

radiofrance

Maison
de la radio
et de
la musique !

RAPPORT ANNUEL 2020

UNE ANNÉE HORS
NORMES POUR
RADIO FRANCE
ET SES SALARIÉS

RADIO FRANCE ET SES ENGAGEMENTS EN 2020

- 08 • Radio France et la crise Covid-19**
- 10 • Radio France et l'information**
- 12 • Radio France et la culture**
- 14 • Radio France au plus près
de ses publics**
- 16 • Radio France et le numérique**

RADIO FRANCE À TRAVERS SES ANTENNES ET FORMATIONS MUSICALES

- 20 • France Inter**
- 22 • Franceinfo**
- 24 • France Bleu**
- 26 • France Culture**
- 28 • France Musique**
- 30 • Fip**
- 32 • Mouv'**
- 34 • Formations Musicales**

L'ENTREPRISE RADIO FRANCE

- 40 • Conseil d'administration**
- 41 • Chiffres clés**
- 44 • Poursuite des travaux et
préparation du chantier des
studios de création**
- 46 • Une année charnière pour la
politique des ressources humaines**
- 49 • Gouvernance**
- 50 • Les instances de gouvernance**

ÉDITORIAL



Sibylle Veil,
Présidente-directrice générale

2020 a été une année hors norme. Pour tous les Français, qui ont connu un véritable choc, d'abord sanitaire puis aussi économique et social. Pour Radio France, qui a pris, s'il le fallait, en tout cas plus que jamais, toute la mesure de son rôle de service public. Pour chacun et chacune de ses salariés qui, à titre personnel et professionnel, a dû faire face.

Faire de la radio en direct, tout en restant au maximum chez soi; informer avec fiabilité, sans discontinuer, en prenant sur le terrain d'infinies précautions; continuer sur nos ondes à parler d'autres choses pour préserver le moral ; être là pour les parents, la jeunesse, les enfants, à chaque étape ; continuer à faire vivre la musique et sa magie, même loin du public; télétravailler autant que possible comme tous les Français, tout en prenant soin des siens; et se battre ainsi chaque jour pour être présents et soutenir nos concitoyens. La crise nous a rappelé nos fragilités collectives et que bien des choses nous échappent. Mais elle a aussi été l'occasion de démontrer la force de notre volonté. Quelle fierté d'avoir vu chaque jour le dévouement, le professionnalisme et la solidarité dont les équipes de Radio France ont témoigné !

Que ce rapport d'activité soit donc plus que l'exercice de bilan usuel; qu'il reste comme un témoignage de cette année hors du commun où, dans la difficulté, l'inquiétude et l'incertain, toute une maison s'est mobilisée pour être un service public utile à son prochain.

Que chacune et chacun de nos 4 500 collaborateurs en soit chaleureusement remerciés car, quelle que soit leur métier, ils ont toutes et tous contribué à ce que nous soyons à la hauteur du moment.

Que les Français, enfin, sachent que leur fidélité à nos antennes et à nos formations musicales est la plus belle des récompenses. Nos audiences n'ont jamais été aussi hautes que cette année, avec près de 16 millions d'auditeurs quotidiens; les nombreuses initiatives prises par les musiciens de nos formations musicales pour garder le lien avec les spectateurs ont rencontré un vif succès, à l'image de l'engouement grandissant que nous constatons dans nos salles de concert. Ce sont là je crois des manifestations d'un service public qui sait faire corps avec la société pour laquelle il a vocation à œuvrer. En 2020, il était alors temps. Temps de reconnaître symboliquement que notre service public a bien une double vocation -faire de la radio et faire de la musique- et que notre maison est bien «La Maison de la Radio et de la Musique». C'est ainsi que s'ouvre et se conclut ce rapport car c'est cette année, au cœur d'une crise qui a montré notre rôle de média autant que celui d'acteur musical et culturel, que cette évolution est apparue comme une reconnaissance nécessaire et évidente. 2020 a été exceptionnelle pour Radio France mais elle n'a pas été une pause dans son histoire. Notre fonctionnement habituel a été bousculé, nous nous sommes adaptés, mais nous avons continué d'avancer. De magnifiques concerts ont été donnés, des rendez-vous d'antenne se sont installés, des podcasts ont été lancés, des innovations ont été testées, de considérables progrès numériques ont été réalisés, des partenariats très importants pour notre secteur ont été noués, et nous nous sommes découverts des ressources insoupçonnées.

Que le pire de 2020 soit donc derrière nous, et que ce qu'elle a révélé de meilleur éclaire notre avenir.



RADIO
FRANCE

ET SES
ENGAGEMENTS
EN 2020

RADIO FRANCE ET LA CRISE COVID-19



Distanciation sociale, confinements et couvre-feu : l'année 2020 est rythmée par la pandémie et ses vagues successives, qui bouleversent partout dans le monde l'organisation du travail, l'économie, la vie.
Radio France fait face à l'onde de choc avec trois mots d'ordre : responsabilité, fiabilité et réactivité.

Les antennes se mettent ainsi très vite en ordre de marche et proposent un foisonnement d'initiatives qui informent, accompagnent, soutiennent les auditeurs... et les écoutent en retour.

Informer

La priorité absolue, pendant la crise, consiste à informer les auditeurs de la situation. 24 heures sur 24 et sept jours sur sept, les antennes continuent à couvrir l'actualité et ses évolutions, chacune avec sa sensibilité et sans interruption. Dès les premiers temps de la crise sanitaire, les équipes de *franceinfo* se sont mobilisées et ont déployé des dispositifs exceptionnels, notamment une radio d'urgence pour couvrir l'information en direct et assurer le décryptage des événements ainsi qu'une série inédite de podcasts *Coronavirus, au cœur de la lutte*, en immersion dans l'univers des hôpitaux. Une journée spéciale a aussi été mise en place pour valoriser le travail des personnels hospitaliers.

Les journalistes de Radio France mènent en parallèle le combat contre la désinformation et les rumeurs, qui se multiplient autour de la crise sanitaire. Le podcast *Mécaniques du complotisme* décrypte ainsi sur France Culture les infox, rumeurs et les rouages de leur diffusion.

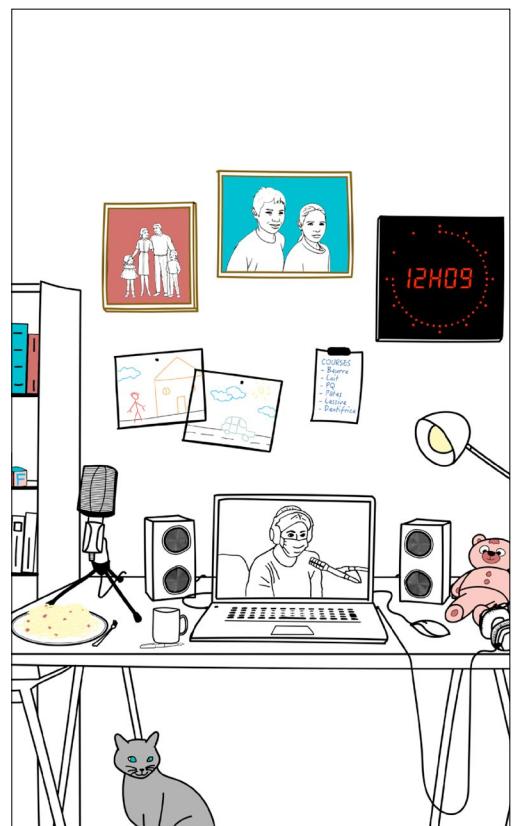
Accompagner

Les équipes de Radio France se mobilisent également pour accompagner le nouveau quotidien des auditeurs, pendant les périodes de confinement notamment. Lorsque les écoles, collèges et lycées ferment, l'entreprise valorise par exemple ses contenus pédagogiques en s'associant à l'opération « Nation apprenante ». Les équipes de *France Bleu* proposent quant à elles des cours de cuisine, des cahiers de jeux ou encore du bricolage éducatif à destination des enfants. Les « Guides pour les familles » (3 tomes) réunissent enfin les contenus des différentes antennes pour apprendre, réviser, s'amuser, s'évader...

Ces initiatives s'inscrivent dans la continuité d'un engagement de longue date de Radio France pour les jeunes publics, avec notamment des dispositifs d'éducation aux médias comme *Pod'Classe* ou *Interclass*. Proposer des contenus captivants est aussi une manière de rendre le confinement plus supportable. *Mouv'*, par exemple, propose 48 heures consécutives de mixes hip hop inédits et exclusifs pour encourager ses auditeurs, en particulier les plus jeunes, à respecter le confinement.

Soutenir

D'autres initiatives témoignent d'un formidable élan de solidarité en France à l'égard des soignants, des personnes vulnérables – Radio France soutient l'alliance « Tous unis contre le virus » de la Fondation de France, l'AP-HP et l'Institut Pasteur dans sa collecte de dons – mais aussi des professionnels de la culture, durement impactés par la crise. Acteur engagé dans le domaine de la musique, Radio France apporte ainsi



[Coulisses] Une radio en télétravail, ça marche comment ?

D'emblée, Radio France se met en ordre de bataille pour assurer la continuité de ses activités. D'abord, en assurant les bonnes conditions de travail de ses collaborateurs : Radio France garantit rapidement, à tous - pigistes, CDD, CDI -, le maintien des salaires et leur versement dans les délais habituels. Toutes les mesures sanitaires sont par ailleurs prises pour que les salariés présents sur site (moins de 10% des effectifs) puissent continuer à travailler en toute sécurité.

Radio France et ses équipes déploient en parallèle des trésors d'ingéniosité pour décentraliser la production de contenus : en une semaine, on fabrique de la radio en chambre, dans les salons, les cours d'immeuble ou les parkings. Du matériel est pour cela mis à disposition des collaborateurs : près de 2 000 équipements dont 1 450 PC portables sont distribués, et les salariés sont accompagnés pour s'approprier de nouvelles méthodes de travail. Surtout, des outils sont mis en place qui permettent la transmission des sons et fichiers ; les réalisateurs peuvent ainsi recevoir des contributions enregistrées hors studio pour les monter et les harmoniser, en préservant autant que possible le confort d'écoute des auditeurs.

Si Radio France peut faire preuve d'une telle réactivité vis-à-vis de ses publics, c'est grâce à l'implication sans faille de l'ensemble des salariés. C'est leur mobilisation, leur faculté d'adaptation, leur volonté de se dépasser qui permettent à l'entreprise d'être à la hauteur de la situation et des Français.

son soutien aux artistes et à la création, et ce, dès le début de la crise sanitaire, avec notamment l'opération #RadioFranceAvecLaScèneFrançaise. De nombreuses initiatives permettent aux musiciens de ne pas perdre le lien avec leur public : alors que Fip organise, avec les «Home Studio(s)», une collection de concerts enregistrés à domicile, les chanteurs de la Maîtrise lancent *Les Chants de loin* – des créations musicales et chorégraphiques à distance, commandées à des compositeurs contemporains. Les formations musicales ne sont ainsi pas en reste : tandis que l'Orchestre Philharmonique interprète pour l'UNICEF un extrait des *Temps modernes* de Charlie Chaplin, les chanteurs du Chœur de Radio France unissent leurs voix sur *O Fortuna*, depuis leurs lieux de confinement respectifs, comme un message d'espérance et une promesse de jours meilleurs. Tous les musiciens de l'Orchestre national de France enregistrent enfin depuis chez eux le *Boléro* de Maurice Ravel, qui est ensuite monté et mis en ligne. Ce sursaut musical est vu sur les canaux de France Musique

par près de 5 millions d'internautes. Plus que jamais, le collectif, avec la présence au sein d'une même entreprise de formations musicales et de chaînes de radio, est la grande force de Radio France.

Écouter

La crise et ses conséquences impactent bien entendu les habitudes d'écoute de chacun. Les antennes de Radio France atteignent toutefois des niveaux d'audience record : 15,9 millions d'auditeurs au quotidien. C'est sans précédent dans l'histoire de Radio France.

Dans ce contexte de bouleversement pour le média radio, les Français nous écoutent, nous plébiscitent... et nous les écoutons en retour. Tout au long de l'année, France Inter ouvre ainsi son antenne aux auditeurs qui expriment leurs questionnements, leurs inquiétudes, leur désarroi – avec des *Téléphone sonne* et *Grand bien vous fasse XXL*, mais aussi un répondeur téléphonique sur lequel

chacun peut partager ses témoignages de «confiné». Les équipes de la Méditrice des antennes traitent quant à elles 59 000 messages pendant le premier confinement, et partagent tous les jours les grandes tendances des retours auditeurs avec les antennes. Elles créent sur le site une rubrique «merci aux équipes de Radio France» pour relayer les nombreux messages de remerciements qui leur parviennent. L'initiative suscite de l'enthousiasme des auditeurs, à l'image d'une histoire d'amour qui dure, entre les antennes de Radio France et leurs auditeurs.

15,9
millions d'auditeurs
au quotidien
pendant la crise

RADIO FRANCE ET L'INFORMATION



En 2020, Radio France a accompagné les Français pour les informer en toute fiabilité et être au plus près de leurs préoccupations quotidiennes tout au long de la crise sanitaire.

C'était déjà l'un des enseignements essentiels de la consultation citoyenne #NosMédiasPublics et cela s'est vérifié plus encore dès le début de la pandémie : la première attente des auditeurs à l'égard des media de service public, c'est l'information, fiable, précise, rigoureuse, utile. Radio France a produit plus de 100 heures d'information (locales, nationales et internationales) chaque jour et s'est affirmé comme un acteur majeur en matière d'information. À bien des égards dans cette période troublée, les grandes stations du groupe - France Inter, franceinfo, France Bleu et France Culture - ont été perçues comme des tiers de confiance et des médias « refuges ». Les audiences record de Radio France, tant pour le direct que pour les offres en replay, les podcasts originaux, les formats pour assistants vocaux, ont été portées par tous nos carrefours et tranches d'information.

La crise COVID

Dès le mois de mars et tout au long du premier confinement, franceinfo s'est trans-

formée en radio d'urgence, multipliant les informations pratiques et les formats de lutte contre la désinformation ; et pour remplir cette mission de service public, franceinfo fut aussi la seule radio en France à continuer d'émettre en direct, de six heures à minuit et demi. Pour certaines de nos antennes, la singularité de notre couverture a été d'accompagner les Français dans leur vie quotidienne, d'être au plus près du terrain en déployant une capacité de reportage sans équivalent, de leur donner la parole à travers de nombreux moments d'antenne ouverte, d'inviter les meilleurs experts, tout en continuant à animer un débat public civilisé, utile et responsable, sans être anxiogène.

Au plus dur de la crise, les équipes de reporters ont également pu s'immerger dans les hôpitaux. En avril, la journaliste de franceinfo Solenne Le Hen a signé ainsi un reportage primé *Vie et mort à l'hôpital Bichat* - le résultat de 24 heures en immersion dans l'établissement. Une édition du 13/14 de France Inter a pu aussi être organisée en direct de

ce même hôpital. Pour assurer ses missions de service public, la continuité des antennes et la couverture de terrain et de proximité, sans faire courir de risque à nos techniciens et journalistes, les rédactions de Radio France se sont profondément réorganisées avec une part importante de télétravail, et ont su faire preuve d'une grande agilité : les équipes de reporters et techniciens ont par exemple fourni des reportages aux antennes et des journalistes ont réalisé des montages depuis leur domicile. Le déploiement de nouveaux outils techniques a également permis de garantir aux auditeurs la meilleure qualité d'écoute possible.

Une couverture éditoriale diversifiée

Les équipes de Radio France ont également mis beaucoup d'énergie et de soin à traiter les autres sujets d'actualités, locaux, nationaux, internationaux dans une période très dense. En mars, pour les élections municipales, les antennes ont laissé d'autant plus de place aux échanges



FRANCK MATHEVON

Chef du pôle monde de la Rédaction internationale de Radio France

« L'élection présidentielle américaine est un pic d'audience pour nos antennes. Nous avons donc mis tout en œuvre pour assurer un maillage aussi complet que possible du territoire, malgré les contraintes sanitaires. Il fallait anticiper pour décrocher des visas spéciaux (national interest exception) pour nos équipes. Nous avions entre 20 et 30 personnes aux États-Unis, journalistes, techniciens, rédacteurs en chef et attachés de production: deux reporters dédiés à Donald Trump, deux autres avec Joe Biden, notre correspondant à Washington, et des journalistes déployés dans tous les États-clés. Un dispositif qui met à profit la force de frappe des différentes antennes, dans une logique de mutualisation des moyens et de complémentarité.

Résultat, Radio France était sans doute le média français le mieux représenté sur le terrain. Quand ça bascule en Pennsylvanie, dans le Michigan, en Géorgie, en Floride... à chaque fois on a des gens sur place. Nous avions un groupe WhatsApp réunissant toute l'équipe et la coordination à Paris,

et ça a parfaitement fonctionné. Nous avons beaucoup travaillé, peu dormi, mais l'ambiance d'émulation, de solidarité, était exceptionnelle. L'élection a lieu un mardi; dans les jours qui suivent, Joe Biden prend le dessus, mais aucun média américain ne se risque à le déclarer vainqueur trop tôt – on ne peut pas être absolument certain qu'il n'y aura pas de retournement de situation. Nous nous sommes fixé comme règle d'attendre la confirmation de trois médias américains (Associated Press, CNN et le New York Times) avant d'annoncer un résultat. Et puis, le samedi matin, je me trouve dans la chambre d'hôtel transformée en studio à New York quand une technicienne m'avertit «regarde l'écran !»: CNN déclare Joe Biden vainqueur. Très vite, les autres médias embrayent. On se concerte en deux minutes avec les équipes à Washington. **Franceinfo** et **France Inter** passent immédiatement en édition spéciale... Nos reporters sont sur le terrain toute la journée, jusqu'au soir, pour contribuer à la couverture de cette victoire historique.»

et débats d'idées que les réunions et rencontres physiques ont été limitées : «Bus des municipales» sur **franceinfo**, émissions délocalisées sur **France Inter**, résultats commune par commune sur **France Bleu**. Grâce à un dispositif très complet, les locales – actrices incontournables de l'information de proximité – et les nationales, ont raconté les enjeux d'une élection qui a vu de nombreuses mairies changer de majorité.

Au moment de l'assassinat terroriste de Samuel Paty, en octobre – alors qu'elles couvrent en parallèle le procès des attentats de janvier 2015 –, les antennes ont bouleversé leurs programmations pour laisser place aux réactions et aux témoignages, à un travail de pédagogie sur la laïcité, la liberté d'expression... et à la prise de parole d'acteurs de l'Éducation nationale. **France Culture** a aussi mis à disposition des enseignants un corpus de plus de 50 heures d'émissions : Radio France témoigne ainsi de la solidarité

profonde qui lie les deux services publics, autour des valeurs de la République. Grâce à une équipe dédiée en France à un réseau exceptionnel de 10 correspondants permanents dans le monde ainsi qu'à plus d'une centaine de pigistes, les antennes de Radio France ont par ailleurs pu couvrir l'actualité européenne et internationale, marquée par un regain de tensions très fortes, en Europe, en Asie et en Afrique notamment. L'élection présidentielle américaine nous a permis de déployer sur place un dispositif très ambitieux tout au long des mois d'une campagne qui a passionné nos auditeurs (voir encadré ci-dessus).

Dans le domaine du sport, très affecté par la crise sanitaire, la couverture éditoriale s'est déployée sur les compétitions maintenues mais aussi sur tout l'éco-système du sport, en pleine refondation. Radio France a également mis le sport au service de la solidarité, en vendant les objets de champions sportifs aux enchères, au

profit des sinistrés de la tempête *Alex* qui a durement touché les Alpes-Maritimes en octobre 2020. Enfin, Radio France a obtenu le statut de «radio officielle» des Jeux olympiques de Paris 2024 et Pékin 2022 ; le media de service public promet une couverture engagée, en phase avec ses valeurs de service public, qui décloisonnera les univers du sport, valide et handisport, et renforcera la couverture du sport féminin.

Radio France a aussi adapté son organisation en créant un poste de directeur de l'information et des sports, membre du Comex, au 1^{er} janvier 2021, pour encore mieux prendre en compte les enjeux majeurs de l'information dans notre démocratie.

RADIO FRANCE ET LA CULTURE



Pendant la crise, Radio France se mobilise pour faire le lien entre les œuvres et leur public : plus que jamais, ses antennes sont au carrefour de toutes les expressions culturelles.

La musique

En guise d'antidote à la crise, Radio France propose tout au long de l'année de la musique, de la musique et encore de la musique. Pour sa fête en juin, les antennes et formations musicales la mettent à l'honneur pendant trois jours et continuent sur leur lancée tout l'été en étant partenaires de nombreux festivals partout en France, événements qui trouvent naturellement toute leur place dans les programmations éditoriales des antennes. En septembre, un concert célèbre la nouvelle scène française dans toute sa diversité. À l'automne, les musiciens de l'Orchestre philharmonique portent leur art à l'hôpital public. En décembre, Radio France propose enfin près de 40 concerts live sur ses antennes.

La musique se réinvente aussi depuis les domiciles de celles et ceux qui l'interprètent. C'est le *Smile* de Charlie Chaplin joué par l'Orchestre philharmonique ; c'est le *Boléro* confiné de l'Orchestre national de France. Mais ce sont aussi les «soirées pyjama» de France Inter, tous les vendredis

soirs et ce dès le mois de mars : chacune retransmet le concert inédit d'un artiste depuis chez lui – de Clara Luciani, confinée en Écosse, seule avec sa guitare et son micro, à Christine and the Queen, en passant par Stephan Eicher. La musique à domicile, c'est enfin le concert participatif *Viva l'Orchestra* : des milliers de musiciens amateurs qui exécutent avec les professionnels du National la *Valse n°2* de Chostakovitch – à distance, mais ensemble, comme c'est le sens d'un orchestre.

Radio France augmente également le volume global de la musique sur ses antennes – une manière de rythmer le quotidien des auditeurs, mais aussi de soutenir les créateurs, dans la continuité de l'opération #RadioFranceaveclaScène-Française. L'engagement de l'entreprise pour la création musicale et les talents l'amène également à renouveler son partenariat avec les Victoires de la musique.

Dès le 11 mai, la Maison de la radio et de la musique réouvre ses salles et ses espaces pour proposer des concerts aux

auditeurs de toutes les antennes. De sessions live en soutien au festival *Jazz à Vienne* pour Fip, à *Boulevard des airs* en plein couvre-feu qui offrira en exclusivité ses nouvelles chansons au public de France Bleu. De l'Auditorium au studio 104, en passant par le 22^e étage de la Maison de la radio et de la musique pour les sessions *Pop up* de France Inter... Radio France devient la plus grande salle de spectacle ouverte du pays.

Enfin, Radio France annonce, à l'issue du premier confinement, que la Maison de la radio deviendra, en juin 2021, la Maison de la radio et de la musique. Cet acte fort marquera la juste reconnaissance de l'identité profonde de Radio France : une maison de sept radios, mais aussi de 4 formations musicales et de salles de concert qui accueillent chaque année le meilleur de la création. Au-delà du symbole, ce changement de nom traduira l'engagement de l'entreprise vis-à-vis des artistes, de la filière et de tous ses acteurs, à qui l'on signifie ainsi que cette maison est la leur.



BLANDINE MASSON

Réalisatrice et directrice de la fiction sur France Culture

« À l'automne, **France Culture** donne une nouvelle vie à des spectacles de théâtre annulés ou repoussés: nos réalisateurs travaillent avec les metteurs en scène de ces pièces pour les adapter au format radiophonique. Nous choisissons le plus souvent des spectacles de textes; nous nous employons aussi à traduire les espaces visuels en sons, à garantir toujours la meilleure qualité d'écoute possible. Ces enregistrements sont la trace de spectacles qui n'auraient pas existé sinon; mais ils sont aussi des actes de création à part entière, qui sont d'ailleurs conçus dans les théâtres.

Les spectacles sont diffusés le dimanche soir. On leur offre un public qui est même élargi par rapport à la diffusion en salle (même si le ressenti n'est bien sûr pas le même): on touche en moyenne 80 000 à 100 000 auditeurs par pièce, et les œuvres circulent énormément sur les réseaux sociaux – on n'a jamais été autant relayés sur cette tranche. On renoue ainsi de manière intelligente et vivante avec la tradition de captation de spectacles sur France Culture, quelque chose qu'on ne faisait plus ou rarement. L'initiative rencontre un tel succès qu'elle s'installe, au-delà des confinements, durablement sur nos grilles. »

La fiction et la scène

Toute l'année, Radio France propose également quotidiennement des œuvres de fiction, sous forme de podcasts comme à l'antenne : lecture de textes inédits, adaptation de classiques – l'émission *Écoutez, révisez !* de France Culture permet ainsi aux lycéens d'écouter tous les textes du baccalauréat de français lus par de grands comédiens. Les petits, les moyens et les grands profitent de contenus, de voix qui cultivent un imaginaire et offrent une forme d'évasion. Dans les domaines de la musique comme du spectacle vivant ou encore du cinéma, Radio France affiche par ailleurs la volonté forte de faire vivre à l'antenne les festivals annulés. Le festival d'Avignon est un exemple emblématique : à travers l'initiative « Un Rêve d'Avignon », dont l'ouverture se fait en direct sur France Culture, les acteurs de l'audiovisuel public mettent à l'honneur ce moment essentiel.

En partenariat avec la SACD, France Culture soutient également les auteurs, avec notamment un appel à projets de fictions radiophoniques de 15 minutes, *Imagine le monde de demain*. Les 20 textes lauréats sont enregistrés avec des comédiens, puis

diffusés en quotidienne. Une manière de faire travailler les auteurs, de les rémunérer – alors que leurs revenus sont durement impactés par la crise –, mais aussi de continuer à porter la parole d'artistes qu'on n'entend plus dans l'espace public. Le 4 novembre, Radio France signe un accord avec la SACD pour assurer la juste valorisation et rémunération des auteurs dans la création des podcasts natifs.

La valorisation de tous les arts

Radio France et ses antennes se mobilisent enfin plus généralement pour la création et la culture sous toutes leurs formes. Le patrimoine – à l'occasion des journées dédiées au mois de septembre, la Maison de la radio et de la musique ouvre ses portes sur Facebook et Instagram. Le livre – alors que les antennes proposent chaque semaine 47 rendez-vous consacrés en moyenne, mettant à l'honneur une soixantaine d'auteurs. La peinture – avec cette fiction audio exceptionnelle que Radio France propose avec le Musée d'Orsay sur l'œuvre de James Tissot.

Une manière pour les auditeurs de continuer à nourrir leur appétit culturel même



quand les lieux culturels doivent fermer leurs portes. Les antennes vont plus loin dans cette logique d'accès à la culture, en encourageant également leurs auditeurs à développer leur propre expression artistique. C'est le sens par exemple du concours #RenaudBandana, imaginé par France Inter, la Philharmonie de Paris et leurs partenaires, quand l'exposition Renaud doit être suspendue. Le concours invite tout à chacun à proposer son interprétation du bandana de Renaud.

Radio France continue ainsi de jouer un rôle décisif dans l'expression de la culture. Un rôle rendu plus essentiel encore par le contexte de crise sanitaire, qui empêche de savoir de quoi demain sera fait...

RADIO FRANCE AU PLUS PRÈS DE SES PUBLICS



Comment faire pour maintenir un lien de proximité dans un contexte où chacun est invité à limiter les interactions avec autrui ? C'est la question qui se pose avec acuité à toutes les antennes de Radio France, dans une période hors norme, sidérante, qui permet néanmoins à l'entreprise de se découvrir des ressources insoupçonnées. Pour faire corps face à la crise, les chaînes imaginent ainsi de nouveaux liens avec les Français.

La solidarité

Les antennes décèlent d'abord très vite chez leurs auditeurs un besoin intense de solidarité, d'attention à l'autre, particulièrement pendant le premier confinement. France Bleu renforce ainsi davantage la solidarité avec des stations locales qui la caractérisent, les radios locales relaient quotidiennement des actions territoriales engagées dans «la Vie en Bleu».

La dimension «circuit courts» prend une place extrêmement importante dans la fabrication de contenu, l'idée étant de resserrer les liens des communautés de vie, intra et inter-territoires. L'accent est ainsi mis, pendant l'été, sur le tourisme en France (des jeux-concours offrent par exemple des weekends aux quatre coins du pays), mais aussi sur les produits locaux, les acteurs de la vie économique et culturelle...

La proximité, la solidarité, c'est aussi assurer une égalité d'accès aux programmes de Radio France, gratuitement et sur tout le territoire: le calendrier de déploiement du DAB+ va dans ce sens, en permettant à France Inter, franceinfo, France Culture, France Musique, Fip et Mouv' une meilleure qualité de diffusion linéaire et une plus grande accessibilité partout en France.

Pendant la tempête Alex qui a durement touché les habitants des Alpes-Maritimes en octobre 2020, Radio France va encore plus loin dans sa promesse de service

public et étend en urgence la couverture de France Bleu Azur, en substituant ses programmes à ceux de France Musique dans certaines zones jusqu'alors non couvertes. Cette action a permis à 13 000 habitants supplémentaires résidant dans les régions sinistrées de recevoir les programmes dédiés à la gestion de crise, Radio France assurant ainsi pleinement sa mission prioritaire de continuité de l'information de service public

Le divertissement

Deuxième manière, pour Radio France, d'être plus proche encore des Français: proposer une offre de musique et de divertissement renouvelée - offrant ainsi aux auditeurs le plaisir de s'échapper d'un quotidien qui en manque désormais cruellement. Avec des conseils de psychologues, de médecins, de nutritionnistes,



NOUR EDDINE ZIDANE,
Rédacteur en chef en charge de l'éducation aux médias et à
l'information de France Bleu et Mouv'

« Pendant la crise, Radio France se mobilise pour maintenir le lien avec la jeunesse. Car on constate, au moment du confinement notamment, une tendance de ce public à se replier sur lui-même, à investir plus encore les écrans, les réseaux sociaux. Radio France multiplie dans ce contexte les initiatives pour leur parler, pour participer aussi à leur éducation aux médias.

Sous la coordination d'Éric Valmir, secrétaire général de l'information, Radio France a multiplié dans ce contexte les initiatives pour leur parler, pour participer aussi à leur éducation aux médias. Dès 2015, **France Inter** avait ouvert la voie avec *InterClass'* où pendant toute une année scolaire, des journalistes et professionnels suivent des élèves de collèges et lycées (9 cette saison) pour les initier au reportage et développer leur esprit critique. En région, le dispositif **France Bleu Classe Média** a permis d'accompagner une dizaine d'établissements scolaires en région.

Avec **Mouv'**, le programme *Pod'classe* accompagne pour sa part 15 établissements dans la réalisation de podcasts, autour des thèmes de l'écologie, de la vie numérique et de la lutte contre les discriminations. L'effort

est fait consciemment de travailler – avec des lycées qui ont des clubs radio – mais aussi avec des territoires défavorisés: ce sont précisément eux qui ont le plus besoin d'acquérir les codes médiatiques pour faire la part entre info et intox.

Mouv' agit plus généralement pour laisser aux jeunes un espace d'expression, avec notamment l'émission de libre antenne *Debatte*. Ils peuvent ainsi réagir sur des sujets d'actualité, qui tournent en 2020 beaucoup autour du confinement, de la situation sanitaire, mais aussi de la culture ou encore des relations amoureuses dans ce contexte inédit.

Le lien avec le public se fait enfin sur les réseaux sociaux: nos animateurs utilisent par exemple Instagram pour échanger directement avec les jeunes. Et cela porte ses fruits: le compte de Mouv' atteint quasiment 300 000 abonnés, ce qui nous amène fin 2020 à créer également un compte TikTok. Globalement, nous n'attendons pas que les jeunes fassent spontanément la démarche de venir vers nous: c'est aussi nous qui allons porter nos messages sur leurs terrains d'intérêt. »

300

appels par jour sur le
répondeur de France Inter
mis en place pour recueillir
les témoignages de confinés

de professeurs de yoga, de cuisiniers, les radios répondent plus largement aux attentes et questionnements des Français dans cette période particulière.

L'échange

Cette offre de proximité passe enfin par l'échange. Les antennes poussent ainsi le curseur de l'interactivité pour mettre en avant les témoignages des auditeurs: leurs idées, leurs angoisses, leurs inté-

ractions avec leurs familles, leurs voisins, leurs proches... France Inter, en particulier, bouleverse sa grille des programmes pour y introduire trois tranches quotidiennes de formats interactifs, de deux heures chacune: les auditeurs peuvent ainsi laisser libre cours au partage de leur nouveau rythme, de leurs nouvelles habitudes, bref de leur nouvelle vie. Le répondeur mis en place pour recueillir les témoignages de confinés reçoit par ailleurs plus de 300 appels par jour: les auditeurs racontent où ils sont, certains proposent une chanson, un poème. Les équipes de la radio partagent ainsi, de fait, le sentiment d'enfermement de tel auditeur, qui vit dans un petit appartement, ou encore le bonheur de tel autre qui retrouve le silence et le souffle du vent... Pour accompagner au plus près le quotidien des auditeurs, des enregistrements sont également faits partout en France pour recueillir les applaudissements à

l'attention des soignants. Et pendant l'été, l'émission itinérante *Rendez-vous place du marché* va à la rencontre de Français dans plus de 40 villes et villages pour écouter leurs témoignages. Les auditeurs deviennent ainsi des partenaires à part entière. C'est cette idée qui prévaut également dans l'organisation d'une grande consultation citoyenne, #NosMédiasPublics, destinée à donner la parole aux Français pour imaginer avec eux l'avenir de la radio et de la télévision. Les résultats, fortement marqués par la crise sanitaire démontrent que les français reconnaissent et apprécient le rôle de l'audiovisuel public dans la transmission et la diffusion des savoirs et de la culture ainsi que dans le développement d'une offre pédagogique et de programmes destinés aux enfants. Ils saluent plus généralement l'adaptation des chaînes à la période particulière du confinement et leur effort constant pour être au plus près des gens.

RADIO FRANCE ET LE NUMÉRIQUE



On assiste en 2020 à un nouveau regain d'affection pour l'audio : l'audio qui éloigne des écrans, qui rassure les parents, qui développe l'imaginaire, qui permet de s'évader... l'audio qui s'écoute aussi, de plus en plus, sur les plateformes et les applications mobiles. Le digital continue, dans ce contexte, à prendre de l'ampleur au sein de Radio France : l'entreprise organise ainsi sa première conférence de presse exclusivement dédiée à sa stratégie numérique en forte accélération. Elle enrichit surtout son offre éditoriale et technique pour s'adapter à de nouveaux usages... Et le public répond présent.

Déploiement de l'application Radio France

En 2020, l'application Radio France se donne plus que jamais les moyens de devenir la plateforme audio de référence. On trouve sur l'application pas moins d'1,5 million de podcasts, issus des sept antennes de Radio France – une bibliothèque vivante, qui évolue au fil du temps, avec tous les ans quelques 200 000 nou-

veaux contenus mis en ligne. Radio France est ainsi le premier producteur de podcasts en France, et l'application est le seul point d'entrée qui donne accès à l'ensemble de ce catalogue. Par ailleurs, en décembre, des dizaines de milliers de sons de France Télévisions, RFI, ARTE et l'INA sont mis en ligne sur l'application Radio France.

Pour rendre accessible son offre au plus grand nombre, Radio France multiplie les initiatives et partenariats

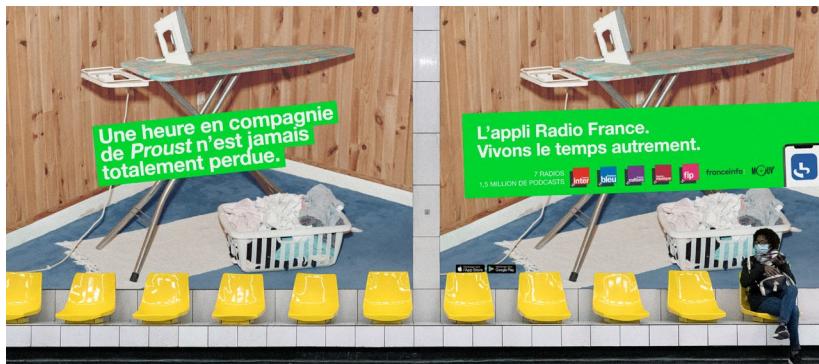
Radio France collabore avec les agrégateurs historiques de podcasts (comme Apple ou Google) et signe des accords avec Spotify, Deezer et Podcast Addict pour ouvrir plus largement l'accès à ses programmes tout en créant sa propre chronologie des médias, au profit de ses supports – des signatures qui sont le fruit de plusieurs années de discussion. Ces plateformes,

qui s'engagent par ailleurs à garantir la juste rémunération des ayants-droits, deviennent ainsi de nouvelles vitrines pour les contenus Radio France. L'entreprise signe également un accord avec la SACD qui encourage la création dans le domaine du podcast natif et assure, là aussi, la juste valorisation des auteurs.

Une alliance technologique pour l'avenir du média radio

En juillet, les groupes Lagardère News, Les Indés Radios, M6, RTL, Altice Média et Radio France annoncent ainsi le lancement d'une société commune, destinée à la distribution numérique de leurs programmes radios. Avec pour vocation de rassembler tous les acteurs de la radio, en coexistence avec les environnements digitaux qu'ils ont développés, Radio-player France accompagne les nouveaux usages d'écoute de la radio.

1,5
million de podcast issus
des sept antennes
disponibles sur
l'application Radio France



Affichage dans le métro parisien de la campagne pour l'application Radio France



CÉCILIA RAGUENEAU
Directrice des marques
et du développement de
Radio France

« En octobre, **Radio France** lance une campagne de publicité pour l'application Radio France. On veut montrer que tous les petits moments gris du quotidien – la pile de repassage, la séance de sport, la promenade du chien – peuvent, grâce à notre application, devenir passionnants. On fait le choix d'une tonalité légère, humoristique, pour permettre à la marque Radio France, jusqu'ici institutionnelle, de devenir grand public.

Car c'est l'un des enjeux de cette campagne : c'est la première fois que l'on parle, non pas d'une antenne, mais de l'entité Radio France. Donc il y a tout à créer : une allure graphique, un ton, un angle différent pour exister à part entière... Cette campagne nous permet ainsi de trouver notre territoire, en nous adressant à tous nos publics, de **Mouv' à France Musique**, pour attirer l'attention sur une offre éditoriale globale qui mérite d'être connue. Et de fait, la campagne trouve son public : au moment de sa diffusion, les visites et écoutes audio sur nos supports sont multipliées par deux. »



Le Quart d'Heure, premier podcast d'information signé Radio France

Le *Quart d'Heure*, c'est 15 minutes de pause loin des flux d'information continus pour comprendre l'actualité, à travers des reportages et analyses sur trois grands sujets par jour. Pour la première fois, ce podcast n'est pas celui d'une seule antenne : les journalistes et producteurs des différentes chaînes de Radio France unissent leurs expertises et talents pour réaliser ce podcast, disponible sur l'application Radio France. La journaliste Céline Asselot incarne le *Quart d'heure*, pour en faire un récit singulier avec un style unique, différent de la mécanique traditionnelle de l'information, pour renouveler ainsi le genre au service d'une information fiable pour tous.

Le développement de nouveaux formats

Via ses supports numériques, Radio France propose des podcasts natifs, des écritures et formats qui explorent certains thèmes et s'adressent différemment au public que sur sa grille linéaire ; ces contenus peuvent aller plus loin dans l'exploration de certains thèmes ou publics que la grille linéaire. On pense par exemple aux formats pour enfants, comme le podcast *Les Odyssées sur France Inter*, ou encore à des émissions comme *Washington d'ici*, préparée avec les médias francophones publics (MPF) pour la présidentielle américaine.

Le numérique est aussi le lieu de l'intime, du récit à l'image du podcast *La séparation* qui propose une immersion dans 25 ans de la vie d'un couple ; si les équipes s'appuient sur le savoir-faire audio de la maison, elles l'adaptent aussi aux codes, à la grammaire propre au numérique pour créer une nouvelle écriture à part entière (voir le *Quart d'heure*). Et les résultats sont là : en 2020, Radio France enregistre en moyenne 107 millions de visites par mois sur ses sites et applications (+56% en un an). Chaque mois, 224 millions d'écoutes de podcasts sont comptabilisées (+19% en un an) et désormais, 30% d'entre elles se font sur nos supports (+36% en un an).



**RADIO
FRANCE**

**À TRAVERS SES
ANTENNES ET
FORMATIONS
MUSICALES**

FRANCE INTER

antennes & formations musicales

Être de plain-pied dans son époque, se faire l'écho des débats qui la traversent et la nourrissent, documenter au plus près le réel, cultiver l'humour et la liberté d'expression, parier sur l'interactivité et faire de l'auditeur un partenaire, investir le champ numérique comme celui du théâtre ou du livre, revendiquer le gai savoir comme la pop culture, parler aux plus jeunes comme aux seniors, c'est l'alchimie que France Inter cultive tous les jours !

Au cœur de son projet éditorial réside la conviction que la mission d'une chaîne généraliste de service public est avant tout de rassembler et de fédérer en ces temps de fractures idéologiques et de fragmentation géographique et sociale.

Outre son antenne forte de près de 7 millions d'auditeurs, France Inter a construit un écosystème puissant fait d'événements, de partenariats, de formats numériques singuliers comme les podcasts pour enfants *OLI*, *les Odyssées* ou *Olma* qui nourrissent son éditorial et font rayonner la marque bien au-delà des publics traditionnels. Aujourd'hui les jeunes de moins de 35 ans sont plus d'un million à l'écouter tous les jours.

Intergénérationnelle, éclectique et pluraliste, France Inter entend bien rester première radio de France mais aussi et surtout créatrice de lien et de dialogue.

LAURENCE BLOCH



08/03 • Pour l'égalité et la liberté, une journée 100% féministe à l'occasion de la Journée Internationale des Droits des Femmes

Elles sont blogueuses, youtubers, militantes, cinéastes, musiciennes, écrivaines. Elles se battent pour l'égalité des sexes et la liberté des femmes. Elles secouent la scène artistique et musicale, investissent massivement les réseaux sociaux et n'hésitent pas à bousculer leurs aînées. Tout au long de la journée, France Inter dédie son antenne aux femmes et donne la parole à ces nouvelles féministes pour mieux les connaître, découvrir leurs revendications et le regard qu'elles portent sur l'époque. Et en bonus une playlist 100% féminine, rock, pop, rap et électro.



En 2020, France Inter diversifie son offre et développe de nombreuses adaptations d'émissions en livre, et même au théâtre avec *Affaires sensibles*.

Le 3^e volet de *On va déguster l'Italie*, de François-Régis Gaudry est un vrai succès, avec 80 000 exemplaires vendus.

02/11 • «Tous solidaires des enseignants : écoutons-les !», journée exceptionnelle sur France Inter

Quinze jours après l'attentat terroriste qui a coûté la vie à Samuel Paty, professeur au collège du Bois d'Aulne de Conflans-Saint-Honorine, France Inter dédie son antenne à «ces héros tranquilles» de la République. Les enseignants partagent, aux micros de nos producteurs, les sentiments qui les animent en cette journée si particulière, ils expriment les difficultés rencontrées au quotidien et parlent tout simplement de leur métier.



Dès le 10/04 • Tout pour la musique !

France Inter continue de soutenir la chanson française, les artistes et valorise encore et toujours la musique et les lives sur son antenne. Chaque vendredi, Rebecca Manzoni propose le concert d'un artiste en direct de sa cuisine dans *Soirée Pyjama*, et Laurent Goumarre propose des interviews, des lives, des titres inédits d'artistes confinés dans *Côté Club Confiné*. Une soirée musicale pour les auditeurs, qu'ils soient dans leur cuisine, salon ou jardin ! Avec Stephan Eicher, Gaëtan Roussel, Pomme, Clara Luciani, Christine and the Queen, Oxmo Puccino, Louis Chedid, Bertrand Belin, Yael Naim, Rone, Lou Doillon, Barbara Carlotti, Jok'Air, Arthur H, Izia, Canine et tant d'autres.



« Rendez-vous place du marché » : la nouvelle émission quotidienne de l'été

Après un début d'année difficile, Aurélie Sfez et Antoine Ly font la tournée des villages et des petites villes de France pour donner le pouls d'une France en plein déconfinement. Des retrouvailles libres et heureuses avec les auditeurs, des acteurs de terrain, des habitants qui agissent pour réinventer un espace commun et entendre une parole franche et joyeuse sur les grandes thématiques de notre époque.

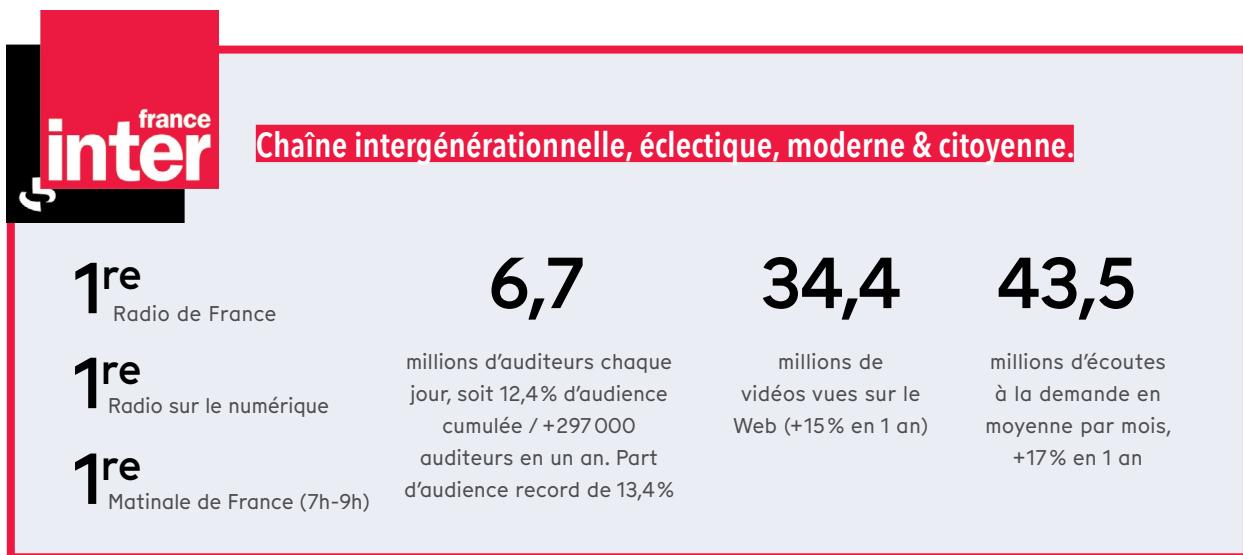
JE SUIS CHARLIE

Dispositif exceptionnel et suivi du procès des attentats de 2015

Sophie Parmentier et Charlotte Piret, spécialistes des affaires judiciaires et de terrorisme sur France Inter, ont couvert 54 jours d'audience en intégralité pour raconter trois mois d'émotion, d'interrogatoires et de plaidoiries de ce procès capital. Le témoignage inédit et unique d'un épisode traumatisant de notre histoire contemporaine.

“ Vous n'imaginez pas à quel point vous nous faites du bien, je vous embrasse.

Auditrice de France Inter



Radio : Médiamétrie 126 000, LV, 5 h-24 h, 13+, janvier-décembre 2020. Sources numériques : visites (ACPM), écoutes actives monde (ACPM), écoutes à la demande (Médiamétrie eStat Podcast + AT Internet), vues vidéo (Facebook, Dailymotion, Youtube, Twitter, Instagram). Visiteurs uniques (Médiamétrie, Audience Internet global 3 écrans), moyennes mensuelles 2020, sauf mention contraire. Données réseaux sociaux : décembre 2020. audiences radio sur le numérique (Médiamétrie, Global Radio, Sept-Oct 2020, LV, 5h-24h, 13+, Total supports multimédias, AC)

FRANCEINFO

Cette année 2020 a une nouvelle fois démontré que franceinfo a des ressources considérables !

Seule radio à émettre en direct du petit matin à la nuit lors du confinement de mars, notre chaîne a pleinement rempli son rôle de service public : en informant, en écoutant le terrain et en dialoguant avec son public. Avec à chaque fois la même détermination, celle de donner l'information la plus fiable, la plus digne de confiance. En ces temps de pandémie mondiale et de climat anxiogène, il était indispensable de tenir cette promesse. **franceinfo** s'est mobilisée sur tous les terrains : dans les hôpitaux ou au coin de la rue pour témoigner des ravages de cette crise sanitaire, mais aussi dans nos villes et villages qui battaient la campagne des municipales comme dans les états de l'Amérique du nord qui ont fait basculer l'élection US.

Mais **franceinfo**, c'est aussi la chaîne des événements : l'équipe de *Charlie Hebdo* a pu reprendre contact avec son public grâce à la soirée organisée début janvier à l'**Auditorium de Radio France**. Et malgré la Covid-19, le festival *Médias en Seine* comme les conférences de *C'est mon boulot* ont pu se tenir par visioconférence. Aujourd'hui, le travail de **franceinfo** est plus que jamais respecté et surtout reconnu avec nos audiences au plus haut ! Nous récoltons les fruits de cette mobilisation à toute épreuve.

JEAN-PHILIPPE BAILLE

Jean-Philippe Baille a pris ses fonctions à compter du 1^{er} janvier 2021

Franceinfo se met à l'heure américaine ! L'élection du 46^e Président des États-Unis est à suivre sur tous les supports de **franceinfo**

De Paris à Washington, de la Maison de la radio et de la musique à la Maison Blanche, **franceinfo** se mobilise, à quelques jours de l'élection présidentielle, avec un dispositif exceptionnel depuis les États-Unis. L'antenne de **franceinfo** couvre ce grand rendez-vous d'actualité avec des délocalisations, des envoyés spéciaux, des reporters sur les routes américaines, des podcasts et une nuit spéciale les 3 et 4 novembre, pour faire vivre minute par minute le scrutin.



10/03 • Trois médias de service public s'associent pour organiser le débat crucial de l'élection municipale à Paris

Cette soirée exceptionnelle, à cinq jours du premier tour, est diffusée en direct sur **franceinfo** média global (radio, web, tv canal 27), France 3 Paris Île-de-France et France Bleu Paris. Animé par Carole Gaessler (France 3), Marc Fauvelle (**franceinfo**) et avec la participation de Noé Da Silva (France Bleu Paris) et de Bertrand Lambert (France 3 Paris Île-de-France), ce débat confronte les têtes de liste à la mairie de Paris. Une occasion de comprendre, décrypter et comparer les programmes des principaux candidats, à la veille d'un premier tour à l'issue incertaine.



Grand atlas 2021, quel monde après la Covid-19 ?

Un outil indispensable pour comprendre le monde. Riche de ses cartes et fort de son succès, le *Grand Atlas* propose un décryptage de l'actualité mondiale accessible à tous.



Carnet de reportages, Sur les routes d'une France confinée

À l'aube d'un confinement de 8 semaines, franceinfo met en place dès le lundi 16 mars un dispositif exceptionnel pour silloner au quotidien les routes de France et prendre le pouls de la population. Fidèle à sa mission de service public, franceinfo déploie ses reporters au cœur des régions pour informer au plus près du terrain, aller à la rencontre des Français et raconter l'histoire des femmes et des hommes dont la vie a été bouleversée par le confinement. Au total, 15 000 km parcourus, 12 régions visitées, 9 semaines passées sur les routes, 60 reportages audio et 30 reportages vidéo.



07/01 • Soirée exceptionnelle «Charlie, 5 ans après» la liberté d'expression, un combat permanent

5 ans après l'attaque terroriste qui frappa le journal satirique *Charlie Hebdo*, la question de la liberté d'expression est plus que jamais un combat permanent. Pour en débattre, franceinfo organise une soirée exceptionnelle en direct et en public depuis l'Auditorium de Radio France. Au programme : rencontres, discussions et tables-rondes autour de Riss, de toute la rédaction du journal, de dessinateurs et journalistes, pour se souvenir, parler d'aujourd'hui et inventer demain.

Merci pour votre capacité à maintenir le lien.
Auditeur de franceinfo



Dès le 07/05 • Coronavirus : au cœur de la lutte, une série de podcast dans l'univers des hôpitaux

franceinfo lance une série inédite de podcasts en partenariat avec l'Assistance Publique - Hôpitaux de Paris, qui met en lumière les professionnels de la santé, médecins, chercheurs, infirmiers, aides-soignants, et tous ceux que l'on ne voit pas mais qui assurent le fonctionnement des hôpitaux et nous protègent. *Coronavirus : au cœur de la lutte* donnent à écouter des échanges privilégiés avec les professionnels des soins ou de la recherche avec des reportages au cœur des établissements de santé.

franceinfo:

1^{re} média global d'information en continu de service public.

1^{re} plateforme d'actualité sur un jour moyen

2 millions de fans sur Facebook

1,8 million de followers sur Twitter

24,5

millions de visiteurs uniques mensuels

4,6

millions d'auditeurs chaque jour soit 8,4% d'audience cumulée

39%

des Français s'informent chaque mois sur franceinfo, site ou application

Radio : Médiamétrie 126 000, LV, 5 h-24 h, 13+, janvier-décembre 2020. Sources numériques : visites (ACPM), écoutes actives monde (ACPM), écoutes à la demande (Médiamétrie eStat Podcast + AT Internet), vues vidéo (Facebook, Dailymotion, YouTube, Instagram). Visiteurs uniques (Médiamétrie, Audience Internet global 3 écrans), moyennes mensuelles 2020, sauf mention contraire. Données réseaux sociaux : décembre 2020.

FRANCE BLEU

FRANCE BLEU, «Ici, on parle d'ici»

France Bleu est le média global de la proximité le plus installé dans les territoires depuis 40 ans cette année. En direct chaque jour sur ses 44 antennes, il offre toute l'information locale, propose tous les débats et met en valeur les initiatives économiques, culturelles, sportives, sociales et solidaires en se plaçant à hauteur d'homme.

Sur le plan musical, France Bleu est une radio prescriptive et découvreuse de nouveaux talents qui organise des concerts et des festivals dans tout l'Hexagone.

France Bleu, c'est aussi une offre numérique unique centrée sur la proximité et l'information locale.

Enfin, France Bleu poursuit la diffusion de ses matinales filmées sur les antennes régionales de France 3. À fin 2020, 11 d'entre elles sont diffusées sur France 3, la dernière en date étant celle de France Bleu Alsace (novembre 2020). D'ici juin 2021, la moitié des 44 stations locales présenteront des matinales communes filmées et diffusées par France 3.

JEAN-EMMANUEL CASALTA



Compilation France Bleu 40 ans

4 CD, 68 titres, des artistes de la scène française et internationale regroupés dans ce coffret d'exception pour fêter les 40 ans de France Bleu.



24/02 • France Bleu lance la 1^e édition du «Prix France Bleu-Grands Déetectives»

Ce prix récompense un roman policier historique français, parmi cinq titres sélectionnés et publiés au premier semestre 2020 par les Éditions 10/18. Présidé par Jean-Emmanuel Casalta, le jury est composé de 13 auditrices et 13 auditeurs sélectionnés (cette année. 5 000 candidatures ont été déposées sur francebleu.fr). Issus de toutes les régions de France, ces jurés dialoguent avec leur antenne France Bleu locale. De la professeure d'histoire au médecin, du policier à l'animatrice d'un blog de lecture, tous partagent avec France Bleu et les cinq auteurs en compétition la passion de leur patrimoine régional et sa mise en perspective historique.



08/09 • La matinale de France Bleu Saint-Étienne Loire Matin désormais diffusée sur France 3 Auvergne Rhône-Alpes / Édition Saint-Étienne

Fin 2020, 11 matinales filmées de France Bleu - Azur, Occitanie, Creuse, Nord, Breizh Izel, Provence, Paris, Saint-Étienne Loire, Gironde, Mayenne et Alsace - sont diffusées sur France 3. Elles couvrent au total 45,5% de la population. Avec ces diffusions communes, France Bleu va à la rencontre de nouveaux publics pour leur faire découvrir sa matinale. Aujourd'hui, France Bleu, désormais accessible à la radio, sur le numérique et à la télévision rencontre de nouveaux publics avec toujours le même objectif : répondre aux besoins et aux attentes des auditeurs.



25/09 • France Bleu fête ses 40 ans, avec 44 personnalités pour ses 44 stations locales toute la journée sur l'antenne !

Une grande journée inédite pour fêter 40 ans de proximité avec ses auditeurs ! Durant cette journée exceptionnelle, chaque station crée son événement et reçoit dans ses studios une personnalité de sa région : comédien, auteur, chanteur, sportif, personnalité publique... Thomas Dutronc, Claudio Capéo, Nathalie Baye, Suzanne... et beaucoup d'autres soufflent avec les équipes et les auditeurs les 40 bougies de France Bleu.

Merci à vous, à ceux que l'on entend et à ceux qui techniquement le rendent possible.

Une auditrice de France Bleu

FRANCE BLEU 100% SOLIDAIRE

19/03 • À l'heure du confinement, France Bleu se mobilise pour faire vivre la solidarité et garantir une information de proximité

Depuis le début du confinement, France Bleu concentre tous ses moyens pour apporter des réponses et favoriser l'entraide au plus près des territoires. Avec plus de 320 heures de direct par jour sur ses 44 stations, France Bleu donne à tout moment la parole à ses auditeurs. Chacun peut s'exprimer pour offrir ses services, demander de l'aide, partager des bons plans, conseiller, interroger... Des médecins, des avocats, des assureurs, des psychologues, des pédopsychiatres, des pompiers, des vétérinaires ou encore des professeurs interviennent pour répondre aux auditeurs. À l'heure où chacun est contraint de s'isoler, France Bleu recrée du lien social et remplit sa mission primordiale de service public d'information.



22/06 • France Bleu lance un «podcast challenge», un concours de podcasts ouvert aux équipes des 44 stations locales

Après avoir lancé sa première série audio originale *La Folie des Hauteurs*, la Direction du numérique de France Bleu poursuit sur sa lancée. Avec ce nouveau concours, les équipes des 44 stations locales sont invitées à imaginer et à concevoir de nouvelles séries de podcasts. L'objectif est de développer la présence de France Bleu sur les supports numériques et de toucher de nouveaux publics. Parmi 32 projets reçus, 3 ont été sélectionnés : *À cœur et à crocs*, *Histoires salées* et *Rock in the city*, le *Hellfest Festival*. Ces trois podcasts bénéficient d'un accompagnement conjoint des équipes numériques de France Bleu et de la Direction du numérique de Radio France pour une diffusion en 2021.



France Bleu, média global de la proximité met en valeur les initiatives économiques, sportives, culturelles et sociales locales. France Bleu, qui célèbre ses 40 ans en 2020, est aussi une radio musicale qui fait découvrir les nouveaux talents de la scène française de demain.

3^e radio de France en PDA (nov-déc. 2020)

44 stations locales en France

42,4

millions de visites par mois, +74% en un an

3,3

millions d'auditeurs en moyenne chaque jour, soit 6,1% d'audience cumulée

11

matinales filmées.

Radio : Médiamétrie 126 000, LV, 5 h-24 h, 13+, janvier-décembre 2020. Sources numériques : visites (ACPM), écoutes actives monde (ACPM), écoutes à la demande (Médiamétrie eStat Podcast + AT Internet), vues vidéo (Facebook, Dailymotion, YouTube, Instagram). Visiteurs uniques (Médiamétrie, Audience Internet global 3 écrans), moyennes mensuelles 2020, sauf mention contraire. Données réseaux sociaux : décembre 2020.

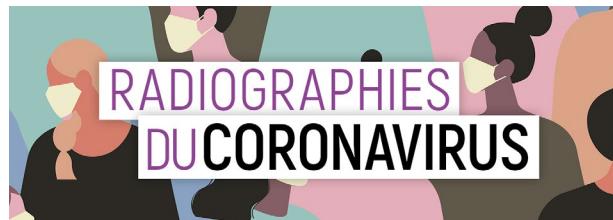
FRANCE CULTURE

La pandémie a totalement perturbé l'année radiophonique – comme l'année tout court et lui a, dans le même temps, donné une destination et des vocations évidentes.

Ce n'est pas le lieu ici de dire tout ce que nous avons appris dans la manière de penser et produire la radio, et sur l'accélération de l'empreinte numérique sur la distribution de nos programmes et l'exploitation de notre catalogue – mentionnons-le pour mémoire néanmoins.

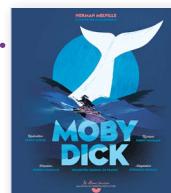
2020 aura été une année cruciale dans le développement de l'information et de l'analyse scientifiques sur la grille de France Culture couronnées par le prix du journaliste scientifique de l'année attribué à Nicolas Martin. L'année aussi d'une ouverture éditoriale encore plus sensible qu'auparavant des *Matins* de Guillaume Erner à l'analyse et aux idées. L'année encore du développement de la place accordée à la parole des artistes et à des dispositifs de soutien aux auteurs dramatiques et aux comédiens. Une année rude dont France Culture sort grandi et renforcée dans ses missions.

SANDRINE TREINER



Dès le 20/03 • Radiographies du Coronavirus

La Covid-19 est elle seule un événement. À ce titre, elle mobilise certes des enjeux médicaux, scientifiques et sanitaires essentiels mais a aussi des répercussions sur tous les aspects de la vie sociale et individuelle. *Radiographie du coronavirus* a été créé le premier jour de la pandémie puis enrichi quotidiennement de chroniques scientifiques étayées, d'analyses économiques et sociales, d'éclairages philosophiques et historiques pour faire vivre la connaissance, les idées et les savoirs sur le sujet.



Moby Dick

Ce livre-CD nous invite à vivre cette épopee grandiose adaptée du roman mythique d'Herman Melville.



Prenez l'antenne !

Retrouvez les grandes thématiques de France Culture dans un grand jeu de société pour garder l'esprit ouvert sur le monde.

07/10 • France Culture s'engage pour le théâtre et le rend accessible au public qui en est privé !

Dans les circonstances exceptionnelles qu'affronte le spectacle vivant et qui contraignent les théâtres à limiter le nombre de spectateurs, France Culture enregistre et diffuse, tout au long de la saison, des spectacles proposés par plus de quinze théâtres répartis sur tout le territoire. L'offre de fictions théâtrales enregistrée cette nouvelle saison viendra compléter celle du catalogue de France Culture, composée de créations, de commandes et de reprises de pièces patrimoniales.



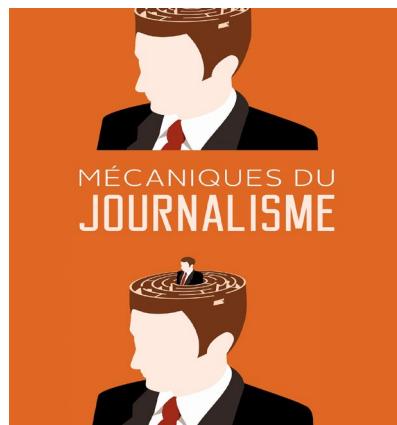
Dès le 26/09 • **Combats** - France Culture et le Théâtre de la Ville s'associent pour 10 week-ends de réflexions, de créations et de fictions

Chaque mois, France Culture est en public depuis l'Espace Cardin du Théâtre de la Ville pour l'enregistrement de *La Conversation scientifique* d'Étienne Klein, le débat *L'Esprit public* proposé par Émilie Aubry en direct, un spectacle et des lectures en lien avec les grands sujets d'aujourd'hui. Le premier rendez-vous, en association avec *Les Sorcières de Salem* d'Arthur Miller et mis en scène par Emmanuel Demarcy-Mota, s'attarde sur la figure de la sorcière devenue aujourd'hui icône féministe, à travers des textes de Jules Michelet et Maryse Condé.



09/12 • Le Prix «Roman des étudiants» sous forme de rencontres virtuelles avec les auteurs

Après deux mois de lecture et 23 rencontres virtuelles organisées avec les 5 auteurs de la sélection du *Prix du Roman des étudiants 2020*, les 1 500 jurés étudiants ont choisi Lola Lafon pour son roman *Chavirer*. Cette huitième édition se déroule dans les conditions très particulières du confinement. Les rencontres, initialement prévues au sein des universités et des Bibliothèques Universitaires, se transforment en forums virtuels. Lancé il y a huit ans, ce prix récompense un roman écrit en langue française. Il compte désormais parmi les grands prix littéraires.



22/10 • France Culture lance une nouvelle collection de podcasts originaux intitulée *Mécaniques du journalisme*

Après *Mécaniques du complotisme* qui révélait les ressorts et les modes de propagation des rumeurs complotistes, France Culture plonge dans les coulisses de grandes enquêtes contemporaines. Quatre grandes enquêtes – autour des «affaires» Cahuzac, Benalla, Fillon, Lux Leaks – racontées à la première personne par des journalistes dont le travail a eu un impact sur la vie démocratique. Ce podcast, construit comme un thriller, est aussi une réflexion sur le métier de journaliste.



Avec vous, ce temps de confinement est également une occasion de se réjouir de la présence constante de la culture dans nos vies !!!

Auditeur de France Culture



Média global et acteur incontournable de la vie culturelle, France Culture répond aux usages des médias de l'époque et diffuse toujours plus largement le pluralisme des idées, la richesse des savoirs et le foisonnement de la création.

1,6

million d'auditeurs chaque jour, soit 2,9% d'audience cumulée

30,3

millions d'écoutes à la demande par mois

14,8

millions de visites par mois tous supports confondus (site, application, AMP)

11

millions de vidéos vues sur le Web par mois

FRANCE MUSIQUE

PARTAGER !

La musique ! Bien ô combien essentiel s'il en est, elle est ce lien précieux que France Musique entretient au quotidien avec ses auditeurs.

La transmission, le partage et la proximité guident notre action et nous unit à une communauté de plus en plus nombreuse et fidèle. Ce succès est une fierté qui nous oblige !

Sur l'antenne, sur francemusique.fr et sur les réseaux sociaux, la musique se déplie de mille et une façons. La sélection présentée ici atteste pleinement de sa vitalité, de son renouvellement permanent et aussi d'une énergie collective mise au service du public.

Plus que jamais engagée, solidaire et fraternelle, France Musique a à cœur d'apporter joie et réconfort à tout un chacun. Et, comme le disait si bien Pierre Boulez : «Écoutez, c'est très simple !»

MARC VOINCHET



11, 18 et 25/04 • France Musique en cuisine !

L'un des avantages du confinement est de retrouver le temps de s'adonner au plaisir de... cuisiner ! Les 11, 18 et 25 avril, Clément Rochefort troque son frac contre sa veste de chef pour 3 émissions inédites, en compagnie de musiciens et d'invités aussi gourmets que gourmands. Recettes, secrets culinaires, choix musicaux... Car depuis toujours, l'art de la table a su s'accompagner de musique.



Tout l'été France Musique fait son Festival !

Si la Covid-19 a mis à mal les traditionnels festivals de l'été, France Musique met tout en œuvre pour apporter son soutien aux musiciens en créant son Festival. Du 29 juin au 21 août, du lundi au vendredi, rendez-vous à midi pour partager la musique vivante avec 2 sessions live, enregistrées dans les conditions du direct et dans le strict respect des règles sanitaires. Au total : 40 émissions, 80 plateaux différents, 170 artistes présentés par Jean-Baptiste Urbain (juillet), Saskia de Ville (août), avec la complicité de Xavier Carrère.



17/10 • Indétrônable Lodéon ?

Et pourtant, après plus de 27 ans derrière le micro à France Inter et à France Musique, Frédéric Lodéon décide de «raccrocher» le micro. Une belle fête s'imposait donc en l'honneur de ce «monstre sacré», passeur incroyable au service de la musique classique. Samedi 17 octobre, dès 20 heures, les auditeurs de France Musique le retrouvent une dernière fois pour trois heures de musique live avec ses amis, en direct du studio 104 de la Maison de la Radio et de la Musique.



14/12 • 42^e Rue fait son show, coûte que coûte, 3^e édition !

Le Roi Lion, Starmania, Les Producteurs de Mel Brooks et Alexis Michalik, 42nd Street, Candide, Wonderful Town... Toutes les grandes comédies musicales annoncées cette saison ont été annulées ou décalées d'un an. Le temps d'une soirée, France Musique les met à l'honneur et les invite à se produire en direct sur la scène du studio 104 de Radio France. 60 artistes, 10 avant-premières, sans oublier la création de *On va se quitter pour aujourd'hui*, commande France Musique/SACD passée à Agnès Jaoui et Alexis Pivot. Claquettes, paillettes, découvertes... une soirée menée tambour battant par Laurent Valière !



Merci chère France Musique pour votre programmation musicale reconfortante et radieuse en ces temps troublés, anxiogènes et de télétravail.

Auditrice de France Musique

26/12 au 02/01 • *Le Ring de Wagner* en exclusivité pour les fêtes de fin d'année

Alors que les salles de spectacle sont à l'arrêt, France Musique et l'Opéra de Paris rendent possible l'interprétation de l'intégrale du *Ring de Wagner*. Un projet fou, porté contre vents et marées par Philippe Jordan, donné dans une version concert spécialement pour les micros de France Musique ! Les quatre volets sont diffusés en exclusivité pendant les fêtes de fin d'année.



La discothèque idéale de France Musique !

Un livre de référence indispensable ! Dans cet ouvrage dirigé par Lionel Esparza, 43 producteurs et collaborateurs de la chaîne partagent leur sélection de 250 disques. Au programme : de la musique ancienne, baroque, classique, en passant par celle du XX^e siècle, le jazz, la comédie musicale, la musique de film et les musiques du monde. Tout pour ravir les amateurs de musique et mieux connaître la musique classique !

Vinylbook

Fusion entre un livre et un vinyle, un mariage réussi qui donne naissance à un nouveau standard, constitué d'un livre illustré de 28 pages et d'un vinyle.



Radio de l'excellence musicale, France Musique offre aux connaisseurs et aux amateurs un plaisir musical sans cesse renouvelé.

1 million auditeurs quotidiens,
soit 1,9 % d'audience cumulée

2,2

9

4,5

2 millions de visites par mois
tous supports confondus (site,
application, AMP)

millions d'écoutes en
direct chaque mois
pour France Musique
et ses webradios

webradios
et 1 salle
de concerts
virtuelle sur
francemusique.fr

millions de vidéos
vues sur le web
(+94 % en 1 an).

Radio : Médiamétrie 126 000, LV, 5 h-24 h, 13+, janvier-décembre 2020. Sources numériques : visites (ACPM), écoutes actives monde (ACPM), écoutes à la demande (Médiamétrie eStat Podcast + AT Internet), vues vidéo (Facebook, Dailymotion, YouTube, Twitter, Instagram). Visiteurs uniques (Médiamétrie, Audience Internet global 3 écrans), moyennes mensuelles 2020, sauf mention contraire. Données réseaux sociaux : décembre 2020.

FIP

Tristan Bernard disait qu'« il y a chez tout quinquagénaire [...], chez le plus attentif, le plus méticuleux, un petit étourneau de 10 ans qui ne vieillit pas.»

L'étourneau est le seul oiseau qui assimile tous les sons de son environnement et s'en sert pour communiquer. À l'aube de son 50^e anniversaire, Fip n'a pas vieilli. Elle reste cet étourneau qui, à 10 ans, faisait son entrée dans le vaste monde des «radios libres» et qui promettait à ses créateurs de continuer à diffuser «60 minutes de musique par heure». Celle qui a toujours soutenu la création et la scène musicale française. Celle qui créait une émission consacrée au jazz considérant qu'il n'était pas un genre musical mais un état d'esprit, une façon de voir et d'exprimer l'imprévisibilité de la vie, une histoire de communication, de connexion entre des personnes, des expériences et des instruments différents. Comme les étourneaux, Fip est grégaire : le lien social qu'elle crée au quotidien avec ses auditeurs est ce qu'elle a de plus précieux. Ce lien social, cette assimilation des sons de son environnement ne sont possibles que grâce aux femmes et aux hommes qui incarnent la chaîne. Ce sont ces sensibilités si attentives et si méticuleuses, qui permettent à l'étourneau Fip de toujours voler de continents en continents pour transporter la plus universelle des émotions : la musique ! Mozart lui-même possédait un étourneau dont il s'est inspiré dans plusieurs compositions. Gageons que Fip et les artistes qu'elle diffuse depuis 50 ans traverseront le temps comme la musique de Mozart.

BÉRÉNICE RAVACHE

10/07 • Jazz à Vienne, une soirée spéciale avec Fip

Cette année, le festival Jazz à Vienne ne pouvant se dérouler dans son cadre habituel, Fip ouvre les portes de la Maison de la radio et de la Musique pour y accueillir plusieurs artistes programmés initialement pour cette édition chamboulée. Fip offre à ses auditeurs deux soirées d'exceptions avec Cheick Tidiane Seck, Laurent Bardainne & Tigre d'eau douce, Érik Truffaz et Anthony Joseph sur la scène du studio 104 de Radio France.



22/09 • Magma, Chassol, Yom, Cabaret Contemporain, Quator Debussy, Keren Ann... Plus de trente artistes en live du Studio 104 pour célébrer Session Unik !

Après le succès de la soirée des 5 ans de *Session Unik*, Fip et l'Adami offrent un nouveau plateau exceptionnel sous le signe de l'éclectisme. Le projet *Session Unik* permet à un duo d'artistes d'enregistrer deux titres directement sur une machine à graver les vinyles et de vivre une expérience inédite dans les studios de Radio France. De nombreux artistes ont ainsi collaboré pour graver des titres pour la postérité musicale, parmi eux : MC Solaar, Christophe, Isaac Delusion, Jane Birkin, Sandra Nkaké, Yael Naim, Archie Shepp, Chloé, Hugh Coltman...



La Discothèque idéale de Fip «50 ans de Fip»

Retrouvez dans ce livre la marque de fabrique de Fip : un éclectisme musical, des découvertes étonnantes et des albums mythiques indispensables. 275 artistes réunis dans cette discothèque idéale pour tous les amateurs de bon son.



25/03 • Fip 360, la collection de concerts électroniques en son binaural

Tous deux les mois, Fip vous plonge au cœur d'une expérience sonore et sensorielle à 360° en son binaural avec *Trax Magazine*. En mars, ce sont Jean-Benoît Dunckel - connu d'abord comme la moitié du groupe AIR et Jonathan Fitoussi - explorateur infatigable des sonorités électro et la DJ parisienne Marina Trench, qui sont mis l'honneur. La collection *Fip 360* est à revivre au travers d'un podcast dédié.



17/06 • Vous en rêviez, Fip l'a fait ! La 8^e webradio de Fip voit le jour et nous offre le meilleur de la pop

Après le jazz, l'électro, le rock, le groove, le reggae... c'est au tour de la pop d'être sublimée par les programmeurs de Fip qui concoctent manuellement des playlists pour le plus grand plaisir des amateurs de Blur, Jeanne Added, Vampire Week-end, Jarvis Cocker, Tame Impala, ou encore des Beatles. Le lancement de cette webradio disponible sur le web est aussi l'occasion pour Fip de dévoiler sa nouvelle application qui s'est refaite une beauté juste avant l'été.

19, 20 et 21/06 • Une fête de la Musique XXL sur Fip !

Fip met pleinement à l'honneur les musiciens et ceux qui leur permettent de créer et de diffuser leur art, à un moment où la filière musicale doit être particulièrement soutenue et où Radio France et Fip affirment leur solidarité envers la Scène Française. Ce week-end en musique démarre le 19 juin par un best-of de sessions live du *Maisons-Laffitte Jazz Festival*; se poursuit le 20 juin avec une journée spéciale *Disquaire Day* et partir de 23 heures avec une nuit dédiée à la création, avec des concerts uniques; et se conclut le 21 avec un moment de détente en musique autour de *Siestes Sonores* et dès 21 heures, le live reprend avec la diffusion intégrale de *Maison-Laffitte Jazz Festival*.

*Fip est une radio géniale !!!
Elle nous aide à combattre
la morosité ambiante avec
éclectisme.*

Auditeur de Fip



Radio : Médiamétrie 126 000, LV, 5 h-24 h, 13+, janvier-décembre 2020. Sources numériques : visites (ACPM), écoutes actives monde (ACPM), écoutes à la demande (Médiamétrie eStat Podcast + AT Internet), vues vidéo (Facebook, Dailymotion, YouTube, Instagram). Visiteurs uniques (Médiamétrie, Audience Internet global 3 écrans), moyennes mensuelles 2020, sauf mention contraire. Données réseaux sociaux : décembre 2020.

MOUV'

Une grande responsabilité et un engagement total de nos équipes aux côtés de tous nos auditeurs : que dire de plus s'agissant du bilan 2020 de Mouv' ?

C'est particulièrement aux jeunes à qui nous avons tout de suite pensé et pour eux que nous nous sommes mobilisés. Pas seulement pour assurer une continuité de nos antennes – ce qui fut néanmoins un grand défi – mais également pour inventer de nouveaux formats éditoriaux, investir les réseaux sociaux, maintenir un contact direct pour les accompagner dans ce chamboulement existentiel.

L'année 2020 fut donc une année riche de nouvelles missions mais aussi une année de plaisir car même si les moments de rencontre avec notre public se sont faits plus rares, l'émotion est restée intacte lors de projets aussi symboliques que la cinquième édition de *Hip Hop Symphonique* que nous avons pu maintenir en novembre.

C'est quotidiennement que nous avons mesuré l'impact positif de notre investissement, à travers la fidélité renouvelée de notre public et avec une énergie, je l'espère communicative, qui continue de nous porter.

BRUNO LAFORESTRIE

Merci Mouv' pour le weekend 100% Mix c'était énorme ! 48 heures de mix place pour s'enjailler, s'évader en ces temps de confinement merci Mouv' !

Auditrice de Mouv'



11/06 • Pod'Classe: l'heure du grand oral !

En décembre 2019, Mouv' et le CLEMI ont lancé *Pod'Classe*, un projet d'éducation aux médias qui vise à développer un réseau national de webradios scolaires. Après plusieurs mois d'accompagnement et de travail collaboratif avec le corps enseignant et les élèves de 17 lycées et collèges de France métropolitaine, Mouv' dévoile les projets réalisés lors d'une cérémonie à distance présentée par Emmy. Malgré la fermeture des établissements scolaires dès le mois de mars, les élèves restent mobilisés dans l'opération et présentent leurs projets de podcasts, chroniques et reportages sur l'antenne de Mouv' devant un jury dédié. Un réel exercice d'élocution. 11 projets ont vu le jour, autour de trois thématiques d'actualité choisies en concertation : les usages du numérique, les discriminations et questions de genre, l'écologie et le développement durable. Les réalisations des élèves sont à retrouver sur le site mouv.fr.



26/02 • Comedy Mouv': «tu viens, tu rigoles et tu votes !»

Pour la 5^e fois, les espoirs de l'humour sélectionnés par Mouv' se produisent sur la scène du studio 104 de Radio France et le public élit son artiste préféré. Cette soirée orchestrée par Dirty Swift et animée par Madjid de L'After, met en lumière les talents de demain, trois finalistes sélectionnés au *Paname Art Café* à Paris, ainsi que les humoristes Édouard Deloignon, Djimo, Doully et Jérémy Nadeau.



07/11 • Hip Hop Symphonique, 5^e édition

Lous and The Yakuza, Maes, Meryl, Passi et Soolking se produisent sur la scène de l'Auditorium de Radio France, accompagnés par les musiciens de l'Orchestre Philharmonique de Radio France, sous la direction artistique d'Issam Krimi et la direction d'orchestre de Dylan Corlay. Le concert, qui se tient sans public, est retransmis en direct audio et vidéo sur Mouv' et proposé dans une version intégralement traduite en langue des signes française et chansignée. Mouv',

l'Adami et la Direction de la Musique et de la création de Radio France témoignent ainsi leur soutien à la filière culturelle et musicale et réaffirment leur engagement auprès de leurs publics durant cette période singulière.



20/06 • Le rap féminin à l'honneur

Doria, Imen ES, KT Gorique, Lyna Mahyem et Tessae se produisent en direct du studio 104 de Radio France pour un live sans public, diffusé en simultané à l'antenne et en vidéo sur Mouv', Facebook Live et YouTube Live. Il est présenté par Emmy et animé par DJ Ayane aux platines. À travers cet événement, Mouv' témoigne une nouvelle fois son soutien à la scène urbaine française et poursuit cet engagement tout au long de l'été avec un rendez-vous hebdomadaire dédié, tous les dimanches de 20 heures à 21 heures.



28/10 • 1 jour dans le rap, le premier podcast natif de Mouv'

À la suite des premiers épisodes diffusés la saison dernière, le podcast *1 jour dans le rap* fait son grand retour avec un rendez-vous hebdomadaire sur la culture rap. Chaque semaine, Ngiraan Fall fait revivre en 5 minutes un moment qui a fait basculé la carrière d'un artiste rap américain ou français. Et pour une expérience d'écoute totalement immersive, DJ First Mike nous replonge à l'époque des faits en créant la bande son de ces histoires qui font la légende du rap.



Radio musicale ancrée dans la culture hip-hop, Mouv' développe des contenus musicaux et divertissants mais également pédagogiques et informatifs, adaptés aux usages du public jeune. Station la plus jeune de France.

453000

auditeurs quotidiens, soit
0,8% d'audience cumulée

310000

abonnés sur Instagram

673000

abonnés à la chaîne
YouTube de Mouv'

3,7

millions de visites par mois
(site et application)

8,3

millions de vidéos vues en
moyenne, par mois (+48%
en un an)

1,4

million d'écoutes en direct pour
Mouv' et ses webradios, en
moyenne chaque mois en 2020
(+35% en un an)

Radio : Médiamétrie 126 000, LV, 5 h-24 h, 13+, janvier-décembre 2020. Sources numériques : visites (ACPM), écoutes actives monde (ACPM), écoutes à la demande (Médiamétrie eStat Podcast + AT Internet), vues vidéo (Facebook, Dailymotion, YouTube, Twitter, Instagram). Visiteurs uniques (Médiamétrie, Audience Internet global 3 écrans), moyennes mensuelles 2020, sauf mention contraire. Données réseaux sociaux : décembre 2020. Âge moyen de l'auditeur : recalcul à partir de 12 cibles d'âges. Médiamétrie 126 000, AC, Janvier-Décembre 2020, LV 5h-24h

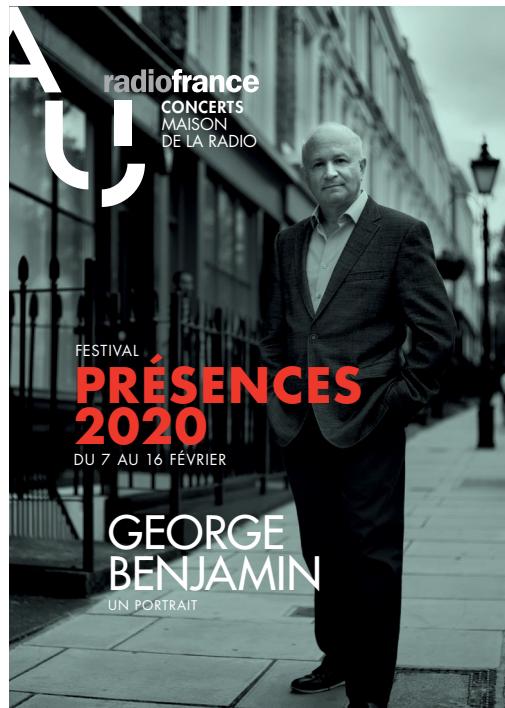
FORMATIONS MUSICALES

Radio France est une maison de musique et de radio, ce qui a permis à nos formations musicales, malgré le confinement, de continuer à jouer pour un public physiquement absent mais toujours très attaché à la diffusion des concerts sur nos antennes.

Nos quatre formations musicales, l'orgue de l'Auditorium, les nombreux artistes invités nous ont permis d'offrir ce qui se fait de mieux aujourd'hui en matière de musique. La crise sanitaire nous a permis par ailleurs de réfléchir au devenir de notre société ; la musique, qui exprime par les rythmes et les sons tout ce qui fait une civilisation, est à cet égard irremplaçable. Au printemps 2021, l'activité a été suspendue et les concerts annulés, mais le lien avec les publics s'est réinventé, à l'image du cycle *Le Temps retrouvé* qui a été donné par les formations symphoniques de Radio France en direct depuis l'Auditorium pour France Musique et ARTE Concert, étoffé de dix rendez-vous de musique de chambre, dont une intégrale des sonates pour piano de Beethoven. En septembre et octobre, 35 concerts symphoniques, de musique chorale, de jazz, de musique de chambre ou à destination du jeune public ont été donnés au studio 104 et à l'Auditorium de Radio France grâce à la mise en œuvre d'un protocole sanitaire permettant d'accueillir le public. À l'occasion du deuxième confinement, une grande partie des concerts a été maintenue – sans public – pour être diffusée sur France Musique, francemusique.fr (mais aussi France Inter, France Culture et Mouv') et la plateforme francemusique/ARTE Concert.

Le lien entre la production des concerts et la diffusion de ces concerts sur France Musique se révèle ainsi plus naturel que jamais et permet à 150 000 auditeurs, en moyenne, d'avoir accès à la musique vivante.

MICHEL ORIER



Du 07 au 16/02 • Georges Benjamin à l'honneur du Festival Présences

La 30^e édition du festival *Présences* met à l'honneur le célèbre compositeur britannique George Benjamin avec 17 concerts et 82 œuvres (24 créations mondiales et 11 créations françaises dont 21 commandes et co-commandes de Radio France de 57 compositeurs). Le festival est toujours l'occasion pour Radio France de réaffirmer la place centrale de la création avec un record historique de fréquentation ; plus de 10 000 spectateurs à Radio France soit +57% de public global et +63% de public payant.

Du 13 au 24/01 • L'Orchestre National de France part en tournée en Allemagne

Les musiciens de l'Orchestre National de France partent en tournée en Allemagne, Autriche et Slovaquie et notamment à Salzbourg, au Musikverein de Vienne et à la Philharmonie de Berlin ou celle de Hambourg avec la violoniste Julia Fischer. Cette tournée se prolonge par une série de programmes pédagogiques tels les masterclasses auxquels participent plusieurs solistes de l'Orchestre, ainsi que par des répétitions ouvertes.



Les musiciens des formations musicales s'engagent pour offrir une continuité pédagogique

L'Orchestre Philharmonique lance *À vous de jouer avec le Philhar'*, 12 tutoriels pour jouer les grands thèmes de la musique classique, en partenariat avec l'association Orchestre à l'École. Les musiciens de l'Orchestre National de France se mobilisent pour enregistrer des tutoriels vidéos pour *Viva l'Orchestra*, *Ensemble à la Maison* qui permettent aux amateurs de travailler leurs instruments et de rejoindre ce projet participatif autour de la *Valse n°2* de Chostakovitch. Ce projet a stimulé des milliers de musiciens amateurs. La Maîtrise et le Chœur de Radio France enregistrent également des tutoriels pour permettre au public de chanter *De temps en temps* de Joséphine Baker et *La Javanaise* de Serge Gainsbourg dans le cadre du dispositif *Le temps d'une chanson* en partenariat avec le Théâtre du Châtelet et avec la participation d'Angélique Kidjo et de Jane Birkin.

Dès mars 2020 • Les formations musicales se réinventent pour maintenir le lien avec le public

À partir de mars 2020, à l'occasion du premier confinement, les projets digitaux se sont multipliés et ont contribué à maintenir le contact avec le public : à l'image du succès mondial rencontré par la vidéo du *Boléro* (plus de 5 millions de vues) enregistrée par les musiciens de l'Orchestre National de France depuis leurs domiciles. C'est en tant qu'Ambassadeurs d'UNICEF France que les musiciens de l'Orchestre Philharmonique de Radio France se mobilisent pour diffuser un message de soutien et accompagner un appel aux dons. Le Chœur de Radio France propose quant à lui une vidéo mosaïque d'un extrait de *Carmina Burana*. La Maîtrise porte également un projet artistique vidéo intitulé *Les Chants de loin* pour lequel plusieurs compositeurs sont sollicités afin d'écrire une œuvre nouvelle.

“ Un grand merci ! Que la musique remplisse nos cœurs et aère nos esprits, souvent grâce à vous tous !

Abonnée des concerts de Radio France

ONF l'orchestre national de france <small>CRISTIAN MÄSLARU DIRECTEUR MUSICAL</small>	OP l'orchestre philharmonique <small>de radiofrance</small> <small>MIKKO FRANCK DIRECTEUR MUSICAL</small>	ch le chœur <small>de radiofrance</small> <small>MARTINA BATIĆ DIRECTRICE MUSICALE</small>	ma la maîtrise <small>de radiofrance</small> <small>SOFI JEANNIN DIRECTRICE MUSICALE</small>
---	---	--	--

52

154 000

créations pour 2020

auditeurs pour les concerts des formations musicales sur France Musique et francemusique.fr

5 millions de vues (youtube et facebook) de la vidéo du *Boléro* de Ravel par l'Orchestre National de France

4

formations musicales, 2 grandes salles de concerts pour rendre la musique accessible à tous

53

concerts enregistrés pour diffusion ultérieure

199

concerts programmés - hors concerts en régions et tournées- dont **60** concerts diffusés en «direct» parmi lesquels **10** concerts captés en vidéo pour diffusion sur francemusique.fr et ARTE concert.

FORMATIONS MUSICALES

antennes & formations musicales



29/02 • Le Chœur de Radio France célèbre les 250 ans de Beethoven

Le Chœur de Radio France retrouve le *Wiener Philharmoniker* dirigé par Andris Nelson pour une 9^e *Symphonie* de Beethoven donnée au Théâtre des Champs-Élysées dans le cadre de la célébration des 250 ans du compositeur né à Bonn.



Du 06/06 au 23/07 • *Le Temps retrouvé* une série de 9 concerts en direct de l'Auditorium de Radio France

Une série de neuf concerts donnés par les formations symphoniques de Radio France en direct depuis l'Auditorium pour France Musique et ARTE Concert et dix rendez-vous de musique de chambre sont imaginés à la sortie du premier confinement. L'Orchestre Philharmonique de Radio France et l'Orchestre National de France reprennent le chemin de l'Auditorium de Radio France pour un concert hebdomadaire diffusé en direct sur France Musique et ARTE Concert. Kent Nagano, Daniele Gatti, Daniel Harding, François-Xavier Roth, Leonardo García Alarcón, Pascal Rophé, Renaud Capuçon, Barbara Hannigan et Cristian Măcelaru dirigent des programmes d'une heure, conçus sur mesure, afin de valoriser le répertoire pour instruments à cordes et percussions, d'explorer des partitions plus rares et de donner à entendre quelques découvertes. Les cinq derniers concerts de la série *Le temps retrouvé* ont pu accueillir le public dès le jeudi 25 juin. 3 000 places au prix unique de 10 euros, soit 600 places pour chacun des cinq derniers concerts de la série *Le Temps retrouvé*, ont été proposées au public.



14/07 • Le Concert de Paris célèbre la joie et le bonheur de jouer ensemble

Pour la première fois depuis le mois de mars l'Orchestre National de France, le Chœur et la Maîtrise de Radio France se produisent à nouveau sur scène depuis le Champ de Mars. Le concert diffusé sur France 2 et France Inter rassemble plusieurs millions de téléspectateurs pour un moment intense d'union nationale.

“Viva l'Orchestra a procuré un grand plaisir à notre fils, lui fixant un but à atteindre et générant même le rêve de renouveler l'expérience orchestrale dans le monde réel...

La maman d'un jeune musicien



01/09 • Cristian Măcelaru prend la direction de l'Orchestre National de France

Tout juste arrivé, le chef d'orchestre dirige le concert inaugural le 24 septembre dans un programme Debussy, Saint-Saëns et Rachmaninov avec le pianiste Benjamin Grosvenor.



Septembre • Le mandat de Mikko Franck, à la tête de l'Orchestre Philharmonique de Radio France, est renouvelé

L'Orchestre Philharmonique de Radio France, annonce en septembre 2020 la poursuite de sa collaboration avec son directeur musical Mikko Franck (jusqu'en 2025). Mikko Franck est le directeur musical de l'Orchestre Philharmonique de Radio France depuis septembre 2015.

Décembre • Des concerts pour les fêtes de fin d'année

Après l'annulation d'un certain nombre de concerts pour des raisons sanitaires à partir d'octobre, le Chœur et la Maîtrise chantent à nouveau au mois de décembre. Le 8 décembre, la Maîtrise de Radio France consacre un programme aux femmes pionnières de la musique et le 21 décembre pour le Chœur de Radio France avec Martina Batić. La Maîtrise rejoint également l'Orchestre Philharmonique de Radio France pour l'enregistrement de son concert de Noël (18 décembre).



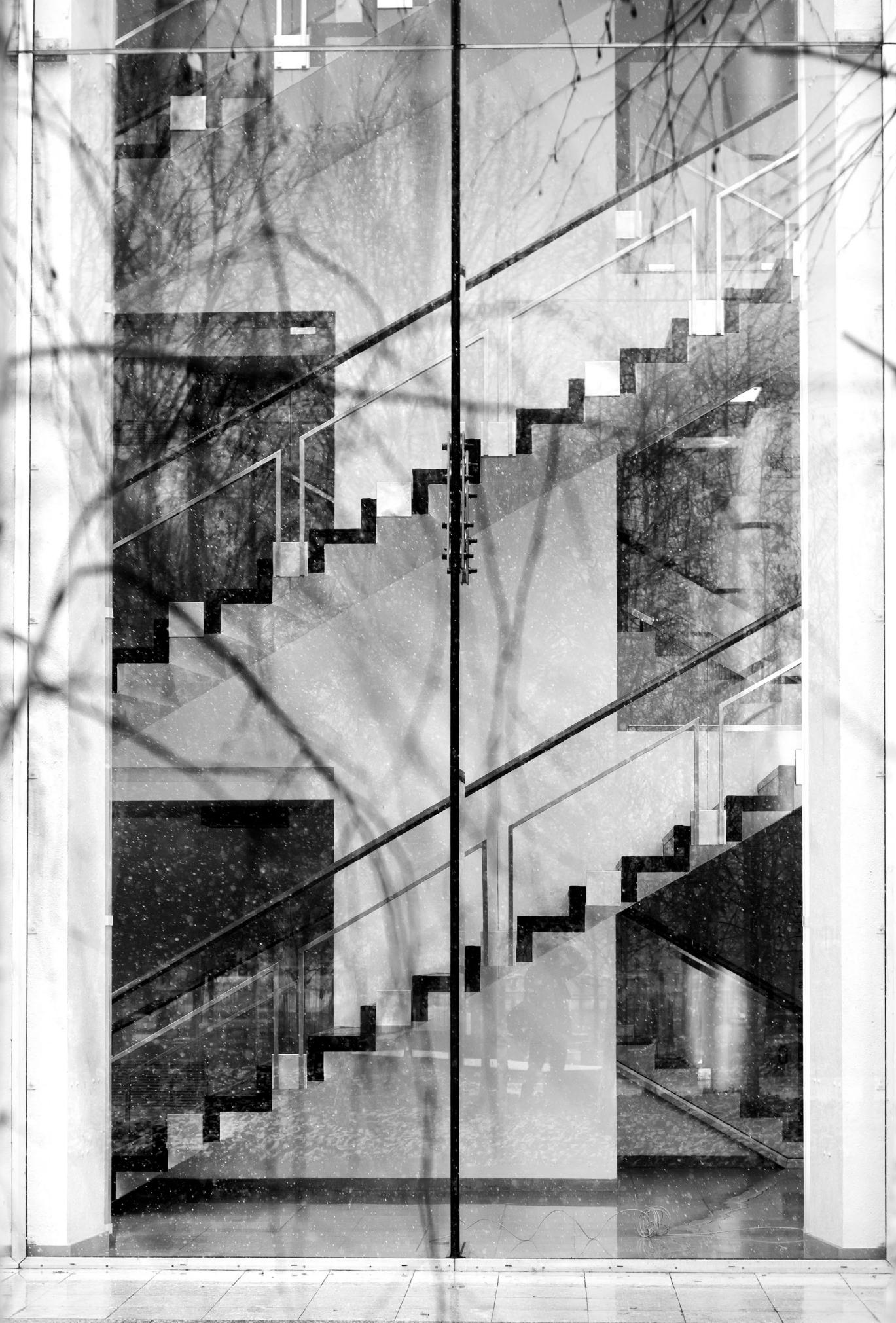
Nous n'irons pas à l'opéra

Sous la direction de Sofi Jeannin, et avec les voix de Charline Vanhoenacker et Alex Vizorek, la Maîtrise de Radio France raconte en musique deux belles histoires, qui sont une invitation à chanter ensemble, autour de deux pièces espiègles et jubilatoires signées Julien Joubert et Gaël Lépingle.



18/09 • Le concert de rentrée met en avant la création avec l'œuvre *Avant les clartés de l'aurore*, une création mondiale de Camille Pépin

Sous la direction de Mikko Franck, les musiciens de l'Orchestre Philharmonique de Radio France jouent, en création mondiale, l'œuvre composée par Camille Pépin. L'Orchestre Philharmonique continue d'affirmer son engagement en faveur de la création d'œuvres d'aujourd'hui comme en témoigne ce concert ainsi que les deux œuvres de Yann Robin créées au cours des concerts des 2 et 3 octobre avec Bertrand Chamayou et Mikko Franck.



L'ENTREPRISE

RADIO
FRANCE

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'Administration définit les lignes générales de l'action de la société dans le respect du cahier des missions et des charges. Il veille à la bonne marche des services et à l'observation des dispositions législatives et réglementaires applicables à la société, ainsi qu'à la qualité des programmes, à l'objectivité et à l'exactitude des informations diffusées, à l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion. Il s'assure de l'application des recommandations et des décisions du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Statuts, article 19, décret modifié du 11 avril 1988.

ADMINISTRATEURS DE RADIO FRANCE EN 2020

Mme Sibyle VEIL, Présidente-Directrice générale
décision CSA du 12 avril 2018

Nommés par le CSA

M. Nicolas COLIN, Président du Comité Stratégique du conseil d'administration

Mme Frédérique PFRUNDER, Présidente du Comité des rémunérations

Mme Michèle REISER, puis Mme Marlène DOLVECK (décret du 07 octobre 2020)

M. Jean-Luc VERGNE, Président du Comité d'audit

Nommés par l'Assemblée nationale et le Sénat

Mme Céline CALVEZ, Députée des Hauts-de-Seine

M. Jean-Raymond HUGONET, Sénateur de l'Essonne

Représentants de l'État

M. Ludovic BERTHELOT, Sous-Directeur de l'Audiovisuel à la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMC) au ministère de la Culture (décret du 03 février 2020)

M. Jean-Marc OLERON, Sous-Directeur chargé de la huitième sous-direction de la Direction du Budget centrale du ministère de l'action et des comptes publics (décret du 7 décembre 2018)

Mme Sylviane TARSOT-GILLERY, Directrice générale de la création artistique au ministère de la Culture (décret du 14 décembre 2018)

Mme Élodie BOULCH, Directrice des Participations adjointe « Services & Finance » (décret du 24 octobre 2019)

Représentants des salariés de Radio France

M. Jean-Paul QUENNESSON, corniste de l'Orchestre national de France
M. Lionel THOMPSON, journaliste à France Inter

Représentante de la Mission de contrôle

M. Jean-Marie BRINON, Contrôleur général économique et financier

COMITÉS SPÉCIALISÉS

Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes de radio France

Ce Comité a été créé en application de la loi du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias et de son décret d'application du 21 mars 2017. Il est composé de cinq personnalités indépendantes nommées pour une durée de trois ans, renouvelable. Les membres de ce Comité sont désignés par le Conseil d'administration de Radio France.

Mme Françoise BENHAMOU, Présidente du Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes ; économiste, spécialiste de l'économie de la culture, des médias et du numérique. Mme Béatrice BOURGEOIS-MACHUREAU, conseillère d'Etat, assesseur à la 2^e chambre de la section du contentieux. M. Antoine GAUDEMEL, professeur de droit, spécialiste de droit des affaires et de compliance. M. Gilles LECLERC, journaliste et président d'une société de conseil en communication. Mme Julie JOLY, Directrice du Centre de Formation des Journalistes (CFJ) depuis avril 2020.

Réunions du Comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes de Radio France en 2019

Les 29/01, 04/06, 08/10 et 19/11.

Réunions du Conseil d'administration en 2020 :

Les 06/02, 27/03, 24/04, 09/07, 09/09, 16/10, 18/12
En raison de la situation sanitaire exceptionnelle, plusieurs CA Extraordinaires ont été organisés en 2020 : les 06/02, 27/05, 05/06, 04/12.

Assemblée Générale mixte de Radio France : le 27/05

Assemblée Générale Ordinaire : le 05/06

Réunions du Comité d'audit, du Comité des rémunérations et du Comité stratégique en 2020 :

Le Comité d'audit s'est réuni aux dates suivantes : 28/01 ; 20/04, 20/05, 29/06 ; 02/09 ; 07/10 ; 11/12

Le Comité des rémunérations s'est réuni aux dates suivantes : 29/06, 11/12

Le Comité stratégique du CA s'est réuni aux dates suivantes : 10/03, 01/07, 02/09, 04/12

CHIFFRES CLÉS

Chiffres arrondis à la décimale supérieure.

Radio France affiche un résultat d'exploitation 2020 en perte de - 9,6 M€ avec un exercice marqué par la crise sanitaire et les conséquences économiques de cette dernière, dans un contexte de réduction globale de la dotation de l'État attribuée à l'entreprise (diminution de 20 M€ entre 2018 et 2022).

Les efforts réalisés au niveau de la maîtrise de la masse salariale, les économies induites par les périodes de confinement et déconfinement progressif et une gestion rigoureuse de nos charges externes ont permis de compenser en partie la diminution de la contribution audiovisuelle publique et la perte de ressources propres ainsi que les dépenses de fonctionnement supplémentaires en lien avec les mesures de protection sanitaire. Malgré le contexte sanitaire en 2020, Radio France a poursuivi la mise en œuvre de son projet stratégique en accélérant le développement de ses projets numériques, d'une part sur les sites et applications (onglets podcasts-direct-recherche,

nouveau player, amélioration du parcours d'écoute, déploiement du compte utilisateur, enrichissement de l'offre webradio, nouveaux services France Bleu...) et d'autre part sur le socle technique au bénéfice de l'ensemble des chaînes.

Radio France a par ailleurs conclu l'accord emploi Radio France 2022. À ce titre, une provision exceptionnelle pour Rupture Conventionnelle Collective est enregistrée dans les comptes, sans impact supplémentaire sur le résultat par rapport à la position du 31/12/2019.

Le chiffre d'affaires de Radio France s'établit à 654,3 M€, en diminution de 3% par rapport à 2019, dont - 5 M€ sur la contribution audiovisuelle publique et - 14,5 M€ sur les ressources propres. La perte de ressources propres porte essentiellement sur les recettes broadcast (partiellement compensées par les recettes publicitaires digitales), sur les pertes de recettes rattachées à la billetterie, aux activités de diversification ainsi que sur les partenariats réciproques.

COMPTE DE RÉSULTAT SIMPLIFIÉ (EN M€)

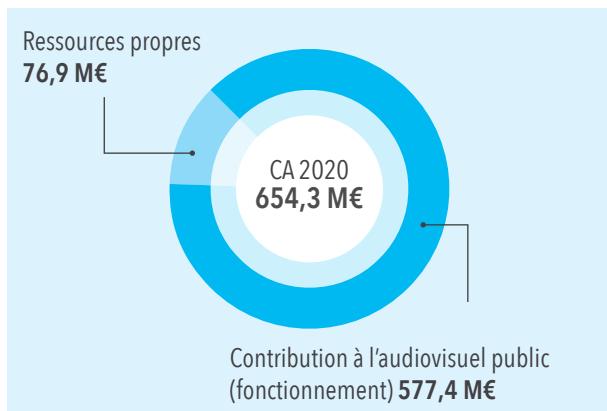
	2019	2020
Contribution à l'audiovisuel public (fonctionnement)	582,4	577,4
Ressources propres	91,5	76,9
CHIFFRE D'AFFAIRES	673,9	654,3
Autres produits d'exploitation	21,3	15,1
Charges d'exploitation	- 709,4	- 694,1
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	- 14,2	- 24,6
dont dotations aux amortissements et provisions nettes des reprises	- 44,5	- 49,9
EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION		
(Résultat d'exploitation - dotations nettes)	30,2	25,3
Résultat financier	0,1	0,0
Résultat exceptionnel	- 3,0	15,0
dont subventions d'investissement virées au compte de résultat	14,9	15,1
Impôt sur les sociétés/CICE	- 1,1	0,0
RÉSULTAT NET COMPTABLE	- 18,2	- 9,6

NB : dans cette présentation, les subventions virées au compte de résultat figurent dans le résultat exceptionnel alors que les amortissements correspondants figurent dans les charges d'exploitation.

MONTANT DE LA CONTRIBUTION À L'AUDIOVISUEL PUBLIC (CAP) REÇUE PAR RADIO FRANCE (EN M€)

	2019	2020
TOTAL CAP REÇUE PAR RF (HT)	592,4	587,4
dont fonctionnement	582,4	577,4
dont investissements	10,0	10,0

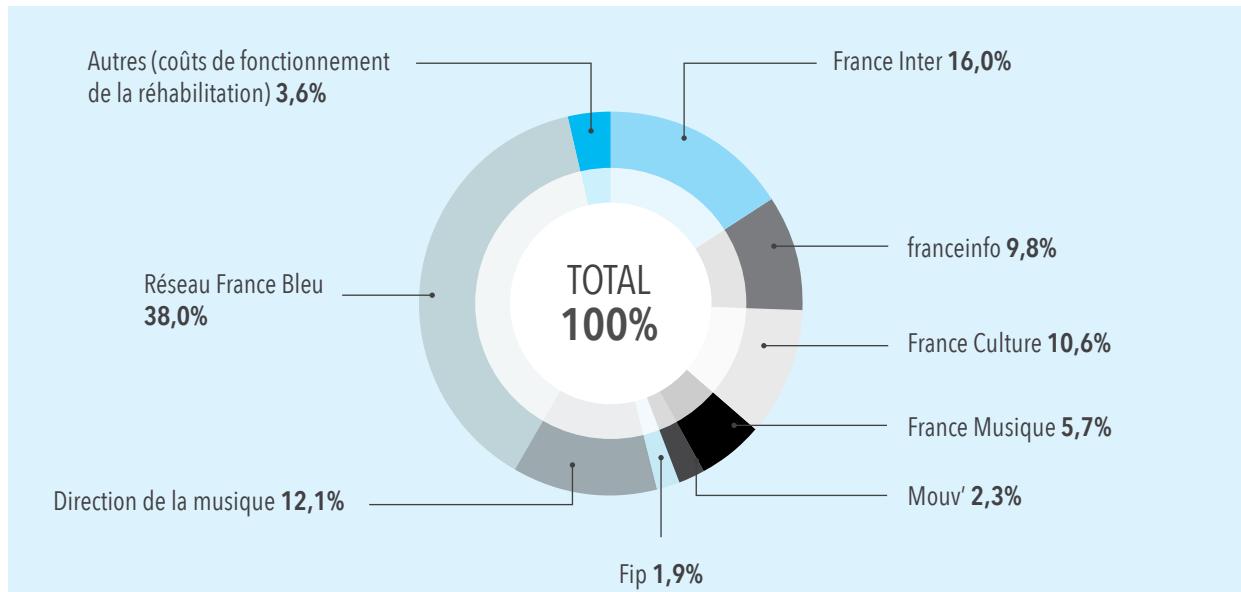
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



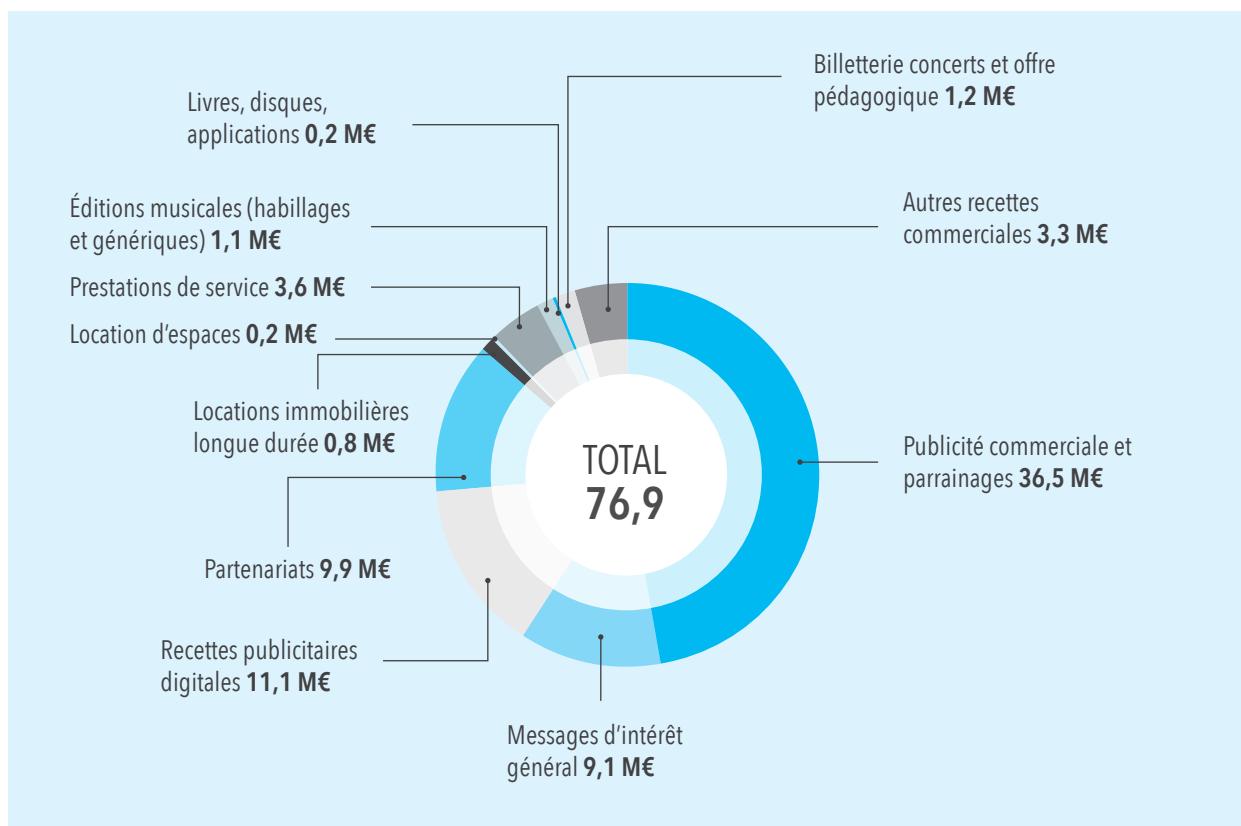
CHIFFRES CLÉS

Chiffres arrondis à la décimale supérieure.

RÉPARTITION DU COÛT COMPLET DES PROGRAMMES (en %)



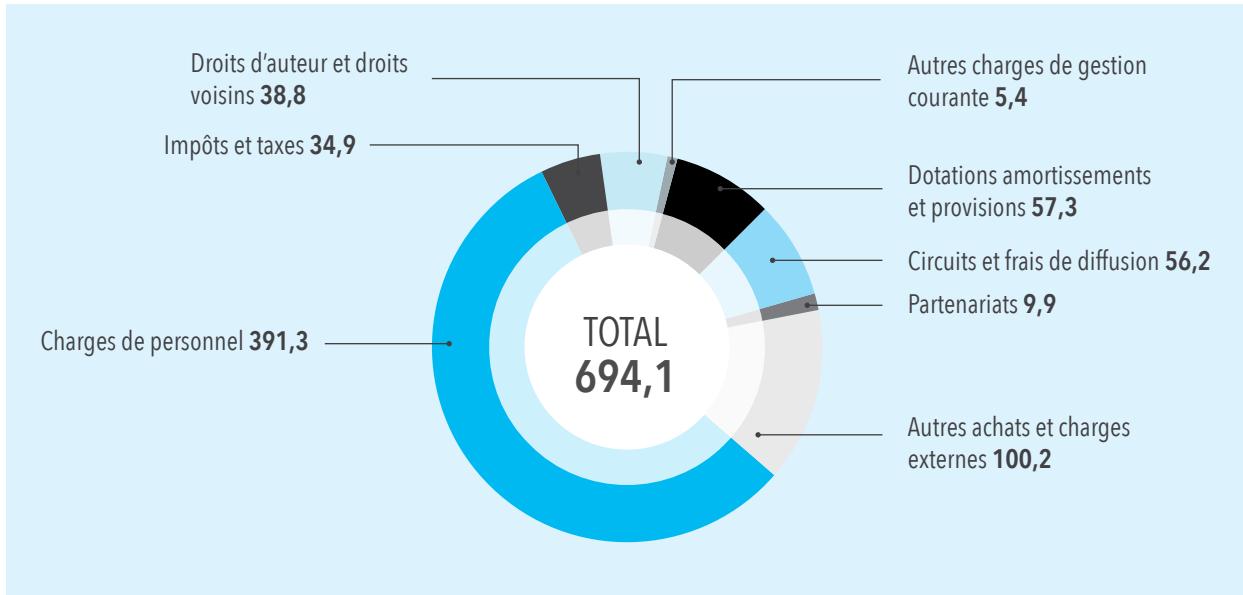
RÉPARTITION DES RESSOURCES PROPRES (en M€)



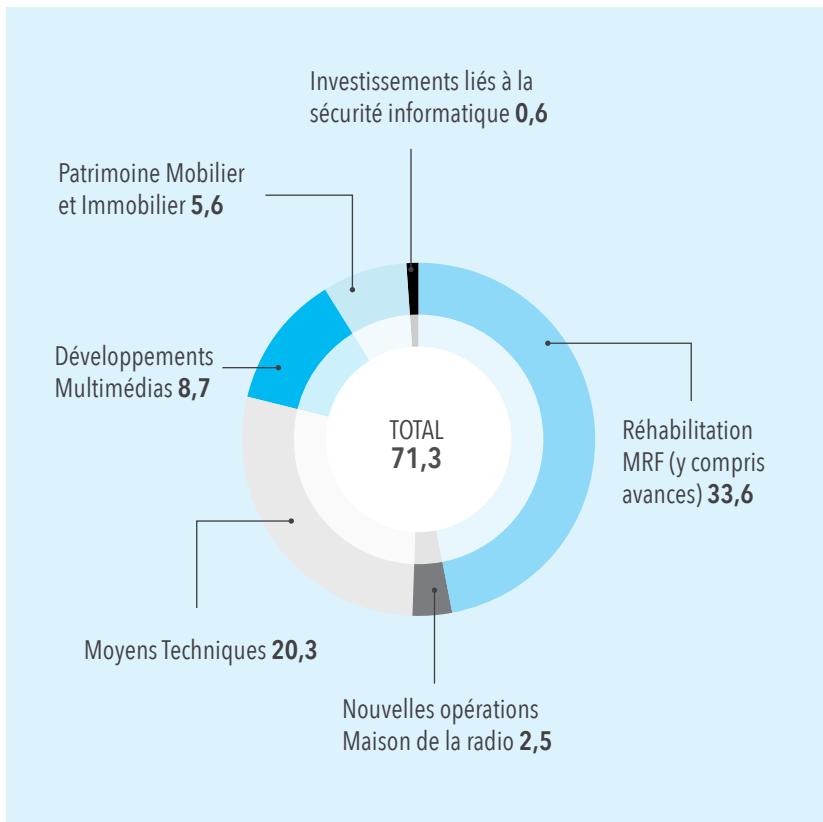
CHIFFRES CLÉS

Chiffres arrondis à la décimale supérieure.

RÉPARTITION DES CHARGES D'EXPLOITATION (en M€)



RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS (en M€)



Les investissements

Radio France a poursuivi son projet stratégique en maintenant un rythme soutenu sur les investissements (71,3 M€ en 2020 contre 58,7 M€ en 2019) que ce soit dans le chantier historique de la réhabilitation (33,6 M€), les développements techniques et SI (Systèmes d'Information) contribuant au projet stratégique de l'entreprise (20,3 M€) et en assurant l'avancée des travaux immobiliers et mobiliers en régions dans les stations locales France Bleu (travaux en vue du déménagement ou de la rénovation de stations locales, matinales filmées etc...).

La trésorerie s'établit à la clôture à +16,1 M€, en diminution par rapport à 2019 compte tenu de l'impact de la crise sanitaire sur les recettes ainsi que des investissements réalisés, et malgré une augmentation de capital de l'État à hauteur de 17,7 M€ libérée et versée en juin 2020.

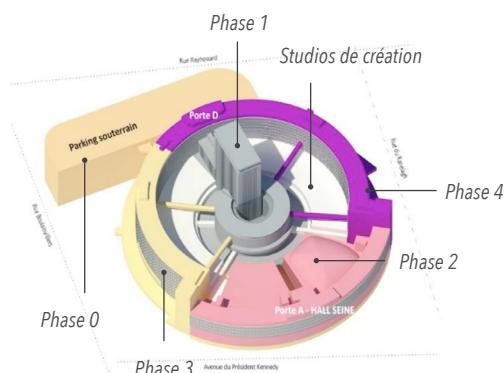
POURSUITE DES TRAVAUX ET PRÉPARATION DU CHANTIER DES STUDIOS DE CRÉATION

Depuis plusieurs années, Radio France a engagé un ambitieux projet de réhabilitation de la Maison de la radio et de la musique.

Engagé en cinq phases pour laisser le bâtiment en fonctionnement et ne pas perturber les ondes, le projet de réhabilitation a pour principaux objectifs :

- d'assurer la mise aux normes de l'édifice en matière de sécurité incendie et d'accessibilité ;
- de préserver les symboles structurants de l'architecture d'origine ;
- de réaliser les transformations nécessaires à la modernisation des espaces et des techniques de radiodiffusion.

En 2020, malgré la crise sanitaire, les travaux se sont poursuivis en dépit de l'arrêt du chantier pendant le premier confinement et de la mise en place de mesures sanitaires strictes. La dernière étape du chantier de réhabilitation, la phase 3 (en jaune sur le schéma), se poursuit donc pour viser un achèvement en 2022.



En complément de ce projet de réhabilitation qui restructure profondément le bâtiment, Radio France décide de rénover ses Studios de Création. Situés au cœur de la **Maison de la radio et de la musique**, ils sont des lieux emblématiques de création sonore depuis plus de 50 ans. Ce chantier dans le chantier est un choix d'avenir : il traduit l'ambition de Radio France de rester un haut-lieu incontournable pour tous les talents.

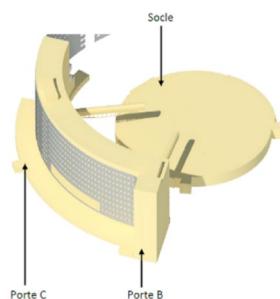
2020, année de la poursuite de la Phase 3 (2019 - 2022)

Cette dernière phase de travaux comprend la réhabilitation de deux principales zones de travaux :

- la grande couronne, classée immeuble de grande hauteur, entre les portes B et D ;
- le socle du bâtiment, situé entre le sous-sol et le 2^e étage, qui comprend les anciens locaux techniques et la création des locaux d'accompagnement indispensables au fonctionnement de la Maison de la radio et de la musique.

Depuis le début des travaux de la Phase 3, le socle constitue un

véritable défi technique car le cheminement des réseaux qui s'y trouvent est un réel point de complexité. En effet, l'ensemble des anciens réseaux doivent être enlevés, tout en assurant le maintien en exploitation des réseaux récents, indispensables au fonctionnement de la maison ronde, mais qui doivent parfois être déplacés.



Si une partie de ce qui a été réalisé en 2020 n'est pas visible des collaborateurs, il n'en demeure pas moins que c'est un travail indispensable qui assure la sécurisation des chantiers en termes administratifs, financiers et techniques. Bien sûr, une autre partie de ce qui a été réalisé est visible, comme l'achèvement du curage des 5 000 m² de surfaces utiles du socle ou la pose des deux dernières passerelles (B et C).

Covid-19 : quel impact sur le chantier ?

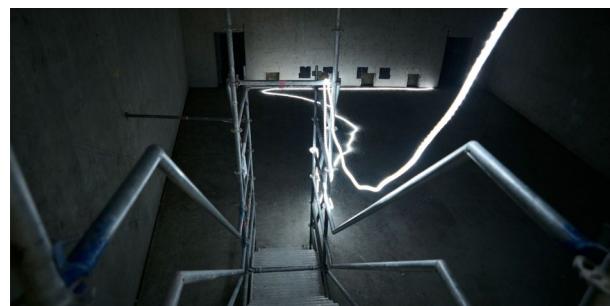
Le chantier de réhabilitation a été suspendu du 16 mars au 18 mai 2020. L'application des mesures de sécurité sanitaire édictées par l'Organisme de prévention du bâtiment et des travaux publics (OPPBTP) ainsi que les impacts directs de la Covid-19 ont eu des conséquences importantes sur :

- l'ordonnancement, le pilotage et la coordination actuels du chantier ;
- la poursuite des études de synthèse ;
- la trésorerie des entreprises et de leurs sous-traitants.

En 2020, le travail réalisé sous le pilotage de la Direction de la Réhabilitation a permis d'actualiser le planning. Celui-ci tient non seulement compte des conséquences de la situation sanitaire, mais également des complexités rencontrées pendant le chantier, notamment l'imbrication des réseaux dans le socle (télécom, électricité, plomberie, etc.). À ce jour, sous réserve des nouveaux aléas engendrés par la situation sanitaire, le chantier de réhabilitation doit se terminer fin 2022.

Objectif 2023 : le projet « Retrouvailles, on rentre à la Maison ! »

Parce que la fin du chantier de réhabilitation approche, le moment tant attendu par les collaborateurs de se projeter à nouveau tous



ensemble dans la maison ronde approche. Actuellement, en raison des travaux, certains collaborateurs sont en effet installés en dehors de la Maison de la radio et de la musique. C'est avec fierté que la Direction de la Réhabilitation participe au groupe de travail du projet *Retrouvailles*, aux côtés de la Direction de l'Établissement ainsi que de la Direction Technique et des Systèmes d'Information (DTSI). Le projet se terminera par les emménagements de toutes les antennes et directions dans la maison ronde, qui devraient commencer à partir de début 2023.

Les aménagements

En parallèle de la réhabilitation et de la poursuite de la conception des Studios de Création, la Direction de la Réhabilitation pilote divers projets d'aménagement de la Maison de la radio et de la musique.

La cafétéria du personnel

Lieux emblématiques de la création avant-gardiste française d'après-guerre, les foyers de la Maison de la radio et de la musique renouent avec leurs parts pris d'origine pour redevenir des espaces d'échange, de partage et de convivialité. Mi-2021, le foyer E accueillera ainsi la cafétéria du personnel qui se trouve actuellement dans l'agora.

Les 5^e et 6^e étages de la petite couronne

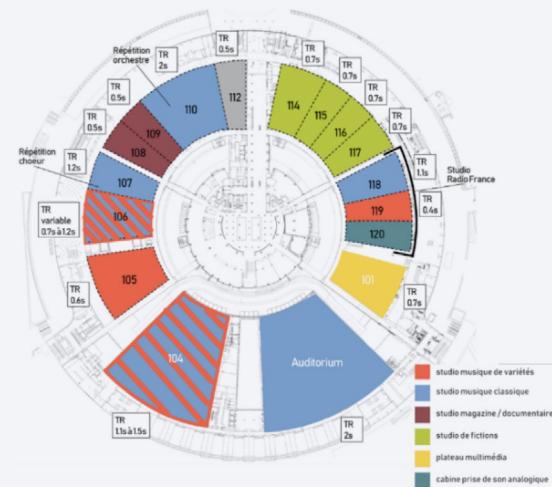
Ce projet a pour objectif de remanier les moyens radiophoniques et les espaces partagés de la petite couronne qui avaient été désaffectés à la suite d'un sinistre. Les travaux dureront jusqu'au 1^{er} trimestre 2022. Un important travail de concertation a été réalisé ces dernières années, en particulier avec la DTSI (Direction Technique et des Systèmes d'Information), pour une adaptation optimale du programme aux besoins de production mutualisés de Radio France. Comme pour la cafétéria, l'année 2020 a permis de terminer les études de conception ainsi que la consultation des entreprises. Les premiers travaux ont débuté en décembre 2020.

Des projets à caractère patrimonial en études

Malgré la Covid-19, les travaux ont pu débuter en décembre 2020 par la restauration de la mosaïque de Gustave Singier, *L'espace et la danse*. Livrée en 1964, cette œuvre d'environ 60m² est inscrite au titre des Monuments historiques, de même que le foyer qui l'accueille. La Maison de la radio et de la musique est inscrite au titre des Monuments historiques depuis 2018. La Direction de la Réhabilitation pilote également des opérations de rénovation patrimoniale. Elles concernent notamment la rénovation des escaliers Chambord, la restauration du sol en pierre au pied des façades vitrées du hall Seine, ou encore l'aménagement du foyer F d'après Pierre Paulin. À la suite des études réalisées en 2020, ces travaux débutteront progressivement à partir de l'été 2021.

Le projet des Studios de Création (2018 - 2025)

Le projet des Studios de Création porte sur la rénovation de studios aux multiples usages situés à l'intérieur de la grande couronne, entre les portes B et F. Lancé en 2016, il vient compléter le projet de Réhabilitation et traduit l'ambition de Radio France en matière de création sonore. Le chantier concerne quatorze studios existants :



Afin d'optimiser le planning de l'opération et de limiter les nuisances inévitables d'un chantier, la fermeture des studios s'est faite de manière progressive dès la fin 2018 jusqu'à la fin 2020. Des moyens de substitution ont par ailleurs été proposés aux utilisateurs pour ne pas perturber l'activité.

En mai 2020, à la suite des études de projet menées en lien étroit avec la Direction Technique et des Systèmes d'Information, la consultation des entreprises de travaux a été lancée sous forme de dialogue compétitif. L'achèvement de la procédure est prévu mi-2021. La crise sanitaire a eu un impact de 2 à 3 trimestres sur le calendrier et reporté le démarrage des travaux de gros œuvre à fin 2021.

Les futurs studios ont été présentés à travers une exposition qui s'est tenue physiquement dans la maison ronde et virtuellement sur le web (radiofrance-perspectivesdavenir.com). La présentation des studios tels qu'ils seront à la fin des travaux a permis à chaque visiteur de se projeter dans ces futurs lieux de création.

UNE ANNÉE CHARNIÈRE POUR LA POLITIQUE DES RESSOURCES HUMAINES

Dans un contexte sanitaire hors-norme, la Direction des ressources humaines s'est mobilisée en 2020 pour relever un double défi : accompagner l'ensemble des salariés dans leur quotidien et leurs activités profondément bouleversées par la Covid-19, et préparer l'avenir en anticipant l'évolution des compétences et des métiers. Toutes les actions engagées par la DRH en ce sens, l'ont été dans le cadre d'une démarche de dialogue social équilibré et responsable impliquant les salariés, les managers et les organisations syndicales.

Des équipes RH mobilisées pour garantir la protection des salariés pendant la crise

Dès le début de la crise, Radio France a pris des mesures exceptionnelles de soutien à l'ensemble de ses salariés, notamment pour ses collaborateurs réguliers pigistes, en CDD et CDD-U dont la situation financière pouvait être particulièrement fragilisée afin de garantir leur rémunération, quelle que soit leur capacité à travailler effectivement dans ce contexte.

De leur côté, les équipes du service paie et de la Direction financière se sont mises en ordre de marche afin que chaque salarié puisse recevoir sa paie dans les délais habituels, tout en poursuivant leurs travaux de modernisation des outils et processus de paie en vue de gagner en efficience. La DRH a ainsi déployé largement la digitalisation du bulletin de paie, désormais accessible par chaque salarié sur un coffre-fort électronique, et préparé la refonte du SIRH, prévue en janvier 2022.

Tout au long de cette période, dans le cadre d'un dialogue social renforcé, l'entreprise a porté une attention particulière à la prévention des risques sanitaires et psychosociaux liés à la crise et s'est organisée, dès l'activation du Plan de continuité d'activité, pour mettre en place des dispositifs de soutien aux salariés. La Médecine du travail a également joué un rôle clé dans cet objectif. Tous les salariés malades ou présentant des symptômes suspects ont pu bénéficier de consultations à distance par téléphone. Un service d'assistance psychologique a également été proposé aux salariés.

Parallèlement, pour aider les managers et les équipes à organiser leur travail à distance, une charte du travail à distance en situation de crise, conçue à partir des retours d'expérience des salariés et en concertation avec les organisations syndicales, a été mise à la disposition de l'encadrement, ainsi qu'un guide sur le management à distance dans la durée. Elle constitue une première étape vers les négociations avec les partenaires sociaux prévues en 2021 sur les modalités de mise en œuvre du télétravail à Radio France.

Dispositifs de protection, organisation et accompagnement

La DRH a proposé aux salariés de partager leur expérience et leur ressenti pendant la crise sanitaire dans un questionnaire en ligne auquel ont participé plus de 1 000 collaborateurs, accordant une moyenne positive de 7,1/10 sur la façon dont Radio France s'est adaptée à la période de crise. Les réponses révèlent des points forts sur des domaines prioritaires de gestion de crise (sécurité, stratégie de l'entreprise, communication interne, perception des mesures sociales prises et dispositifs de solidarité). Les enseignements sont précieux pour identifier des pistes de progrès qui constituent des axes de travaux prioritaires pour la DRH en 2021 : qualité de vie, organisation du travail et accompagnement de la gestion de l'activité des salariés.

La qualité de vie au travail, le socle d'un nouveau pacte social

Au-delà du soutien apporté aux salariés pendant la crise, Radio France a poursuivi les actions engagées en 2019 pour renforcer durablement la politique de prévention des risques professionnels et favoriser la qualité de vie au travail conformément à l'accord signé à la majorité des syndicats représentatifs en octobre 2019. L'entreprise a ainsi initié une démarche collective pour prévenir les risques psychosociaux à travers un comité de pilotage paritaire réunissant la direction, les organisations syndicales représentatives et la médecine du travail. La prestation a été confiée à un cabinet extérieur indépendant, le cabinet Cegape. La première étape a consisté à réaliser un état des lieux sur la façon dont les salariés vivent leurs conditions de travail. Une deuxième étape a démarré au cours du 1^{er} trimestre 2021 avec la mise en place de groupes d'échanges, en vue de bâtir et déployer des plans d'actions en 2021. En parallèle, des parcours e-learning sur la prévention



des risques psychosociaux et la qualité de vie au travail ont été proposés aux managers, préalablement au développement des modules spécifiques qui sont proposés en 2021 sur la prévention du harcèlement sexuel, moral et des agissements sexistes.

Enfin, le dispositif de traitement des alertes a été élargi à toutes les situations de travail dégradées afin d'assurer la sécurité et le bien-être des salariés.

Un accord sur l'emploi structurant pour préparer l'avenir

L'accord emploi 2022 est signé par la direction avec 5 organisations syndicales représentatives sur 6, le 1^{er} octobre 2020. Cet accord est l'aboutissement d'un dialogue social équilibré et responsable. Il permet des avancées sociales importantes tout en donnant les moyens à Radio France d'accompagner ses évolutions. L'accord prévoit 340 départs volontaires d'ici décembre 2022 dont plus de la moitié seront remplacés, et 271 embauches, dont au moins 70% seront proposés à des salariés non-permanents. Ce nombre élevé de recrutements traduit l'engagement de Radio France à réduire la précarité au regard des difficultés actuelles du secteur et de s'appuyer sur les compétences internes de ses collaborateurs pour réussir ses projets d'avenir.

En 2020, Radio France crée les conditions pour permettre la mise en œuvre de cet accord inscrit dans une démarche de gestion des emplois et des parcours professionnels dynamique. Les équipes de la DRH renforcent également leurs actions pour favoriser le développement professionnel des salariés. Celles-ci portent par exemple sur la formation, avec la mise à disposition à l'ensemble des salariés d'un nouveau portail d'apprentissage en ligne E-CAMPUS – auquel se sont connectés, dès son lancement, plus de 1 000 salariés – de nouveaux outils de suivi des parcours professionnels et la promotion de la mobilité interne qui sont encore intensifiés en 2021. Une importante démarche d'accompagnement managérial, visant à faire évoluer les pratiques et développer une culture managériale en particulier dans le contexte de transformation actuel, a été initiée en 2020 pour un déploiement en 2021.

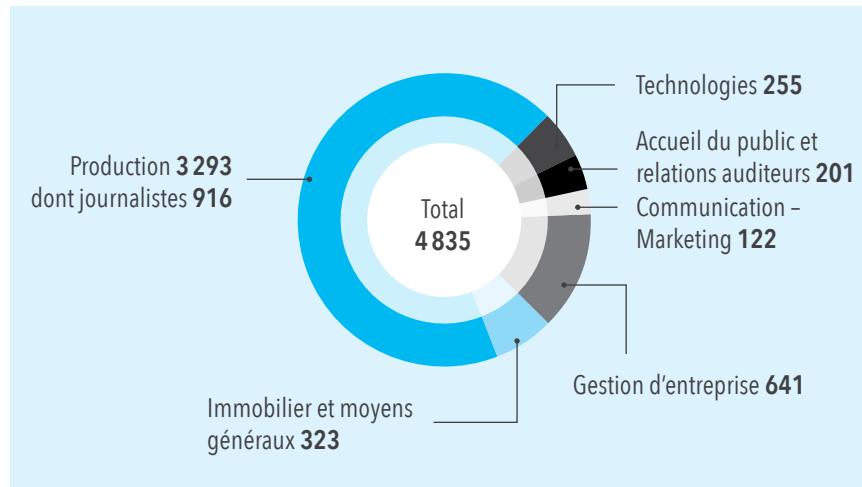
Un nouvel élan en faveur de la diversité et de l'égalité des chances :

Dans cette année hors-norme, sous l'impulsion du Comité Égalité 360° et de la délégation à l'Égalité des chances, Radio France a amplifié ses actions en faveur de la représentation de la société française dans toutes ses composantes. L'ambition : faire de l'égalité un réflexe partagé par tous, à tous les niveaux, dans toutes les pratiques et pour tous : les salariés dans l'exercice quotidien de leurs métiers, les auditeurs à l'écoute des 7 antennes, et les publics des concerts et activités artistiques et pédagogiques. Cet engagement d'entreprise s'est traduit par le lancement, à la fin de l'année 2020, du programme Égalité 360° qui recense une soixantaine d'actions organisées selon 15 leviers structurants à enclencher d'ici 2023 et engage l'ensemble des entités de l'entreprise. La lutte contre les discriminations et le harcèlement sexuel, les agissements sexistes figure parmi les priorités. Radio France intensifie ses actions visant à libérer la parole et déploie un large programme de formation et de sensibilisation de l'ensemble de ses salariés à Paris et en région. L'entreprise renforce aussi son dispositif de traitement des alertes sur toute situation de harcèlement et de reporting sur les enquêtes. En parallèle, elle a également poursuivi ses efforts en faveur de la parité et de l'égalité femmes / hommes, notamment salariale. L'entreprise s'est à nouveau résolument engagée en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap, en négociant un nouvel accord triennal en faveur de l'insertion professionnelle et du maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap signé à l'unanimité des organisations syndicales représentatives en janvier 2021.

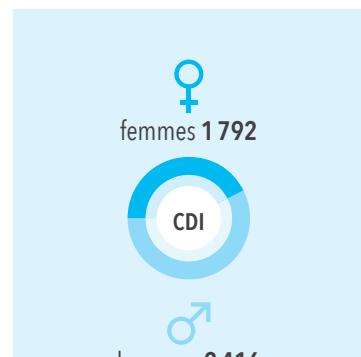


EFFECTIFS PRÉSENTS LE 31/12/2020 PAR ACTIVITÉ

Effectifs CDI+CDD+alternants



Effectifs CDI+CDD+alternants présents au 31/12/2020



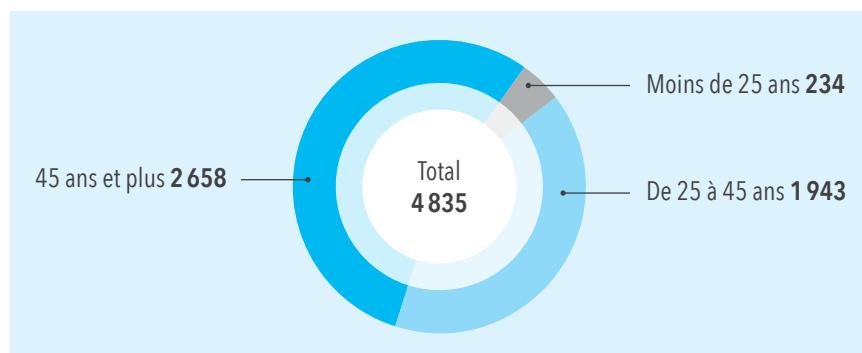
EFFECTIFS MENSUELS MOYENS PAR CONTRAT

L'effectif moyen mensuel prend en compte le temps de présence des personnes dans l'entreprise au cours de l'année.



EFFECTIFS PRÉSENTS AU 31/12/2020 PAR ÂGE

Effectifs CDI+CDD+alternants



GOUVERNANCE

Après deux années marquées par un nouveau projet stratégique « Radio France 2022 », des audiences record et un taux de remplissage sans précédent de ses salles de concerts, l'accord Emploi 2022 signé en octobre 2020, une très forte accélération de sa stratégie numérique et d'innovation, mais aussi une crise sanitaire hors normes dans laquelle l'entreprise et ses salariés ont démontré à la fois leur responsabilité et leur engagement de service public, une nouvelle phase s'ouvre avec de nombreux projets ambitieux à mener pour l'avenir de Radio France.

Il était nécessaire de faire évoluer la gouvernance de Radio France et de l'adapter à cette nouvelle ambition. Cette nouvelle gouvernance élargie traduit l'état d'esprit collectif dans lequel Radio France poursuivra la mise en œuvre des priorités stratégiques de l'entreprise dans les prochaines années.

Celle-ci s'organise désormais autour de 3 comités :

LE COMITÉ EXÉCUTIF

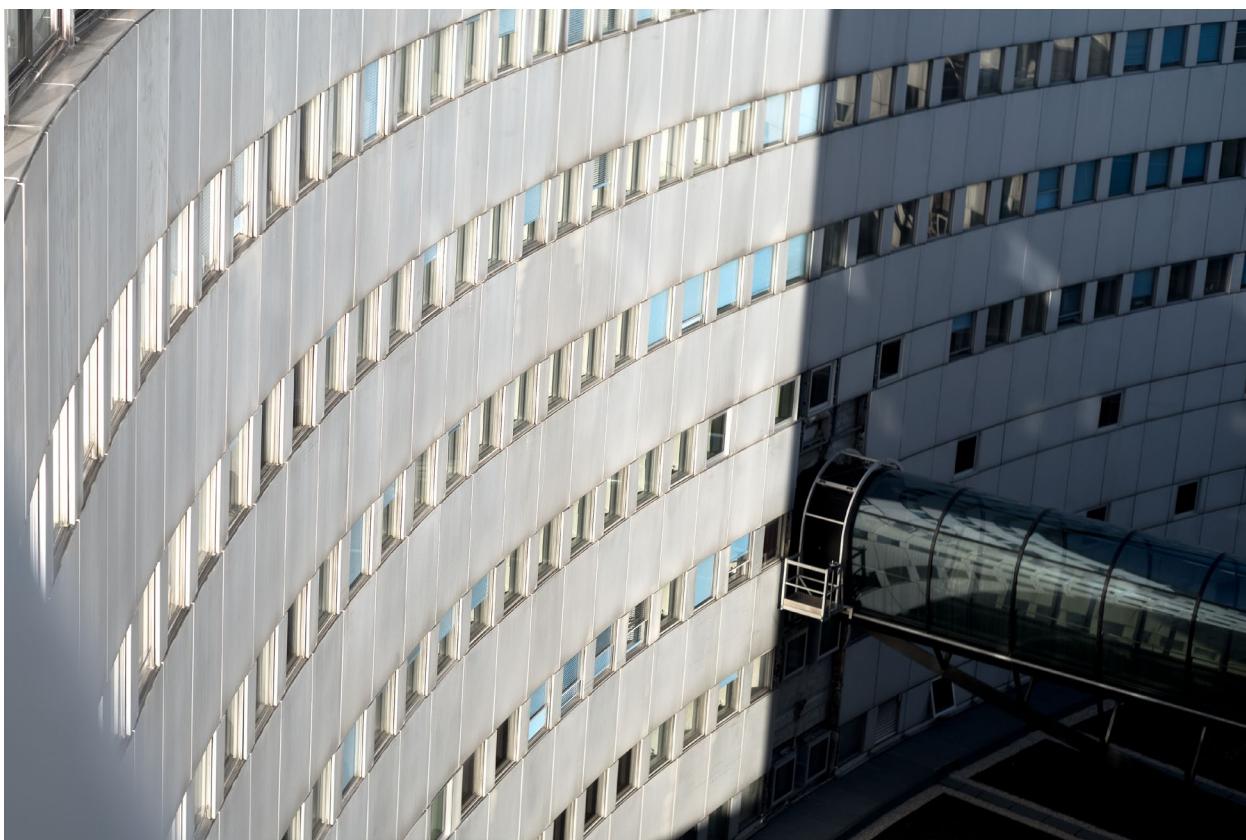
lieu de décision sur les sujets stratégiques majeurs pour l'entreprise.

LE COMITÉ DE DIRECTION RADIO ET DE MUSIQUE

qui est représentatif de la richesse des activités et des métiers de Radio France.

LE COMITÉ DE DIRECTION

qui assure le suivi de la transformation de l'entreprise et sa déclinaison opérationnelle.



LES INSTANCES DE GOUVERNANCE

Mai 2021



PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE
Sibyle VEIL

COMITÉ DE DIRECTION

COMITÉ EXÉCUTIF



Direction des antennes et de la stratégie éditoriale
Dana HASTIER



Direction de la musique et de la création
Michel ORIER



Directrice générale adjointe, en charge des moyens et des organisations
Marie MESSAGE



Secrétariat général
Xavier DOMINO



Direction du numérique et de la production
Laurent FRISCH



Directeur de l'information et des sports
Vincent GIRET



Direction des ressources humaines
Catherine CHAVANNERIE



Direction des marques et du développement
Cécilia RAGUENEAU



Direction de la communication et des relations publiques
Catherine DOUMID



Directeur de France Bleu
Jean-Emmanuel CASALTA



Direction de la distribution et des projets stratégiques
Jean-Michel KANDIN



Direction des finances
Matthieu AMIOT



Direction des antennes et de la stratégie éditoriale
Dana HASTIER



Directeur de franceinfo
Jean-Philippe BAILLE



Directrice de Fip
Bérénice RAVACHE
Missionnée au sein du COMEX pour la mise en œuvre du projet d'entreprise



Direction du numérique et de la production
Laurent FRISCH

COMITÉ DE DIRECTION

COMITÉ DE DIRECTION RADIO ET MUSIQUE



Direction de la musique et de la création
Michel ORIER



Directeur de l'information et des sports
Vincent GIRET*



Directrice de France Inter
Laurence BLOCH



Directeur de France Bleu
Jean-Emmanuel CASALTA



Directrice de France Culture
Sandrine TREINER



Directeur de France Musique
Marc VOINCHET



Directeur de Mouv'
Bruno LAFORESTRIE



Directeur musical des antennes
Didier VARROD



Directrice générale adjointe, en charge des moyens et des organisations
Marie MESSAGE**



Secrétariat général
Xavier DOMINO***



Direction des marques et du développement
Cécilia RAGUENEAU



Direction de la communication et des relations publiques
Catherine DOUMID



Directeur des personnels de production
A.TONOLO



Directrice de la réhabilitation
S.GUENIN



Directeur de la technique et des systèmes d'information
P.FASSO



Direction du développement social
A. DE GALZAIN



Directeur de l'établissement
T.MOURI



Directrice des affaires juridiques et déléguée à la protection des données personnelles
F.RIETY



Directeur de la documentation
J.PAUCHET



Directrice en charge de la mission d'accompagnement de la transformation
C.BOYER



Directrice de la production et des antennes
M.SANGOUARD

* Vincent GIRET, précédemment Directeur de franceinfo, a été nommé, à compter du 1^{er} janvier 2021, Directeur de l'information et des sports.

** Marie MESSAGE a été nommée, à compter du 1^{er} janvier 2021, Directrice générale adjointe, en charge des moyens et des organisations, et pilote, en plus de ses précédentes attributions, la mission d'accompagnement à la transformation.

*** Xavier DOMINO, Secrétaire général, coordonne, depuis le 1^{er} janvier 2021, la politique RSE de l'entreprise.

Sous la direction de Catherine Doumid et d' Adeline Cornet

Coordination et production éditoriale

Anthony Bacou

Conception graphique

Studio Laëtitia Gauroy

Entretiens

Propos recueillis par Hélène Faure

Impression

Centre de regraphie de Radio France

Crédits iconographiques

Photographies de Christophe Abramowitz / Radio France

Visuels graphiques réalisés par l'Atelier Graphique / Radio France
et, pages intérieures, de gauche à droite :

p.8 © Adobe Stock - p. 9 © DR - p.10 © DR - p.12 © Adobe Stock - p.14 © DR - p.16 © Adobe Stock -
p. 20 © Adobe Stock - p.21 Dessin Je suis charlie : © Joachim Roncin - p.25 © Adobe Stock - p. 28 France Musique
en cuisine : © Clément Rochefort - p.47 Terre au Carré © Marion Glémet

Maison de la radio et de la musique : AS Architecture-Studio, Gaspard Joly, Jean-François Bonne.

Architecte de la Maison de la radio et de la musique : Henry Bernard.

