

L'animation – codes et originalité

A propos des codes

Si la programmation est le nerf de la guerre, l'animation essentielle, et le concept primordial, il est un élément à géométrie sonore variable qui signe durablement et de manière incontournable votre antenne : l'habillage. Celui inclut -entre autres - les jingles, les promotions, les speaks, ou encore tout autre "fantaisie" non-musicale.

On pourrait citer quelques jingles "types" mais il serait dommage de limiter l'idée, de la cloisonner et d'ensevelir votre imagination sous monceaux de règles préexistantes.

Certes, les radios FM ont préétabli des codes auditifs et des genres, des systématiques. Cependant, la question essentielle à se poser est :

Qu'est-ce que votre radio apporte de plus aux auditeurs que la FM ?

En quoi votre radio sera différente à leurs oreilles, que viendront-ils chercher de plus ? Plus vous "collerez" aux codes, plus votre radio risque d'être "noyée" dans la masse et, surtout, moins ils pourront vous identifier de manière distincte. Le but étant de parvenir à une réflexion de type "Je sais exactement ce que j'écoute, quelle radio et pourquoi je l'aime".

Rendre votre radio différente

Au fond, vous avez tout à gagner à user d'un peu d'originalité et d'éloignement du ton "habituel". L'avantage de la radio en ligne est que vous pouvez sans problème sortir des sentiers battus, explorer de nouvelles voies.

Une des craintes principales est souvent de ne pas paraître "pro". Pourtant la seule règle à respecter est un son "propre" et audible : pas de saturation, pas de souffle, pas de bruits parasites, normalisation et compression... De plus, un auditeur de radio en ligne ne cherche pas forcément un son siglé "entendu partout" mais probablement plus de proximité, ce qu'un son trop lisse ou froid n'amène pas forcément.

En dehors de ça, toutes les voies restent à explorer. Quel habillage va faire 'Tilt !', va faire que votre auditeur vous identifiera et aimera votre radio, non seulement pour la programmation, mais également pour ce plus qu'est l'ambiance ?

Adapter votre programmation à votre radio et non l'inverse

Si vous possédez, par exemple, une radio "hits" ou "pop rock", vous avez de grandes chances pour que votre antenne diffuse des morceaux "entendus partout".

En revanche, si vous modelez cette programmation en fonction de l'"ambiance" que vous souhaitez donner, tout de suite, celle-ci va prendre du relief, être mise en valeur, sonner différemment aux oreilles de votre auditeur.



Vous y mettez de l'humour ? Un morceau de Lara Fabian derrière donnera une sensation de contraste, interpellera. Ou bien au contraire, un morceau de Bobby Lapointe, et là vous rendrez une ambiance gaie... Bref, le jingle/speak/promotion est essentiel pour donner le ton de votre émission et du caractère à votre radio. Attention bien sûr à ne pas en faire trop et à perdre votre auditeur dans les méandres des contrastes.

Par ailleurs, varier les ambiances selon l'heure de la journée, permettra également de mieux identifier votre grille d'émissions... et fidéliser.

En pratique

De manière pratique, quelques règles à suivre pour justement ne plus les suivre (vous suivez ?)

- Soignez votre écriture, ne vous contentez pas d'un "Just Hits, le meilleur du hit", soyez percutant, sortez du lot, marquez l'esprit de votre auditeur. Siglez votre radio d'un "Pas entendu partout" intelligible.
- Fuyez l'uniformisation, faites comme vous le ressentez, comme vous aimeriez l'entendre et non comme 'il faudrait que cela soit'.
- Accompagnez vos auditeurs, faites des speaks simples, même sans fond musical, pour orienter les auditeurs, leur dire ce qu'ils vont entendre, quelle émission ils écoutent, etc... Ou bien ne le faites pas et parlez d'autre chose, mais exprimez-vous !
- Ne cherchez pas forcément la complexité, être percutant ne veut pas dire accumuler les effets sonores mais être écouté, et pas seulement entendu, par l'auditeur.
- Cassez le rythme. Lorsqu'on écoute une radio musicale, on se laisse bercer. Donc, si votre habillage est sur le même ton ou le même rythme que la musique, vous perdez en impact, votre message sera noyé.

En résumé

Cherchez, innovez, laissez courir votre imagination... Et surtout ne vous limitez pas à ce que vous avez déjà entendu ailleurs.

Surprenez vos auditeurs, ils ne vous oublieront pas de sitôt.