



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture



ASSOCIATION DES RADIOS ET DES TÉLÉVISIONS INDÉPENDANTES



# « CONVERGENCE, COMMERCIALISATION ET MESURE D'AUDIENCE DU MEDIA RADIO »

STAGE ORGANISÉ PAR L'ASSOCIATION DES RADIOS ET  
TÉLÉVISIONS INDÉPENDANTES

Avec le soutien de L'UNESCO

Date : Du lundi 24 au vendredi 28 novembre 2008  
Lieu : ESJC (Ecole de Journalisme de Casablanca) – 37, rue Tata

# PRESENTATION

**L'ARTI (l'association des radios et télévisions indépendantes) organise avec le concours de l'UNESCO un stage de formation à l'attention des radios privées.**

L'objectif immédiat de cette formation est de permettre à l'association et à ses membres de poser les bases d'une structure professionnelle et d'acquérir une expertise dans le domaine de la défense de ses intérêts, de la promotion et de la liberté des médias. A moyen et long terme, cette activité devra contribuer à développer les moyens de formation pour les journalistes et les managers, ainsi que pour les autres professionnels des médias, pour améliorer le niveau de leurs compétences professionnelles. **La formation abordera la convergence des médias, la commercialisation de la radio et enfin la mesure d'audience radio.**

## L'UNESCO

Une des priorités de l'UNESCO est la promotion de la liberté d'expression et du pluralisme des médias. Dans ce cadre, l'UNESCO œuvre avec des partenaires nationaux et internationaux pour renforcer les capacités des pays en développement en matière de communication afin d'accroître leur participation au processus de développement. Dans ce cadre l'UNESCO finance à travers son Programme international pour le développement de la communication une série de formations spécialisées à destination des professionnels de médias membres du syndicat interprofessionnel marocain des radiodiffuseurs indépendants de radio et de télévision. Cette formation devra permettre au syndicat et à ses membres de poser les bases d'une structure professionnelle et d'acquérir une expertise dans le domaine de la défense de ses intérêts, de la promotion et de la liberté des médias.

## L'ARTI

**L'association des radios et télévisions indépendantes est une association qui rassemble les opérateurs privés de radios et télévisions installés au Maroc ou à l'Étranger. L'association est à but non lucratif. Elle a pour objectif, principalement, la défense, la promotion et le développement des activités de ses membres.**

### **Les principales missions de l'ARTI :**

- Promouvoir la communication audiovisuelle de proximité et œuvrer pour l'adoption de règles techniques, économiques, professionnelles qui soient propices aux entreprises exploitant les médias de proximité ;
- Favoriser les synergies, l'entraide et les échanges entre les membres de l'association ;
- Favoriser l'échange du savoir-faire technique et l'accès aux nouvelles technologies ;
- Mettre en place une plate forme de formation aux techniques de la radio sous ses différents aspects ;
- Assurer la représentation de ses membres auprès des services, institutions, organismes, fondations et entreprises publics ou / et privés, au Maroc et à l'étranger ;
- Conclure des accords et des conventions avec des organisations professionnelles de défense ou / et de perception des droits d'auteurs ;
- Mener des actions communes de sensibilisation et de promotion en faveur de la culture et de la création marocaine, en particulier, la chanson et la musique ;
- Participer activement à l'émergence d'un secteur de radiodiffusion privée, indépendant, dynamique et fort, en totale adéquation avec les aspirations du Maroc en matière de liberté d'expression, de démocratie et de pluralisme.

# PROGRAMME

## LES ATELIERS DE FORMATION

Ils sont d'une journée ou de 2 journées consécutives maximum. Ils se déroulent dans les locaux de l'Ecole Supérieure de Journalisme de Casablanca (Groupe Eco.média).

Le coût de la formation est intégralement pris en charge par l'UNESCO.

## LES FORMATIONS PROPOSÉES

ATELIERS	FORMATEUR	DURÉE	DATE
Comment mieux vendre la radio ?	Michel Colin	14 H	<b>25 et 26 nov</b> 9H30-17H30 <b>27 et 28 nov</b> 9H30-17H30
Méthodologie et usage de la mesure d'audience radio	Arnaud de St Roman	6 H	<b>26 nov</b> 9H30-15H30 <b>27 nov</b> 9H30-15H30
Les études éditoriales radio	Arnaud de St Roman	2 H	<b>26 nov</b> 16H00-18H00 <b>27 nov</b> 16H00-18H00
<b>CONFERENCES</b>			
Les défis de la convergence	Marc Vaussen	2 H	<b>24 nov</b> 10H30-12H30
Mettre en place un site web attractif	Michel Colin	3 H	<b>29 nov</b> 9H30-12H30

Le déjeuner est assuré sur place

## LES INTERVENANTS

### **Michel Colin - 25 ans d'expérience radio**

Consultant indépendant qui intervient depuis 4 ans dans de nombreuses stations FM.  
25 ans d'expérience radio en Italie, France et Suisse, Afrique, USA dans des stations locales, des réseaux nationaux et internationaux (Clear Channel). Membre du Radio Advertising Bureau et du NAB (USA).

### **Arnaud de St Roman - 27 ans d'expérience dans la communication et les études**

Diplômé du CELSA et licencié en philosophie, il commence sa carrière en agence dans le conseil et le médiaplanning : Saatchi & Saatchi, BDDP, puis Léo Burnett, dont il est le directeur médias de 1990 à 1995. En 1995, il prend la direction des départements Cinéma et Radio de Médiamétrie, auxquels s'ajouteront successivement les départements Outremer, Diversification et Convergence..

Il est administrateur de l'IREP (Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires) de 2005 à 2008.

Il a écrit de nombreux articles et intervient régulièrement pour l'IREP, ESOMAR, l'ASI, le NAB, le RADIO...

Il est membre du Conseil Stratégique de canalacadémie.fr

### **Marc Vaussen – 30 ans d'expérience radio**

Actuellement Directeur Général de Radio Nostalgie Belgique, il gère également la Présidence de l'Associations Radios (Regroupement des principales radios non publiques francophones).

Depuis toujours dans le milieu de la radio, Marc était Directeur des programmes de Bruxelles Capitale (RTBF).

Il a fait ses débuts en tant qu'animateur, il y a bientôt 30 ans, sur Radio Monte-Carlo, RMC Côte d'Azur, Radio Contact et Radio Louvain - La -Neuve.

# CONTENU PÉDAGOGIQUE DES ATELIERS

## COMMENT MIEUX VENDRE LA RADIO ?

**Profils des participants :** assistantes commerciales, planificateurs pubs, producteurs, chargés de promotion, managers commerciaux, directeurs de station

*10 participants par atelier*

**Durée de la formation :** 2 jours (2 sessions prévues)

**Formateur :** Michel Colin

### I. Comprendre le média et le comportement des auditeurs

- La magie de la radio
- Visualisez la puissance de votre media
- Bien comprendre les habitudes d'écoute (horaire, semaine, WE, lieux...)
- Influencer des consommateurs proches de l'acte d'achat
- Combien d'auditeurs achèteront une voiture neuve la semaine prochaine ?
- La différence entre perception et réalité : le zapping
- Utilisations stratégiques du media radio
- Les atouts de la radio

### II. Stratégie commerciale

- Quel genre de vendeur êtes-vous ? (calculez votre index d'empathie)
- Une préparation professionnelle (lectures conseillées)
- Identifier les meilleurs prospects
- Objectif : 30 clients par vendeur à l'antenne chaque mois
- Un fichier à jour et bien géré
- Le planning commercial annuel

### III. Vendre mieux et plus rapidement

- Obtenir facilement un rendez-vous par téléphone
- Mieux qu'un devis, la proposition SOS sur une page
- Les documents de présentation
- Le rendez-vous créatif, la négo enthousiaste
- Répondre sereinement à toutes les objections
- La radio, le booster indispensable du mix media
- Savoir parler de retours sur investissement (quantifier, valoriser)
- Vendre plus de contrats annuels, de campagnes longues durées
- Connaître les cycles d'achats
- Vendre c'est conclure
- Fidéliser les clients avec un bon service

### IV. Vendre et planifier une campagne efficace pour le client

- La planification radio créative
- La répétition est la clé de l'apprentissage
- Les dangers du floating et des spots vendus « au kilo »
- Combien de spots, de quelle durée, à quels moments, combien de jours ?
- Impacter des consommateurs de manière répétitive pour obtenir une réaction
- Cibler juste : les programmations horizontales, verticales, mixtes
- Exemples de stratégies de planification, analyses des performances
- Comprendre le travail d'un mediaplanneur (Couverture, ODE, GRP)

### V. Produire un bon spot

- Comment nous écoutons la radio ?
- Connecter les auditeurs avec une expérience personnelle
- Concevoir, rédiger, produire des spots qui marchent
- Jonglez avec émotions et logique
- Attention aux clichés et idées reçues contre-productives
- Astuces mnémotechniques

## METHODOLOGIE ET USAGE DE LA MESURE D'AUDIENCE RADIO ?

**Profils des participants :** toute personne intéressée par la mesure d'audience radio pour en comprendre les enjeux et les usages.

*15 participants par atelier*

**Durée de la formation :** 1 jour (2 sessions prévues)

**Formateur :** Arnaud de St Roman

### 1. La radio au sein des médias. La convergence

### 2. Les méthodes de mesure d'audience de la radio

- L'organisation professionnelle
- Les conventions
- Les méthodes déclaratives
- Les méthodes et les données automatiques
- Les méthodes de mesure des autres medias

### 3. Les principales méthodes de mesure d'audience dans le monde

- Les méthodes déclaratives auto-administrées. L'alternative du recueil en ligne
- Les méthodes déclaratives par enquête. Le face à face et le téléphone
- Les méthodes automatiques

### 4. Le défi de la mesure des plateformes numériques : radio par Internet, radio numérique par satellite, radio par téléphone mobile...

### 5. Forces et faiblesses des méthodes de mesure d'audience de la radio

Le champ des enquêtes. La qualité des échantillons. Qui répond aux enquêtes ?

- L'exhaustivité du recueil. Le questionnaire
- La précision de la mesure, les intervalles de confiance
- La production des résultats

### 6. L'intelligence des résultats

- Les grands indicateurs d'audience. Méthodes de calcul
- L'interprétation des résultats

### 7. Le futur de la mesure de l'audience de la radio

*En fin d'atelier, présentation des études éditoriales radio*

## CONTACTS

Pour plus d'information concernant l'ARTI, veuillez contacter :  
[rachid.hayeg@chadafm.net](mailto:rachid.hayeg@chadafm.net)

Pour les inscriptions au programme de formation, veuillez contacter :  
[llham@hitradio.ma](mailto:llham@hitradio.ma)