

RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN AVEC MARJORIE SEDIKKI

(PRODUCTRICE DE L'ÉMISSION ÇA PEUT VOUS ARRIVER)

Prise de son : Micro intégré mac book pro

Durée : 58'06 min

Lieu : RTL, rue Bayard, Paris

Date : 28 janvier 2010

BS : Blandine Schmidt

MS : Marjorie Sedikki

BS : Alors peux-tu te présenter ? Nom, prénom, fonction.

MS : Alors Marjorie Sedikki. Je suis productrice de l'émission. C'est à dire que je fais toute la rédaction en chef de l'émission et je m'assure de tout ce qui passe à l'antenne. Donc tous les jours, une émission de deux heures en direct. Il faut la remplir cette émission. Donc je m'occupe du déroulé entier de l'émission de la première minute à la dernière minute, de ce que l'on va mettre à l'antenne. Je m'en occupe le matin avant l'émission et surtout la préparation avant avec l'équipe toute la journée.

BS : Justement, l'équipe, peux-tu me dire quel est le rôle de chacun ?

MS : Alors Bernard Gick est le producteur de l'émission. Donc lui son rôle en studio, c'est de passer les appels téléphoniques. On appelle des auditeurs et face aux auditeurs, on va appeler une entreprise. Donc lui il doit gérer un petit peu tous ces appels. Donc il appelle les entreprises, il essaie d'avoir quelqu'un et puis quand Julien Courbet lance une pub ou un disque, il essaie de les faire patienter, de les mettre en attente pour pouvoir commuter à l'antenne après. Donc ça c'est son rôle de réalisateur. Il y a Xavier Kassovic qui est technicien réalisateur. Donc lui, il réalise toute la mise en ondes. Donc il est vraiment en corrélation avec l'animateur. L'animateur le suit vraiment et Xavier le guide dans la mise en ondes de l'émission. Donc c'est lui qui gère les *timing* des disques, des pubs, de tous les impératifs qu'il peut y avoir. Il communique avec l'animateur et le guide dans ce qu'il peut faire ou pas. Ensuite dans l'équipe, ce qu'on appelle l'équipe éditoriale, on a deux journalistes, Melody Tricard et Sarah Frikh qui font des enquêtes à partir de sujets que je leur donne. Elles font

l'enquête et elles essayent un peu de fouiller pour voir si un dossier tient la route. Elles demandent à l'auditeur de leur envoyer le maximum de documents pour faire l'enquête pour que nous après on voit si le sujet est bon. Ça c'est le travail important des deux journalistes. Et puis aussi, on a des stagiaires qui nous prêtent main forte. Et en l'occurrence... Des fois, on en a deux, ce n'est pas toujours le cas. Des fois, on n'en a qu'un seul. Les deux stagiaires qui sont là, ce n'est pas un rôle où il faut juste trier le courrier parce que l'on reçoit beaucoup de courriers et dans l'émission on est très peu nombreux. Et donc les stagiaires ont un vrai rôle au même titre que les journalistes. C'est-à-dire que c'est eux-mêmes qui vont faire une enquête. Je les chapeaute un peu plus que les journalistes, je les surveille un peu plus disons. Je leur montre un peu comment faire et les journalistes aussi. Mais ils ont une vraie enquête. C'est-à-dire qu'ils rentrent stagiaires et deux jours après leur premier dossier est sur l'antenne. Voilà comment se compose l'équipe. Donc on n'est vraiment pas nombreux.

BS : Quand il y a des décisions à prendre, vous les prenez en délibération comme par exemple le cas d'un auditeur ou un dispositif à mettre en place ou alors c'est vraiment chacun son travail ?

MS : Alors ce qu'on fait... En fait ça c'est un peu mon rôle. Mon rôle c'est vraiment d'être chef d'orchestre et d'optimiser le rôle de chacun. Et ensuite j'emboîte tout. Autant dans l'émission que l'après midi, je donne des instructions et ensuite je regroupe tout et je regarde comment on peut faire. Si par exemple, j'ai une de mes journalistes qui me dit : « J'ai un dossier qui est bien mais le téléphone ne marche pas. ». Je vais essayer par mon expérience... Je vais lui dire : « Pourquoi on n'essaierait pas de se déplacer ? ». Donc je vais lui dire : « Regardes, si c'est possible que tu te déplaces ». En fait, c'est plus en fonction des informations qu'ils me donnent que je vais pouvoir les guider. Et leur dire : « Là, cela serait mieux que tu fasses ça. Là, j'ai pensé, il faut que tu fasses ça ». Par exemple, en ce moment, je pense à envoyer des journalistes assister à des audiences de tribunal pour pouvoir faire écouter ce qui se passe et surtout recueillir les témoignages des condamnés ou des relaxés. Donc, ça c'est plutôt mon job de répartir la tâche de chacun.

BS : Au niveau des experts juridiques, combien sont-ils ? Qui sont-ils ?

MS : Alors, on a Maître Natalie Fellonneau qui est vraiment la co-animatrice de Julien. Donc c'est elle qui valide tous les cas qui passent à l'antenne. Donc elle, elle a vraiment un rôle où moi je lui soumetts des cas, moi j'ai vraiment le côté artistique. Je lui soumetts des cas et le matin quand j'arrive, elle me dit, ce qui arrive très rarement car évidemment on a l'habitude, elle me dit : « Juridiquement, ça ne va pas. ». Donc on ne peut pas passer le dossier. C'est assez rare. Ou alors, elle va dire : « Ce dossier, je le veux bien mais il manque telle pièce pour que le dossier soit valable juridiquement ». Donc elle, elle est vraiment... On travaille

vraiment en symbiose toutes les deux et l'équipe n'hésite pas à l'appeler quand ils ont un doute. Les autres experts qui viennent, il y en a à peu près un tous les jours, ce sont des experts qui ont chacun leurs spécialités : immobilier, assurance, banque, notaire. Et eux, ils viennent plus en consultant. Ils viennent juste pour faire le show, bien évidemment. On les a choisis pour leur personnalité. Et aussi, ils viennent répondre à des auditeurs mais ils ont plus une spécialité. C'est pour ça que l'on a Maître Fellonneau qui est spécialisée un peu dans tout. Elle est accompagnée par un notaire ou quelqu'un qui a un petit truc en plus. Mais c'est vraiment des intervenants consultants, on va dire. Ils sont assez nombreux.

BS : Combien ?

MS : Ils doivent être. Il y en a une bonne dizaine. On a des spécialités vraiment en tout : droit du travail, notaire, droit rural, etc. Vraiment c'est très spécialisé.

BS : Est-ce qu'il y a d'autres types d'invités à l'antenne que des experts juridiques ?

MS : Alors c'est aussi des experts juridiques mais on a fait une émission avec des juges. Justement parce qu'on avait envie d'expliquer aux auditeurs comment cela se passe dans un tribunal. Donc on a des juges qui sont venus. Et puis, on a eu aussi des experts comptables qui viennent en général pour expliquer tous les problèmes d'impôts des auditeurs. Donc quand on est en période de déclarations d'impôts au mois de mai en général on fait venir des consultants. Mais en majorité, nous, on fonctionne sur du juridique. Donc les experts sont forcément juristes à la base.

BS : Au niveau de la thématique de l'émission, quels sont les champs d'actions ?

MS : On n'a pas de limite. On fait tout. Ce qu'on appelle consommation pour nous, ça regroupe tout. C'est à dire que si vous avez par exemple un problème de maison. On identifie bien que c'est un problème immobilier. Avec une banque, c'est un problème de banque. Mais par exemple, si j'ai un auditeur qui a un problème avec une administration, avec une mairie, avec l'État, pourquoi pas. Ça, on fourre tout dans consommation. Donc on fait absolument tout. Donc, on peut nous demander d'appeler un boulanger comme un grand groupe d'assurance, comme l'État ou Total. On n'a vraiment aucune limite. C'est juste les auditeurs qui soumettent leur cas. Donc c'est vrai qu'on n'a pas tous les jours à appeler vraiment le plus haut du plus haut. Mais je sais que régulièrement, on appelle des ministères par exemple pour des auditeurs qui n'arrivent pas à être payés. On a vraiment fait tous les ministères. Là, il n'y a pas longtemps, on a appelé l'Ambassade et le Quai d'Orsay pour un problème. On avait fait une arnaque d'adoption en Afrique. Donc on appelle tout le monde. On a vraiment des gendarmeries, des juges, des procureurs.

BS : Et par rapport aux annonceurs publicitaires, il y a...

MS : Non, non.

BS : Par exemple en ce moment, il y a des pubs pour Carrefour. Est-ce que vous passerez un auditeur qui a des problèmes...

MS : On le fait quand même. C'est ça notre force et Julien Courbet tient vraiment à ça et c'était la condition dès le départ. C'est justement ne pas être censuré par les annonceurs. Les annonceurs, enfin la régie publicitaire qui va diffuser les publicités ne sait pas quelle marque nous allons appeler pendant l'émission. Et nous en interne pendant l'émission, on ne sait pas quelle pub on va passer. Ce n'est pas quelque chose auquel on fait attention. Donc il se peut que l'on ait un problème avec Auchan, on appelle Auchan et qu'il y ait un encart de pub dans l'émission pour Auchan. Mais ça nous est arrivé plein de fois. Mais ce n'est vraiment pas un problème pour nous et on n'a jamais eu de menace d'annonceur qui nous disait : « Attention, si vous nous attaquez, on retire notre campagne de publicité ». Au contraire, les annonceurs, ils sont presque conciliants avec nous finalement.

BS : Vu qu'apparemment c'est toi qui t'occupes de sélectionner les cas.

MS : Oui.

BS : Comment fais-tu ? Sur quoi tu te bases ? Qu'est-ce qui fait qu'un cas va être sélectionné ou non ?

MS : Alors, j'essaie déjà, vu que l'on fait cinq ou six cas par jour. Déjà quand j'ai un dossier, je prends pas le même avant une dizaine de jours. Donc si déjà j'ai fait un problème comme hier avec un achat de poussette sur internet, je ne referais d'achat internet avant dix jours ou au moins quinze jours. Ensuite, parmi tout le courrier que l'on reçoit, les fiches standard, il y a toujours des choses qui nous sautent plus aux yeux. Ce qui nous saute le plus aux yeux, c'est déjà les histoires extraordinaires. Celles là, elles se sélectionnent automatiquement. On va l'enquêter. Ça tient la route ou ça ne tient pas la route. Et quand on n'a rien d'extraordinaire, on regarde la fiche que l'on a sous les yeux et on se dit... Je ne sais pas. On a une intuition qui fait que l'on a envie de se plonger dans le dossier. Et c'est souvent en plongeant dans un dossier qui *à priori* n'a pas l'air compliqué que l'on découvre vraiment des histoires extraordinaires. C'est tout le temps comme ça. Donc en fait, je n'ai pas de méthode précise. Je sais qu'il y a des sujets un peu rébarbatifs. Je sais aussi que dès que l'on met un sujet à l'antenne, les fiches que l'on va recevoir, ce sera sur le même sujet. Il y a une sélection naturelle qui se fait. Il y a plein de sujets que l'on reçoit tout le temps. Des problèmes de maison, je sais que l'on en aura plein. Comme c'est toujours les mêmes histoires, je prends celles où il y a une injustice, où la personne est en difficulté. Ou alors je prends une affaire, par exemple cela va être pour cinquante euros mais c'est juste pour le principe. Si un auditeur me dit : « J'ai payé, je ne sais pas quoi, cinquante euros et je n'ai pas eu le service en échange ». Si je trouve le principe pas clair, pas honnête, je prends l'affaire pour cinquante euros. Ce n'est pas évident. C'est un peu au *feeling* au jour le jour.

BS : C'est peut être difficile à expliquer mais qu'est-ce qui est extraordinaire ? Car je lis beaucoup de cas et il y a beaucoup de choses qui sont extraordinaires.

MS : Oui. Les choses extraordinaires, cela va être... Par exemple, des fois, il y a des gens qui nous appellent et qui nous disent : « J'ai été victime d'un braquage. J'étais client à ma banque, il y a eu un braquage. Je me suis retrouvé emprisonné dans la banque. J'ai été au tribunal et la banque a été condamnée à me payer et elle ne le fait pas. Et bien pour moi, ça c'est extraordinaire. Parce que ce que je trouve extraordinaire surtout c'est ce que l'auditeur va nous raconter à l'antenne. Parce que des fois, ça peut être un sujet très bateau mais la façon dont il va le raconter... C'est vraiment l'histoire.

BS : C'est l'histoire de l'auditeur.

MS : Oui parce que la problématique va toujours être la même. Parce que les auditeurs c'est soit ils ne sont pas payés soit ils n'arrivent pas à avoir gain de cause. La problématique est toujours la même. Ce qui nous plaît, c'est vraiment l'histoire de l'auditeur. On va être sensible à... La dernière fois, on avait un sujet où les gens dormaient tranquillement et la police est arrivée en fracassant tout chez eux pour les arrêter. Alors ils leur ont mis les menottes et finalement ils se sont aperçus après que c'était une erreur. Ils se sont trompés d'appartement. Ça pour nous c'est vraiment la chose extraordinaire qui n'arrive pas tous les jours. C'est ce que l'on voit dans les journaux, à la télé ou en papier. Mais cela n'arrive pas tous les jours. C'est ça l'extraordinaire.

BS : Est-ce que tu fais attention d'avoir un équilibre homme / femme ou par rapport à l'âge, région d'appel ?

MS : Non, je n'ai pas de critère d'âge. Je n'ai pas de critère de région. Je n'ai pas de critère homme / femme. Moi mon seul critère c'est le dossier en lui-même. Il y a des choses souvent qui nous touchent. Si vous avez une mamie de 85 ans qui vous appelle elle-même pour nous dire : « ma chaudière, le bouton est cassé et le monsieur de la chaudière ne repasse pas ». L'histoire en elle-même c'est un bouton de chaudière cassé. Mais le fait que cela soit une petite dame de 85 ans qui va nous appeler, cela nous touche humainement. Donc, on se dit, on va l'aider. Je n'ai vraiment pas de critères homme / femme, âge, tout ça, non.

BS : Comment est-ce que tu définis si un dossier devient un cas, une question ou une médiation ? C'est à peu près comme cela que vous définissez...

MS : Alors ce qui devient un cas c'est quand on peut appeler la personne et qu'on peut appeler quelqu'un en face. Ça, c'est un cas automatiquement. C'est-à-dire que j'ai un problème avec mon garagiste, je peux appeler mon garagiste. Nous l'émission on peut appeler le garagiste, ça c'est un cas. Par contre des fois, il y a des gens qui nous disent : « j'ai laissé ma voiture à mon garagiste mais mon garagiste est fermé. Il n'existe plus. » Là, on ne peut plus appeler puisque le garagiste n'existe plus. Et ça, cela devient une question. C'est quand

on ne peut pas appeler la partie adverse pour une raison ou pour une autre. Donc cela veut dire que les juristes vont dire à l'auditeur : « vous ne pouvez plus appeler le garagiste mais voilà ce que vous pouvez faire. » C'est juste une consultation juridique. Et vraiment, si on a l'auditeur dans son droit et que la partie adverse est joignable, c'est un cas obligatoirement. On prend en général, tout le temps que des gens qui sont dans leur droit. On ne prend jamais des gens qui auraient perdu au tribunal ou qui auraient tort juste pour faire pression sur une entreprise. On prend uniquement des gens qui sont dans leur droit. Et pour la médiation, c'est juste un tout petit peu plus différent. La médiation, c'est quand personne n'est trop dans son droit entre les deux parties mais on a envie d'aider l'auditeur. Donc on se dit que l'on va demander à la partie adverse si elle est d'accord. C'est à dire si vous avez quelqu'un qui nous dit : « en ce moment, je suis au chômage et je n'arrive pas à payer mes loyers. Mais je peux les payer quand même en plusieurs fois mais pas tout d'un coup ». Et bien, on va essayer d'appeler la personne adverse et on va lui dire : « est-ce que vous êtes d'accord pour qu'on paye en plusieurs fois. » Ça, c'est de la médiation. C'est moins juridique, on va dire.

BS : Donc il y a des émissions avec des thématiques spéciales. Donc, cela se définit en fonction de l'avocat qui sera là ?

MS : Oui.

BS : Mais si par exemple, vous recevez cinquante cas voiture , vous allez décider de faire une spéciale voiture et de contacter l'avocat...

MS : Non. C'est l'inverse. On a un planning d'avocats. Selon leurs disponibilités, on sait qu'ils viendront tel jour. Donc on les bloque pour tel jour et on s'adapte à l'avocat qui vient. Donc si on a un avocat... Par exemple, demain on a un avocat voiture, et bien cette après-midi, on sort les pochettes voiture et on étudie les cas voiture. Ça se passe dans ce sens là.

BS : Quelles sont les sujets qui reviennent le plus à l'antenne ?

MS : Le plus à l'antenne, cela doit être les maisons. Les gens qui investissent toutes leurs économies dans leur maison et l'entrepreneur a fait des malfaçons ou il n'a pas fini le chantier. Ça, c'est vraiment le gros des dossiers.

BS : Il y en a d'autres ?

MS : Il y a beaucoup de choses avec les banques. Alors, les banques, c'est toujours : « On m'a piraté ma carte bleue, j'ai eu moins 2 000 euros ce week-end alors que j'ai rien fait. J'étais chez moi, ma carte bleue était avec moi. J'ai rien fait. Ma banque ne veut pas me rembourser ». Ça en banque, c'est très courant. Et on a aussi les trucs immobiliers. Et aussi, on a souvent la consommation, c'est-à-dire, « J'ai commandé un truc sur internet... » Même sur des gros sites. « J'ai commandé une cuisine, une salle de bain, ce genre de choses et elle n'est pas arrivée, elle n'est pas fini ». Ça, cela revient souvent.

BS : Est-ce que c'est les mêmes sujets qui sont populaires au niveau des auditeurs par rapport aux réactions sur internet ou au standard ? Est-ce que c'est les mêmes sujets qui ont le plus de popularité auprès des auditeurs qui marchent le mieux ?

MS : Non. Ce n'est pas forcément ce qui marche le mieux. Ce n'est pas pour ça qu'on les prend. On prend surtout ce qui touche le quotidien. C'est à dire, si j'ai un problème de cuisine sous les yeux, je m'identifie au problème. Je me dis, si moi j'avais une cuisine que je paye 20 000 euros et que cela fait deux ans qu'il me manque trois portes de placards, ça va vraiment m'énerver. Et c'est mon quotidien. Donc je m'identifie à ça et l'équipe aussi. Donc, on ne prend pas juste des sujets pour faire de l'audience en disant : ça, cela va plaire. Parce que des fois, on fait des sujets pas qui choquent mais... La dernière fois, on a fait un sujet d'un type qui avait un problème. Il avait consulté un site porno et en payant il avait été débité plusieurs fois. Et on a eu des réactions : « Comment ça, vous aidez des pervers. » Et en fait, ce n'était pas l'idée du porno, c'était l'idée que l'on paye un truc sur internet par carte bancaire et de quel droit c'est débité trente six fois. On prend vraiment des sujets du quotidien. Et surtout, on prend des sujets que les auditeurs nous envoient. On ne va pas les chercher ailleurs. On a assez de matière. Donc, c'est ce qui revient le plus.

BS : Votre émission entre dans la catégorie des émissions service.

MS : Oui.

BS : Alors quels sont les éléments qui peuvent confirmer cela selon toi ?

MS : Les émissions service, on le voit tous les jours. C'est que les auditeurs, on intervient quand ils sont bloqués. Et pourquoi ils sont bloqués ? Parce que soit l'administration ne leur répond pas au téléphone, soit ils ont du mal à joindre une entreprise, un gros groupe d'assurances. Ils n'arrivent pas à faire entendre leur voix. Ils envoient des lettres recommandées, ils envoient des huissiers. Rien ne marche. Et comme par exemple, on est sur RTL, on téléphone à un grand groupe d'assurances et qu'est-ce qui se passe en général, 24 heures plus tard, le problème est réglé. Donc c'est normal et à la fois ce n'est pas normal. C'est vraiment... Même moi des fois je me dis que c'est pas normal que quelqu'un galère pendant deux ans et que nous en 24 heures on débloque le truc. On se dit qu'il y a un problème. Donc notre idée c'est de vouloir justement combattre, se battre contre les gros groupes, les grosses entreprises, les Auchan, les Carrefour, les assurances, Axa, vraiment les grosses entreprises et de leur dire et de leur faire comprendre pourquoi vous faites attendre quelqu'un deux ans et pourquoi nous vous réglez le problème comme ça en 24 heures. Et pour nous, c'est vraiment ça le service. On vient aider quelqu'un qui a un problème et qui a tout fait et en dernier recours c'est nous qui intervenons et on y arrive. Et ça c'est vraiment le service dans toute sa splendeur et l'auditeur des fois il dit merci à l'entreprise mais je ne sais

même pas s'il a à dire merci. Parce que finalement l'entreprise, elle fait juste quelque chose qu'elle aurait dû faire il y a longtemps. Donc on est un accélérateur incroyable.

BS : Concernant la relation avec les auditeurs, comment est-ce que tu qualifierais la relation que vous entretenez avec les auditeurs ?

MS : Elle est très conviviale. Elle est très chaleureuse. Les auditeurs sont vraiment très sympas mais vraiment dans le bon sens du terme. C'est à dire que des fois on les pousse un peu à bout parce que nous on a une mécanique d'enquête. Donc on leur pose des questions bien précises et souvent eux ils ne savent pas nous répondre. On va les forcer. Vraiment, on va leur tirer les vers du nez et ils jouent le jeu. Ils ne nous en veulent pas. Ils comprennent pourquoi. Et des fois, on fait des enquêtes à 20 heures ou 19 heures et on leur dit : « allez à la Poste avant demain matin pour nous envoyer le dossier sinon votre dossier ne passera pas ». On leur met vraiment la pression régulièrement et ils le font. C'est à dire que le matin on arrive et on a une dame de soixante ans qui s'est levée deux heures plus tôt pour aller à la Poste et tout ça. Et j'ai toujours été bluffé par ça. Et je me suis toujours dit, c'est incroyable comment les gens... Des fois, on tombe sur des gens moins sympas qui pensent que tout leur est dû. Donc ils sont moins sympas au téléphone mais ceux-là on ne fait pas attention. Mais la plupart du temps, les gens sont très sympas et c'est vrai que c'est pour ça qu'on les sélectionne aussi. C'est parce qu'on a vraiment envie de les aider. C'est ce que je disais avec la petite mamie qui va nous appeler, c'est en discutant avec elle, on se dit : « Oui, on va vous aider parce qu'on a envie ». C'est vraiment une très belle relation que l'on a. Et je crois que les auditeurs... Et d'ailleurs, on fait des émissions en public et les auditeurs, c'est souvent les mêmes qui viennent nous voir. Et on se tutoie, ils nous rendent service, ils nous appellent. C'est vraiment très familial mais ça c'est l'esprit de RTL.

BS : Qu'est-ce qui favorise justement cette relation de proximité ? C'est l'esprit RTL ?

MS : Je crois que c'est l'esprit RTL depuis toujours. Je crois que depuis toujours, ils ont pris des animateurs qui étaient près du peuple, on va dire, qui sont très gentils autant dans la rue qu'à l'antenne. Je crois que cela a alimenté cette convivialité. Et puis, les parents qui écoutaient RTL, ils avaient leurs enfants qui écoutaient aussi. Moi, je sais que j'ai été baignée avec RTL quand j'étais petite. Donc je sais que quand vous appelez RTL au téléphone, vous allez être bien reçu. Je sais qu'il y a tout un tas de choses comme ça qui qualifie... Je crois que c'est vraiment l'esprit RTL qui fait cette proximité.

BS : Combien de cas traitez-vous par jour à peu près ?

MS : Des fois, on va en faire trois en une demi-heure. Sinon, on en prépare au moins six par jour. Si jamais on en manque, ce qui peut arriver, j'en prépare un très vite pendant l'émission. Je prends une fiche qui arrive au standard et en regardant deux trois trucs, je dis aux filles

d'enquêter très vite dessus. Et on comble comme ça. Mais sinon, on en fait six à peu près par jour.

BS : C'est peut-être un chiffre que tu n'arriveras pas à donner mais combien de cas arrivent de tous les côtés, standard, courrier, internet ? Combien de cas potentiels à peu près à traiter.

MS : Déjà, on reçoit 2 000 appels par jour.

BS : Durant l'émission ?

MS : Pendant toute la journée sur une session de 24 heures. On a 2 000 appels. Après, on doit avoir une centaine de lettres par jour et on doit avoir 200 messages mails qui arrivent avec le blog et tout ça. Mais sur les 2 000 appels, on en a 200 qui aboutissent. C'est vraiment... On va dire, vraiment à étudier sur mon bureau que je lis chaque jour c'est vraiment 200.

BS : C'est énorme.

MS : Oui.

BS : Pourquoi est-ce que les personnes que vous mettez en cause à l'antenne ne sont pas prévenues à l'avance. Parce que j'ai entendu que vous disiez aux auditeurs qui allaient passer à l'antenne : « Surtout vous ne les prévenez pas, c'est important », pourquoi ?

MS : Alors il y a deux raisons. La première, c'est que si l'auditeur prévient l'entreprise et dit : « Demain, je passe chez Julien Courbet ». Vous êtes sûr que l'enseigne va résoudre le cas avant de passer à l'antenne. Ça nous arrive très régulièrement. C'est-à-dire que si l'auditeur à 5 heures du soir dit : « Demain je passe chez Courbet », à 18 heures, il a son chèque sur son compte en banque. Le cas est réglé avant de passer à l'antenne. Ça c'est la première solution. Et la deuxième, c'est que si on prévient une enseigne, elle a deux choses : soit elle va arriver à l'antenne et on ne pourra plus la piéger avec nos arguments parce qu'elle aura préparé vraiment un argumentaire béton avec des phrases toutes faites et elle aura eu le temps de réfléchir et d'avoir des avocats pour réfléchir à une réponse toute faite, soit ils seront absents. C'est à dire que s'ils sont prévenus que l'on va les appeler, au moment où l'on va les appeler, on nous dira : « Non, il n'y a personne M. Courbet, rappelez un autre jour, il n'y a personne ». Et cela ne donnera rien à l'antenne. Alors quand ne les prévenant pas, on fait l'effet de surprise et on les oblige à être plus réactifs et on les prend la main dans le sac. Parce que sinon, ils ont trop le temps de réfléchir à ce qu'ils vont dire. Si on a vraiment une évidence et bien ils vont aller voir des avocats qui vont tout déjouer. Ça va rien donner. Vraiment, on les prend la main dans le sac.

BS : Et éthiquement, cela se fait de piéger les gens ?

MS : Silence

BS : J'ai des questions un peu provocantes...

MS : Piéger dans quel sens ?

BS : Tu m'as dit : « On ne va pas pouvoir les piéger. Ils vont avoir un argumentaire ».

MS : Oui, mais c'est tout le temps. C'est-à-dire que si par exemple l'auditeur nous dit : « J'ai une preuve comme quoi ma banquière m'a dit qu'elle allait me rembourser mes 400 euros » par exemple. Si nous, on a ce mail là ou ce courrier là, c'est un des arguments que l'on va annoncer à l'antenne. On va dire : « Mais Monsieur en telle date, vous avez promis de rembourser ». Si jamais on prévient l'assurance et que l'on dit : « On a ça et qu'est-ce que vous répondez à ça », ils vont avoir le temps de nous embrouiller et de nous dire : « Oui mais bon finalement ce n'est pas ce que l'on a voulu dire. Vous avez mal interprété, etc. ». Ils vont préparer un argumentaire pour nous enfumer.

BS : Donc du coup, le cas ne pourra pas...

MS : Et cela va rien faire en plus. C'est pour ça que l'on fait l'effet de surprise. Mais c'est vraiment... On débat de nos arguments à l'antenne car on les connaît les gros groupes d'assurances, les grosses enseignes. Si on les prévient, ils arrivent avec leurs réponses déjà formatées ou alors ils envoient leurs avocats et tout ça. Alors que là, on peut les piéger et leur dire : « Monsieur, vous vous êtes engagés à telle date à rembourser, pourquoi vous ne l'avez pas fait ? Quand est-ce que vous allez rembourser ? » Et là, le type il est coincé. Il n'a plus qu'à dire : « Ok, je fais le chèque ».

BS : Est-ce que les négociations sont facilitées par la réputation de Julien Courbet ?

MS : Oui. Disons que le fait d'appeler et de dire : « Je suis Julien Courbet », cela met le souk dans l'entreprise. Mais cela le met vraiment le souk. Ce que je peux comprendre. C'est-à-dire, la standardiste qui répond et qui dit : « J'ai Julien Courbet en ligne », cela met une pagaille incroyable. Et les entreprises ne veulent tellement pas passer pour des imbéciles qu'elles n'ont pas le choix de prendre le téléphone, d'assumer un peu et de ne pas trop la ramener parce qu'ils savent que nous on a des dossiers bétons et que s'ils essayent de dire : « Ah oui mais non, vous avez tort », il ne risque pas... Il y en a qui le font mais la plupart ne se risquent pas trop parce qu'ils savent que derrière on a quelques arguments. Mais oui, cela facilite parce que cela met vraiment un souk incroyable.

BS : Est-ce que votre émission remplace une consultation chez un avocat ?

MS : Oui, oui, complètement. D'ailleurs, on fait des consultations instantanées de temps en temps où c'est juste un auditeur qui vient sur l'antenne qui pose sa question juridique. On n'appelle personne. Il nous dit juste : « Voilà, j'habite dans un appartement, est-ce que j'ai droit à... » Et c'est vraiment une consultation. Et la deuxième chose, c'est que l'on a beaucoup d'auditeurs qui ont gagné au tribunal, qui ont des jugements, qui ont des avocats et ils nous disent : « Mais mon avocat ne fait rien ». Donc, nous on dit : « Bon, on va appeler l'entreprise ». Et l'entreprise règle le dossier. Donc, c'est vraiment des consultations. Cela remplace.

BS : En pourcentage, combien de dossiers sont résolus ?

MS : 85 %

BS : Et les 15 autres pour cent ?

MS : Les 15 autres pour cent en général, c'est des dossiers qui partent au tribunal.

BS : Là, vous conseillez les auditeurs ?

MS : Voilà. Si on n'arrive pas à trouver un terrain d'entente avec l'entreprise parce que l'entreprise campe vraiment sur ses positions et elle a le droit. On dit à l'auditeur : « Voilà Monsieur, cela vaut le coup d'assigner. Vous faites comme vous voulez mais cela vaut le coup d'aller au tribunal et de demander ça. Après c'est l'auditeur qui choisit.

BS : Vu que les dossiers ne se résolvent pas au jour le jour, combien y a-t-il de dossiers en cours à peu près ?

MS : Il n'y en a pas énorme. Là, demain on doit avoir trois dossiers en cours. C'est à dire que l'on va en prendre deux demain et puis il y en a un ou deux que l'on a commencé la semaine dernière qui prennent un peu plus de temps parce que l'on attend des réponses d'entreprises. Mais on en a deux ou trois en cours par jour.

BS : L'émission accueille beaucoup d'auditeurs à l'antenne, c'est un choix ? Parce que par exemple, vous pourriez décider de prendre beaucoup de questions sur Internet. Alors pourquoi faire ce choix de passer les auditeurs à l'antenne, d'être aussi interactif parce que vous avez tout le temps des auditeurs à l'antenne ?

BS : Tout le temps et encore on aimerait en avoir plus. Mais comme on a des impératifs publicitaires, des disques et tout ça cela réduit beaucoup. Ça, c'est un choix de l'animateur. C'est à dire que l'animateur, le notre, Julien Courbet, il a besoin d'être en ping-pong tout le temps avec son auditeur. Donc cela ne l'intéresse pas de lire et de parler tout seul et de s'écouter parler. Ce qu'il veut c'est : il pose des questions avec un auditeur, il a ses avocats, il a son équipe et il joue avec. Il veut jouer avec tout le monde. D'ailleurs nous dans notre émission, ce n'est pas l'animateur et ses employés. C'est vraiment... On est une équipe. C'est vraiment l'équipe et on joue avec l'auditeur et c'est pour cela qu'il a cette interactivité. C'est parce que Julien va aider l'auditeur. L'auditeur attend beaucoup de lui et en échange Julien il veut du fun, il veut que cela rigole un peu, il veut détendre. Et l'auditeur c'est ce qu'il nous demande. Parce que sinon, les auditeurs eux ils vont voir un avocat qui leur dit : « voilà, c'est comme ça, comme ça ». À la radio au moins, on peut faire ça un peu plus détendu.

BS : Combien de temps un auditeur reste à l'antenne ? Est-ce que le temps est limité ou est-ce que le traitement d'un cas est limité dans le temps ?

MS : Non, on ne limite pas. D'ailleurs hier par exemple, on a commencé un cas à 9 heures 30 et à 9 heures 38 il était fini. C'était le cas de la poussette. Donc celui-là, on n'en entendra plus jamais parler en huit minutes. Et par contre, le cas d'après, c'était l'histoire d'une pompe à chaleur, cela a dû durer trois quarts d'heure facile. On l'a duré trois quarts d'heure mais s'il y

avait fallu le durer une heure et demi, on l'aurait poussé une heure et demi. On n'a pas du tout de timing. La seule chose à laquelle je fais attention, c'est de donner du rythme à l'émission. C'est à dire que si je vois que quelqu'un parle à l'antenne, un auditeur ou une entreprise, qui est trop... un peu rasoir, je le dis à Julien. Mais, sinon si c'est passionnant, ça peut durer longtemps. Mais on garde quand même du rythme dans l'émission pour pas que l'auditeur décroche et s'endorme.

BS : Quelles sont les différentes étapes pour qu'un auditeur arrive à l'antenne ? C'est d'abord le standard ou...

MS : Ou le courrier ou le mail. Alors, il envoie son courrier ou son mail. C'est nous qui l'appelons. On le rappelle. On lui dit : « Voilà, vous nous avez appelé, expliquez-nous en gros votre dossier ». Il nous explique son dossier. Si on voit que le dossier est bon juridiquement on lui dit : « On a besoin de ça, ça et ça comme documents. L'auditeur soit il dit oui soit il dit non, s'il ne peut pas l'avoir et il nous envoie le document. On regarde. Si le document est cohérent et que juridiquement il est bon on dit : « Ok, vous passez à l'antenne demain ». Si on voit que le dossier n'est pas bon juridiquement on explique très simplement : « Votre dossier, juridiquement parlant l'émission ne peut pas vous aider ». Ce n'est pas que le dossier est mort mais pour l'émission en tout cas, on ne peut rien faire. Entre le moment où il prend contact avec nous et celui où il passe à l'antenne, il y a juste l'enquête. Et l'enquête en général elle ne dure pas très longtemps. Cela peut durer un quart d'heure si c'est un petit dossier comme cela peut durer plusieurs jours si c'est un gros truc, le temps de rassembler tous les documents. Mais c'est juste le temps de l'enquête qu'il faut.

BS : Justement, en quoi consiste l'enquête ?

MS : L'enquête, on demande à l'auditeur de nous raconter en résumé son problème et ensuite par rapport au résumé qu'il nous fait, on va prendre appui sur des points pour fouiller un peu plus. C'est à dire que les auditeurs nous disent quelque chose mais on ne peut pas prendre tout pour argent comptant. Si l'auditeur nous dit : « on me doit absolument 580 euros ». On va lui dire : « Monsieur, quelle preuve écrite avez-vous dans laquelle on vous dit qu'on vous doit 580 euros ? ». Soit l'auditeur nous dit : « Et bien non, je n'ai pas de preuve écrite » et là le dossier tombe à l'eau soit il dit : « j'ai une preuve écrite. J'ai ça, ça et ça ». Et c'est à nous et rien qu'à nous de vraiment tirer les vers du nez des auditeurs. Parce que sinon l'auditeur nous fait juste un résumé et il ne rentre pas dans le détail. C'est à nous de creuser et de dire : « mais l'entreprise, qu'est-ce qu'elle vous répond ? Quand est-ce que vous avez eu l'entreprise la dernière fois au téléphone ? » Il faut vraiment être très précis dans le détail. Parce que sinon, ils vont juste nous dire : « Mais non, l'entreprise me dit rien. Elle ne me répond pas ». Et à l'antenne, l'entreprise va dire : « Mais si, on écrit à Monsieur Machin et il ne nous répond

pas ». Il faut vraiment tirer les vers du nez et par rapport à ce qu'il nous dit c'est vraiment de se faire confirmer ça par les documents. Et ensuite on regarde.

BS : Vous vérifiez les documents ?

MS : Toujours.

BS : Quelles sont les consignes données à l'auditeur pour son passage à l'antenne ?

MS : La seule consigne qu'on leur donne, on leur dit de se défendre. C'est à dire qu'on leur dit : « Dès que l'on arrive à avoir l'entreprise en face, Julien va négocier pour vous, les avocats aussi mais si vous n'êtes pas d'accord avec quelque chose qui est dit par l'entreprise en face, défendez-vous. C'est le moment ou jamais ». Parce qu'il ne faut pas ne rien dire. Parce qu'il faut qu'il y ait un échange, une reprise de dialogue. Donc on leur dit simplement : « Quand on a l'entreprise au téléphone, n'hésitez pas à vous défendre ». C'est tout.

BS : C'est tout. Vous ne dites pas qu'il faut qu'ils laissent Julien Courbet parler pour vous ?

MS : Non. Et puis ça Julien sait le faire. Il accueille, il sait couper la parole poliment. Il sait recadrer. Nous on n'a pas de consigne de ce genre.

BS : Maintenant on va passer à ce que j'appelle la relation indirecte. Tout ce qui va être les outils sur internet par exemple. C'est vrai qu'il y a beaucoup d'outils maintenant sur internet. Depuis peu, il y a le blog de Julien Courbet. Il y a le site de RTL. Il y a le site RTL conso.

MS : Oui.

BS : Est-ce que tous ces outils vont faciliter la participation des auditeurs ? Est-ce que plus de personnes vous contactent grâce à ces nouveaux outils ?

MS : Disons que c'est plus complet. Parce que quand ils nous appellent par téléphone, ils ont deux minutes, sur le répondeur par exemple, ils ont deux minutes pour laisser leur message. Donc en deux minutes, ils n'ont pas le temps de tout expliquer. Au standard c'est pareil, ils n'ont pas longtemps pour s'exprimer. Par mail, c'est déjà une autre démarche. Parce que par mail, ils sont chez eux. Donc ils peuvent se relire, bien nous expliquer. Des fois, on a des mails qui sont vraiment très longs. Mais pour nous, c'est vraiment plus complet parce qu'en lisant on voit tout de suite si c'est bon ou pas. Donc ça, c'est une facilité pour nous. On voit tout de suite mieux le problème que par téléphone par exemple ou sur une fiche.

BS : Et pour le coup, il n'y a pas trop d'outils, par trop de façons différentes pour les auditeurs ?

MS : Non car je pense que pour eux je pense que c'est une manière... Déjà, internet gratuit. Donc cela peut permettre à ceux qui n'ont pas trop d'argent de ne pas téléphoner et d'envoyer un mail. Et vice versa pour ceux qui n'ont pas internet. Non, je ne pense pas qu'il y ait trop d'outils parce que finalement, on récolte les messages sur un site internet, sur un blog et au standard.

BS : Toi, tu portes autant d'attention aux messages sur internet qu'au courrier...

MS : Tout le temps.

BS : Peu importe d'où le cas viendra. Il n'a y pas une priorité qui est donnée...

MS : Non. Moi, c'est pour ça que je fais ce métier. Quand j'ai un dossier, je sais que par exemple si je prends une fiche et que je la lis, je sais que j'ai la possibilité de la fouiller ou je sais que j'ai la possibilité de la mettre (à la poubelle). Et ça, j'en ai conscience. C'est à dire que si je la mets à la poubelle, je sais que la personne qui nous a appelé, elle a peut-être mis tous ces espoirs dans son coup de fil et que si en deux secondes je la mets à la poubelle, elle ne le sait pas mais moi, ça y est, je suis passée à autre chose. Et ça, j'en ai conscience. Donc je lis tout avec attention. Donc je ne retiens pas tout parce que évidemment ce n'est pas possible. On est obligé mais chaque courrier même mal écrit je le lis parce que je me dis que peut-être que la personne qui a appelé RTL un jour, peut-être qu'elle est chez elle en galère et je n'aimerais pas qu'elle me voit en train de faire ça. Vraiment, cela me ferait culpabiliser. Vraiment ce qui m'importe plus au delà de l'histoire c'est la personne qui a fait la démarche.

BS : Depuis la rentrée, j'ai l'impression que vous faites de plus en plus intervenir les auditeurs de manière indirecte en guise de citation. On lit sur le site de RTL tel cas d'auditeur...

MS : Oui, oui.

BS : Alors pourquoi ?

MS : Parce que l'on a installé sur le blog une rubrique où les gens se... Comme ils ne peuvent pas tous passer à l'antenne et que l'on ne peut pas nous répondre à tout le monde. En fait, on s'est dit qu'ils peuvent peut-être s'aider entre eux. Donc il y en a un qui pose un problème et comme sur tous les forums, si nous on n'arrive pas à lui répondre, peut-être qu'un autre internaute peut lui répondre. Et en fait, on aime bien voir s'ils arrivent à se donner des petits conseils. Donc on regarde ce qu'ils se répondent et on l'explique à l'antenne. C'est ce que l'on fait nous donc on a envie que cela se reflète sur tous nos supports.

BS : Ça, cela fait partie des nouveaux dispositifs de la rentrée parce que quand je lisais les papiers en septembre sur l'émission, ils disaient que vous mettiez de nouveaux dispositifs en place, plus proche des auditeurs.

MS : Oui, oui.

BS : Donc il y a ça et est-ce qu'il y a d'autres choses qui ont changés?

MS : Non, il n'y a que le RTL conso que l'on a mis en place. En fait, on s'apercevait que cela faisait des années que les gens nous disaient : « mais cela fait vingt fois que je vous laisse des messages, je vous ai envoyé dix courriers et que je n'ai pas de réponse ». On s'apercevait que les gens avaient vraiment du mal à nous avoir. Et c'est pareil, quand on voit une fiche et que la personne nous appelle tous les jours au bout d'un moment il faut lui donner une réponse. Parce que sinon, ce n'est pas sympa de la faire appeler tous les jours. Et on s'est aperçu que

les gens avaient du mal à nous contacter. C'est pour ça que l'on a multiplié tous ces supports. On prend six cas à l'antenne alors que l'on a deux mille appels par jour. Alors imaginez tous ceux qui restent frustrés. Donc on s'est dit que si on multiplie, ça laisse plus de gens... Et donc le blog, ça permet de mettre des visuels sur des choses vraiment radio. C'est vrai que quand on parle d'une voiture qui a été défoncée ou accidentée, on sait ce que c'est, mais c'est vrai que la voir en vrai, tout de suite cela fait réagir l'auditeur. L'auditeur vraiment il s'identifie. Et nous en studio, on voit le dossier mais les auditeurs ne les voyaient pas avant. Donc on a choisi maintenant de mettre ce que l'on voit en ligne pour que les auditeurs puissent voir en même temps que nous pendant que l'on traite le dossier. Et ça, oui c'est le RTL conso depuis le début de l'année.

BS : Y a t-il des choses que vous avez supprimées par rapport à l'année dernière ? Les opérations duplex, il y en a un peu moins...

MS : Oui, le duplex, on en faisait...

BS : Le système D, cela a été supprimé.

MS : Le système D cela a été supprimé parce que l'on a vite fait le tour. Au début, le système D c'est sympa pour tout ce qui est économie d'argent. Mais à la fin, les auditeurs nous disaient : « moi j'ai un système D pour nettoyer ma voiture avec une pomme de terre ». Cela avait plus d'intérêt. Cela s'épuisait. Faire des économies d'argent c'était super mais après on entre vraiment dans « je me lave les cheveux avec du maïs ». C'était vraiment des trucs plus trop intéressants. Et les duplex, on en faisait un par jour l'année dernière. Donc on se déplaçait sur le terrain. Et puis, comme tout après on s'est dit qu'il faut peut-être mieux garder le duplex moins régulièrement parce que c'est plus spectaculaire. Parce que c'est vrai que là, on envoyait une journaliste en duplex et plusieurs fois surtout en fin d'année, la journaliste passait le téléphone à la partie adverse et tout se passait par téléphone. Donc il n'y avait plus d'intérêt. Donc au lieu de faire des choses sans intérêt, on s'est dit que maintenant on développerait le duplex si vraiment une société n'est pas trop loin et qu'elle ne nous répond pas au téléphone, là on se déplace. On a supprimé les duplex, le système D et c'est tout. Mais on n'a jamais de gros changements de toute façon. On reste sur nos basiques, c'est ce qui marche le mieux.

BS : Au niveau des e-mails, combien vous en recevez par jour à peu près ?

MS : les e-mails je dois en avoir 200.

BS : Tu les tries de la même manière que les autres cas ?

MS : Pareil. En fait, ce que je fais, ça tu vois c'est une fiche du standard et puis les mails ils sont dans une pochette. Ça tu vois par exemple, j'en reçois une centaine par jour. Et en fait j'imprime tout. Les filles écoutent le répondeur. J'imprime aussi ce qu'il y a sur le blog. Après déjeuner ou après l'émission, j'ai un gros tas comme ça qui est assez épais avec toutes

les fiches et les e-mails du jour et je trie. Je fais ça vraiment tous les jours. En début d'après-midi, je trie tous les dossiers, je les classe par thématique et ensuite je les donne à l'équipe pour qu'ils commencent leur enquête. Je les approvisionne.

BS : Maintenant qu'internet est présent dans beaucoup de foyers français, est-ce que les dossiers sont résolus plus facilement et est-ce qu'ils sont traités plus facilement et plus rapidement ? Avant peut-être qu'ils devaient envoyer un courrier et donc cela prenait au moins trois jours.

MS : C'est vrai que jusqu'à encore l'année dernière. On faisait soit par courrier mais vu que l'on enquête l'après-midi pour le lendemain, c'était beaucoup par fax. Donc les gens, on leur disait d'aller à la Poste. Mais quand il est 19 heures et que c'est fermé, on leur disait : « demain cela ouvre à 9 heures, allez à la Poste ». Et maintenant, je ne sais pas pourquoi, depuis plusieurs mois, les gens, même les gens de 80 ans, nous disent : « je vous envoie tout par mail ». Donc il scanne tout chez eux ou alors ils vont scanner chez un voisin ou chez un commerçant. Ils nous envoient tout ça très vite. Et moi je suis très surprise. Et je me dis qu'ils sont vraiment très sympas ces auditeurs parce qu'on leur demande des fois des trucs à 20 heures on leur dit : « envoyez moi ça très vite parce que l'avocat en a besoin » et ils le font. Et c'est vrai que cela aide beaucoup. Et ce qui est génial et qui aide beaucoup c'est l'apparition des réseaux sociaux. Parce que le nombre d'escrocs que l'on retrouve par Facebook, c'est hallucinant. C'est comme ça que l'on a retrouvé l'histoire de la poussette hier. Si on a quelqu'un que l'on ne retrouve pas avec internet, on regarde s'il n'a pas un blog, s'il n'est pas sur Facebook. Et souvent, il est sur Facebook. Donc en général, les journalistes ont pour instruction de leur envoyer un petit mail piège pour essayer soit par un ami en disant : « c'est un ami à moi mais je n'ai plus ses coordonnées, est-ce que tu ne voudrais pas me les donner », l'autre tombe dans le panneau et on a le numéro de portable. On a retrouvé vraiment beaucoup de gens comme cela. Vraiment internet cela a vraiment facilité les enquêtes.

BS : Au niveau des standardistes, il y en a quatre chaque matin, c'est ça ?

MS : Oui, quatre ou cinq.

BS : Est-ce qu'ils ont des consignes pour recevoir les appels des auditeurs ?

MS : Non. Ce qu'on leur demande c'est que nous notre matière... Comme les gens ils entendent l'émission donc souvent ils réagissent sur l'émission. Donc ce qu'on leur demande c'est de prendre le maximum d'appels parce que des fois on cherche à joindre une entreprise et il se peut que l'auditeur appelle au standard pour nous dire : « j'ai la solution. Je le connais, tenez le numéro ». Donc on leur demande de prendre le maximum d'appels mais c'est tout. Ils n'ont pas d'autre consigne.

BS : Parlons un petit peu de l'animateur, Julien Courbet. Est-ce que pour toi Julien Courbet c'est une marque ?

MS : Ce n'est pas une marque c'est un concept. Pour moi c'est un concept.

BS : Qui correspond à ?

MS : C'est à dire, c'est quelqu'un qui un jour a décidé... Enfin, il n'a même pas décidé, c'est venu naturellement. C'est quelqu'un qui a commencé à aider mais de temps en temps et puis chaque jour ça prenait des proportions. Et pour moi, ce n'est pas qu'un animateur. Si on le remplace, ça marcherait autrement. C'est un concept. C'est à dire que Julien, il a une façon de parler à l'auditeur, il a une façon de parler avec les enseignes, il a une façon d'inclure son équipe dans le dossier. C'est pour ça que l'émission de télé sur TF1 qui a été reprise par quelqu'un n'a pas marché. Parce que Julien, c'est toute une façon, c'est tout un dispositif. Je ne sais pas la définition du concept parce que moi je n'aime pas les gens qui disent que c'est le Zorro du PAF parce que pour moi ce n'est tellement pas ça. Pour moi, Zorro c'est péjoratif. Et je vois ce que l'on fait sur RTL, on rigole pendant deux heures tous les matins et je n'ai pas l'impression d'aller aider la veuve et l'orphelin. Et je n'ai pas l'impression non plus d'aider que des gens pauvres et sans défense. Au contraire, les gens sont plutôt joyeux de passer à l'antenne et tout ça. C'est un concept et c'est un concept qui fait peur. Je sais que la plupart des enseignes craignent Julien Courbet dans son concept. Elles le craignent vraiment.

BS : Est-ce que ce n'est pas un peu complexe ou audacieux de mélanger le malheur des gens avec le divertissement parce qu'il y a beaucoup de blagues ? Est-ce que ce n'est pas se moquer des gens ?

MS : Non parce que justement si on avait des gens qui nous appelaient en pleurs au bureau en nous disant : « j'ai un bras en moins », « j'ai ma fille qui a une leucémie », « je suis aveugle et je n'arrive pas à toucher ma pension ». Bon, là on pourrait se dire que l'on prend vraiment des gens qui ont la totale pour vraiment être dans la misère. Mais ce n'est pas ça. Justement, j'ai l'impression que les auditeurs que l'on prend au téléphone, ils sont assez fun même s'ils ont un problème. Ils sont assez fun, ils plaisantent, ils disent : « merci Julien ». Alors ils sont toujours intimidés. Quand Julien leur fait une blague, ils font une blague. Ce n'est pas du tout morose. D'abord, on rigole beaucoup en studio pendant deux heures. Mais on ne rigole pas entre nous, on rigole avec l'auditeur. On ne se moque pas du tout de son malheur. Et puis, les cas tristes pour nous, de temps en temps, on a des gens qui vont nous raconter : « j'ai accouché. J'ai perdu mon bébé et mon mari est mort en même temps. Je n'arrive pas à me faire indemniser par l'hôpital. Là c'est un peu misérable. Mais le reste, on ne fait que résoudre des problèmes pas dramatiques. On n'est pas tous les jours avec des gens qui ont perdu leur enfant...

BS : Justement sur des cas très graves, est-ce qu'il y a des gens que tu ne prendrais pas ?

MS : Non, je prends tout. Mais c'est vrai que je n'en mettrais pas tous les jours. Si j'ai une dame qui me dit : « j'ai perdu mon enfant » et qui a accumulé plein de trucs mais qui a besoin

d'aide. On va l'aider. Par contre, je n'en mettrai pas tous les jours des choses trop tristes ou trop anxiogènes.

BS : Est-ce que l'on peut dire que c'est un show radiophonique que vous faites ?

MS : Oui, complètement. C'est vraiment du spectacle et on est là pour ça de toute façon. On fait du spectacle et c'est pour cela que l'on cherche des cas originaux, que l'on cherche à être un peu spectaculaire. Et Julien en fait des tonnes à l'antenne. C'est vraiment pour divertir avant tout. Mais si on peut instruire en divertissant, si on peut aider et faire notre marque de fabrique, on le fait sans problème. Mais on est avant tout là pour amuser les auditeurs.

BS : Au niveau des produits dérivés, il y a un magazine, Stop Arnaque, est-ce que vous le lisez ? Est-ce que vous participez à la rédaction ?

MS : Non, c'est vraiment indépendant mais par contre il arrive de temps en temps quand on traite un cas sur RTL que le cas soit tellement emblématique, que ce soit tellement une source de conseils juridiques à donner, que Julien l'utilise pour son magazine. Mais c'est des rédactions très indépendantes quand même. Mais on se connaît tous. Toutes les équipes de Julien, on se connaît tous. On le lit. Moi j'ai toujours le Stop Arnaque dans mes dossiers parce que Julien me le demande beaucoup. On se connaît tous, on fait le même job.

BS : Vous êtes une grande famille.

MS : Oui, on va dire ça.

BS : Est-ce que vous vous sentez imparti d'une mission particulière en ces temps de crise ? Les citoyens lambda subissent beaucoup la crise. Est-ce que vous dans votre mission de soutien, est-ce que cela vous tient un peu plus à cœur en ce moment ?

MS : Non. Pour moi, je n'ai pas vu la différence parce qu'à la limite, moi dans mon métier, cela ne me change rien qu'il y ait la crise parce que de toute façon, je ne traite que des gens qui ont des problèmes. Donc qu'il y ait la crise ou qu'il n'y ait pas la crise, les gens ont des problèmes. Je ne connais que des gens qui ont des problèmes. Je n'ai pas l'impression... On n'a pas eu plus d'appels avec la crise. Par contre, on peut privilégier des choses en rapport avec la crise, par exemple collé à l'actu. La dernière fois, on avait pour l'ouverture des Restos des cœurs, on avait appris qu'un entrepôt des Restos du cœur avait été braqué et que des jouets avaient disparus. Ce jour là, on a fait une émission spéciale Restos du cœur pour aider l'entrepôt à se remplir de jouets qui avaient été volés. Mais sinon, avant, après crise, depuis dix ans que je fais ça, je n'ai eu que des gens qui avaient des problèmes. Donc la crise ne change rien pour moi.

BS : Les problèmes, c'est des problèmes sociétaux qui concernent tout le monde ?

MS : Oui et d'ailleurs c'est le titre de l'émission : Ça peut vous arriver. C'est que je prends des choses qui peuvent vraiment arriver à tout le monde. En général, tous les cas peuvent arriver à tout le monde. C'est vrai que je privilégie ça, c'est le plus important.

BS : Est-ce que c'est le rôle des médias d'exposer la vie privée des gens sur la place publique ?

MS : À partir du moment où c'est l'auditeur lui même... Ce n'est pas nous qui allons chercher l'auditeur. C'est vraiment eux qui nous appellent. À partir du moment où eux n'ont aucun problème à raconter leur vie, moi je n'ai pas de problème non plus.

BS : Ils ne sont pas obligés de le faire mais c'est vous qui leur demandez d'appeler.

MS : Oui, on leur demande d'appeler mais par exemple, il y a plein d'auditeurs qui nous disent : « j'ai tel problème et en plus j'ai ma fille qui est handicapée et puis j'ai mon mari qui est mort », ça par exemple, on le note mais on ne le met pas dans le résumé sur la fiche. Pour pas justement en rajouter une couche à l'antenne. Pour nous, on le sait parce qu'ils nous l'ont dit mais ce n'est pas quelque chose que l'on va mettre en gras sur la fiche en disant : « attention, c'est génial. Il est handicapé, il a un bras en moins ». Ça c'est des trucs que l'on garde pour nous par pudeur. Moi je sais que je suis pudique. Donc je sais que je n'aime pas trop appuyer sur la faiblesse des gens, sur leur côté... S'ils ont un décès dans la famille ou un enfant en moins. Il y en a qui me disent : « vous savez, j'ai trois cancers. J'ai un enfant mort et tout ça ». Je leur dit presque : « Ok mais ça cela me regarde moins ». Je le mets entre parenthèses. Je ne l'expose pas à l'antenne.

BS : D'accord. Une dernière question au niveau de la radio et de l'interactivité. Est ce que tu trouves que c'est une bonne association ?

MS : Oui parce que l'avantage et ce qui est génial, on a eu l'exemple ce matin avec le boulanger qui avait remis la recette à sa banque. On expose le problème, on demande tout de suite aux auditeurs : « si le même problème vous est arrivé, appelez nous tout de suite ». Et bien dans les trois minutes au standard, cela arrive et on peut passer les gens à l'antenne et aider et monter des dossiers. Souvent, cela ne se règle pas à l'antenne. Il y a plein de dossiers qui ne se règlent pas à l'antenne mais le fait qu'on en ait parlé et que l'on ait fait un gros truc, fait que dans les trois quatre jours ou dans les quinze jours, cela va se régler. C'est pour ça que l'on a autant d'appels. C'est parce que c'est très réactif. Quand vous dites aux gens à la radio : « appelez-nous », ils appellent tout de suite. Alors qu'en télé, vous avez simplement un petit bandeau qui passe avec marqué : « appelez le 08... » Et ils ont beaucoup moins de choses parce que les gens, ils lisent mais ils ne sont pas réactifs. À la radio, c'est immédiat. Je suis dans ma voiture, je les appelle et je les ai tout de suite. C'est très réactif.

BS : Votre émission pourrait-on la transposer à la télé ? Il y a eu une petite tentative avec Service maximum même si ce n'était pas exactement la même chose.

MS : Je crois que l'émission a sa place. Elle a la difficulté à la télé par rapport à la radio, c'est qu'à la radio, vous n'êtes pas scotchés. La radio, cela peut juste être un fond sonore. Vous êtes en voiture, vous pouvez téléphoner, vous pouvez regarder le paysage. La radio, c'est un

fond sonore. Et dès qu'il y a un truc un peu plus intéressant, on tend un peu plus l'oreille. À la télé, il faut vraiment capter par l'image. Ça voudrait dire que traiter des dossiers que l'on traite en radio, en télé, ce serait moins intéressant. Le problème de poussette que l'on a fait hier, en radio c'est intéressant mais en télé, ça ne va pas être... Et en télé, ils font la course au spectaculaire et tout ça. Donc il faut juste... C'est ce que faisait justement Sans aucun doute. C'était plus strict. Il faut juste trouver un juste milieu. Mais je pense qu'une équipe avec un auditeur sympa, ça peut marchait en télé mais encore faut-il vraiment trouver le bon dosage.

BS : Est-ce que tu as quelque chose à rajouter ?

MS : Non. Pour moi, tout va bien.

BS : Merci pour tout le temps que tu m'as consacré.

MS : Je t'en prie.