque chose qu'on n'aurait pas dit, euh, sur le sujet mais que vous trouvez important ?

S- Euh... non, euh... je pense qu'effectivement, euh, juste un conseil, je me dis effectivement t'auras plus de... plus de conseil, plus d'aller voir les animateurs, d'interviewer un maximum d'animateurs parce que c'est là que tu vas, ton sujet est plus, euh, finalement est plus, c'est plus un côté, euh... on n'est pas, on n'est, on n'est pas dans une... dans un... dans un sujet, euh... si, euh... comment dire, euh, cartésien, on est plus dans, dans, dans un, une perception, euh, qui est propre à... à chaque animateur, c'est intéressant je pense d'aller là-dedans, effectivement j'espère qu'on a pu répondre à tes questions, euh, euh... plutôt toi qui faut voir si tu as des, des choses auxquelles tu, tu penses que tu n'as pas, qui, qui, qui sont utiles encore pour ton, euh, sujet...

Di- Non normalement...

Da- Et moi je vois une question en fait qu'on a zappée...

Di- Oui ça c'était pour, euh, le responsable Radio Contact, il y a le questionnaire responsable communication en fait...

Da- Haaa !

Di- Il y a cette question-là en moins...

Da- J'ai pas imprimé la bonne ! Et donc, ha oui !

Di- Il y a juste une question en plus pour, euh, les responsables des radios...

Da- Ha oui d'accord, ok ! Ça va ! Bhe donc on, c'étaient les mêmes sinon ?

Di- Oui, oui c'était les mêmes, c'était tourné différemment certaines mais oui, mais je pense que, sinon c'était quasi la même chose ! Voilà ! Bhe merci en tout cas !

S- Avec grand plaisir !

Da- Avec grand plaisir !

S- Et tu n'hésites pas à nous faire lire, euh, des choses, euh !

Da- Bhe oui !