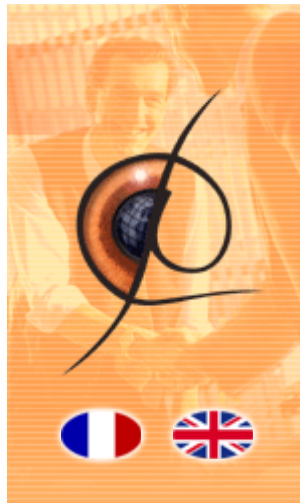




www.market-in-mind.com

Welcome to your online marketing community
Bienvenue dans votre communauté marketing en ligne

Site réalisé par:
Julien DAHAN

j.dahan@toulouse-business-school.org

Fiche de poste

Nom Claude Paichard

Poste Directeur de l'information

Société Sud Radio

Le métier Le directeur de l'information décide du contenu de l'information avant sa diffusion à l'antenne. Il doit également gérer une équipe de journalistes, c'est à dire coordonner le travail des présentateurs, reporters et animateurs en définissant leurs missions au quotidien.



La société, le secteur

Sud Radio est une radio généraliste de catégorie B, ce qui signifie qu'il s'agit d'une radio commerciale régionale indépendante qui peut légalement couvrir un bassin de population allant jusqu'à 6 millions d'habitants. Créée en 1966, Sud Radio appartenait alors à la SOFIRAD, Société Financière de Radiodiffusion. En 1988 elle est privatisée avec pour principaux actionnaires les laboratoires Pierre Fabre, RTL et la Dépêche du Midi (avec respectivement 70%, 20% et 10% du capital). En 2005 Sud Radio est cédée au groupe START, holding de radios indépendantes dont le siège est basé à Orléans. Les locaux de Sud Radio se trouvent à Toulouse, mais la radio possède des correspondants sur Bordeaux, Pau, Montpellier et Perpignan. Elle diffuse aujourd'hui dans les régions Midi Pyrénées, Aquitaine et Languedoc Roussillon, et donne priorité aux émissions et à l'information. Le slogan adopté depuis 2005 traduit bien cette volonté de positionnement : "*Sud Radio... show et infos*".

Quelques chiffres (l'industrie, fourchettes de salaire, etc...)

Entre 50 et 60 personnes travaillent à Sud Radio : journalistes présentateurs, journalistes reporters, animateurs, ou encore assistants de rédaction et d'antenne. La direction générale compte un président (Bertrand de Villiers), un président délégué (Jean Eric Valli), un directeur de l'information (Claude Paichard) et un directeur d'antenne (Jérôme Deloveau). La radio est financée à 100% par les annonceurs : il y a 7 minutes de publicité par tranche de 1/2 heure. Médiamétrie gère les relevés d'audience à 5 reprises dans l'année. Au dernier relevé, Sud Radio a réalisé 1.2% d'audience cumulée (chiffres nationaux), qui est un résultat très satisfaisant. Les salaires sont variables, dépendants de l'ancienneté de la personne et de la fonction qu'elle occupe dans la structure; cela peut varier de 1200 euros pour un débutant, à plus de 4000 euros pour un journaliste/animateur chevronné occupant un poste à responsabilité.

Le métier

On ne devient pas directeur de l'information d'une radio, qu'elle soit régionale ou nationale, sans avoir une solide expérience professionnelle derrière soit. Une dizaine d'années de pratique dans le domaine de la radiophonie en qualité de journaliste/animateur et une très bonne capacité à gérer une équipe de travail font partie des minimas requis pour accéder à ce type de poste. Le directeur de l'information est donc avant tout un journaliste chevronné, qui a sous sa responsabilité présentateurs et reporters de la rédaction. Il exerce un travail de coordination entre ses différentes équipes et est responsable des décisions sur le contenu de l'information : sous quel angle l'actualité sera traitée, notamment à travers les reportages et les grands sujets quotidiens. C'est donc un poste à responsabilité, car il est garant de l'exactitude des informations diffusées par la station.

Un jour dans la vie de...

Il serait difficile de transcrire une journée type dans la vie d'un directeur de l'information, car celle-ci est soumise aux aléas de l'actualité quotidienne. Nous pouvons cependant faire ressortir les moments-clé d'une journée de travail.

Claude Paichard arrive tôt à Sud Radio : à 7h du matin, vous pourrez déjà le croiser à son bureau, au téléphone ou sur son ordinateur, en train de s'informer sur l'actualité régionale, nationale et internationale.

A 9 heures 30 du matin il dirige la conférence de rédaction quotidienne où il décide, avec les journalistes de l'équipe, des principaux sujets de l'actualité qui seront mis en avant dans les informations. Il envoie également les reporters en missions pour couvrir les événements régionaux importants. La répartition des tâches quotidiennes effectuée, il va tout au long de la journée encadrer le travail de rédaction des journalistes, et rédigera lui-même du contenu. Il prépare également son passage à l'antenne en fin d'après-midi, où il intervient comme reporter.

La journée à Sud Radio ne se termine pas avant 20 heures, mais lorsque ses disponibilités le permettent, Claude Paichard assure ensuite des cours à l'Ecole de Journalisme de Toulouse.

Profil type

Idéalement, le directeur de l'information a une solide formation en communication ou en école de journalisme, avant d'intégrer le milieu de la radiophonie où il va évoluer en abordant différents métiers tout au long de sa carrière; de l'animation radio au métier de journaliste, en évoluant progressivement vers des postes à responsabilité : responsable d'émission, responsable de tranche horaire, rédacteur en chef, et enfin directeur de l'information.

Aussi pouvons-nous prendre en exemple le parcours professionnel de Mr Paichard, directeur de l'information à Sud Radio, pour éclairer le lecteur sur les pré-requis et les compétences que ce métier nécessite. Claude Paichard a appris son métier "sur le tas" à France Inter, France Info puis Médi-1 (Tanger) avant d'intégrer le Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes de Paris (CFPJ). Il travaille à Sud Radio dès 1989 où il évoluera d'abord comme animateur du journal de 19 heures puis en responsable des émissions matinales (*prime time*) deux années plus tard. En 2001 il est nommé rédacteur en chef adjoint, et depuis novembre 2005 il exerce les fonctions de directeur de l'information.

Ce poste nécessite donc que l'on ait déjà abordé dans sa carrière toutes les facettes du métier : animateur radio, rédacteur, reporter...

Quelques conseils si vous êtes intéressés par ce métier

Le métier de directeur de l'information, et plus généralement celui de journaliste, demande une grande polyvalence, mais aussi beaucoup de curiosité et une grande ouverture d'esprit; le fait de commencer dans une petite structure est très formateur.

Pour réussir dans ce métier, il faut avoir un bon esprit de synthèse (travail de mise en forme de l'information), de l'aisance dans l'écriture mais aussi en communication orale, car la radio est avant tout un média parlé.

Une première expérience dans une radio associative (campus etc.) reste un atout indéniable sur son CV.

Sources et liens utiles

- **Contacts**

Sud Radio
4, place Alphonse Jourdain
31000 Toulouse
Tel. : 0800.102.201
Tel. : 05.61.63.20.50

- **Sites internet**

Site officiel :
www.sudradio.fr

Site de médiamétrie :
www.mediametrie.fr

Régie publicitaire de Sud Radio :
www.ip-france.fr

- **Ouvrages**

Les radios commerciales et la programmation musicale en France
Auteur : Etienne Balmer
Editeur : L'Harmattan (2005)

Les médias en France
Auteur : Jean Marie Charon
Editeur : La Decouverte (2004)