

Radio Normandie - la station qui a fait trembler la BBC

par Eric Westman (avec les remerciements de Monsieur J. P Durand-Chedru de Fécamp)

Son nom apparaît sur les cadrans des postes de radio construits dans les années 1930 et ses émissions vers la Grande-Bretagne ont duré à peine dix ans. Pourtant, Radio Normandie a révolutionné la radiodiffusion de ce pays, à la grande colère du tyrannique directeur de la BBC, Sir John Reith.

Radio Normandie doit son succès à deux hommes remarquables : le Français visionnaire Fernand Le Grand, qui a fondé la station dans les années 1920, et l'Anglais excentrique Leonard Plugge, qui l'a transformée en alternative commerciale florissante à la BBC dans les années 1930.



À l'extrême gauche : Monsieur Fernand Le Grand, le fondateur de Radio-Normandie.

À gauche : Le château de Fernand Le Grand, la maison d'origine de Radio-Fécamp, 1926.

Ci-dessus : La source d'alimentation de la station EF81C dans une cave située directement sous l'émetteur dans le salon de Fernand.

L'histoire française

Fernand Le Grand est le petit-fils du fondateur de la distillerie de la liqueur Bénédictine à Fécamp, une ville balnéaire de Normandie située en face de la côte sud de l'Angleterre. Avant la Première Guerre mondiale (1914-1918), alors qu'il étudiait le droit à la Faculté catholique de Paris, il se rendait souvent dans le laboratoire du professeur Édouard Branly que les Français considèrent comme le "père de la TSF" pour avoir inventé au XIXe siècle le cohéreur à limaille de fer. Ce dispositif permettait de détecter les signaux télégraphiques sans fil, et Marconi l'a modifié plus tard pour ses propres récepteurs. Le professeur s'est lié d'amitié avec le jeune homme, qui est rapidement devenu "accro" à la radio, mais a dû, à contrecœur, reporter toute participation active à la nouvelle science jusqu'à ce qu'il ait terminé ses études de droit.

Ce n'est qu'à partir de 29 ans, Fernand a pu enfin se consacrer à sa véritable vocation, la TSF. Il réunit un groupe d'enthousiastes de radio et, le soir du 23 décembre 1923, les invite dans un restaurant renommé de la région. Là, ils sont enthousiasmés par l'écoute du programme de "Radio Paris" diffusé à plein

volume par un haut-parleur à corne, avec une émotion encore plus forte lorsque le célèbre annonceur déclare soudain : *"En ce moment, à Fécamp, chez l'une des meilleures tables de la ville, se forme le Radio-Club de Fécamp"*. Fernand avait persuadé la plus puissante station de France d'aider à la naissance de son association.

Mais malgré des débuts prometteurs, le Club ne compte que deux membres actifs au cours de sa première année d'existence. Fernand explique ce manque d'intérêt par la nécessité de traverser la ville pour se rendre aux réunions hebdomadaires de la rue Georges Cuvier, surtout par mauvais temps. Pour stimuler l'enthousiasme, il offre à chaque membre un récepteur sans fil de bonne qualité. Mais cela ne fait qu'empirer les choses, car les membres paresseux ne viennent plus que rarement aux réunions, préférant rester confortablement chez eux à écouter leurs radios gratuites.

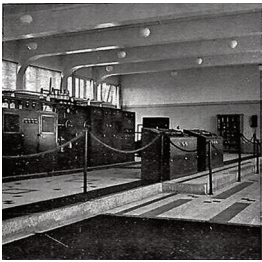
En 1925, il construisit et installa dans son salon un petit émetteur de téléphonie sans fil avec une alimentation électrique à la cave et une antenne tendue au-dessus du toit. Il obtient l'autorisation d'émettre des sujets de nature technique sur une

portée de trois kilomètres. La station reçoit l'indicatif EF8IC. Tels sont les modestes débuts de ce qui deviendra la célèbre "Radio Normandie".

Au début, la station fonctionne de manière irrégulière sur la longueur d'onde de 200 mètres qui lui a été attribuée, puis Fernand augmente sa puissance à 50 watts et commence à transmettre des disques de gramophone ainsi que des nouvelles et des annonces locales. Le nombre d'auditeurs augmentant, il prend l'habitude d'annoncer sa station sous le nom de "Radio Fécamp" et de diffuser le son de la sirène de la distillerie comme signal d'identification. Constatant l'audience grandissante de la station, des commerçants locaux signent avec lui des contrats de publicité pour leurs produits, ce qui lui permet de couvrir ses frais ; il a en effet investi beaucoup d'argent personnel dans le Club. Ce succès l'incite à installer un nouvel émetteur en 1928, ce qui permet d'étendre la portée à 100 kilomètres et de couvrir plusieurs grandes villes. Le nouvel émetteur est installé dans sa véranda, tandis que le salon est

transformé en auditorium. La petite station gagne en notoriété et reçoit des subventions de la ville de Fécamp et de la Chambre de Commerce. En 1929, deux pylônes de 50 mètres de hauteur sont érigés sur la colline voisine dominant la ville, et l'ancien Radio-Club, rue Georges Cuvier, est transformé en petit studio. Entre les mâts d'antenne, un petit bâtiment abrite les appareils, désormais retirés du salon et de la cave de Fernand. En même temps, la station est officiellement accréditée comme l'une des douze stations privées de France et, en reconnaissance pour la région où ses émissions sont si largement reçues, Fernand l'honore d'un nouveau nom : "Radio-Normandie".

L'activité de la station est telle que Fernand engage une sténodactylo adolescente, Francine Lemaître, pour prendre en note les messages de presse téléphonés de Paris. Deux mois plus tard, lorsque Fernand doit exceptionnellement s'absenter, elle prend sa place au micro et devient ainsi la première femme speakerine de France et la plus jeune

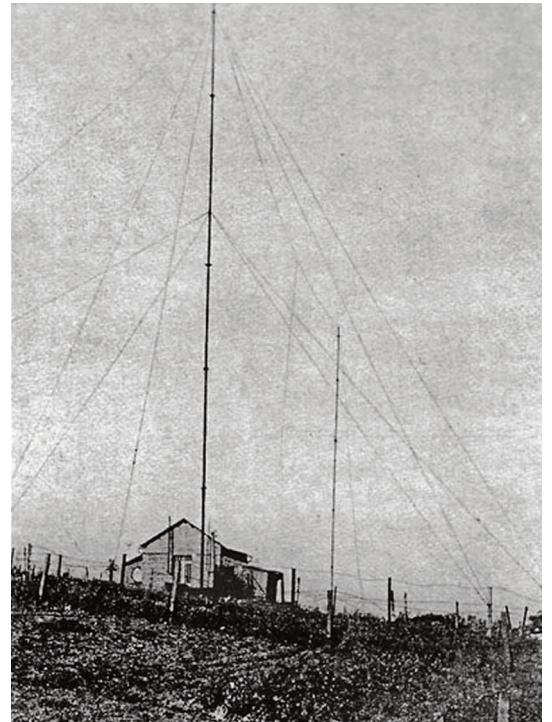
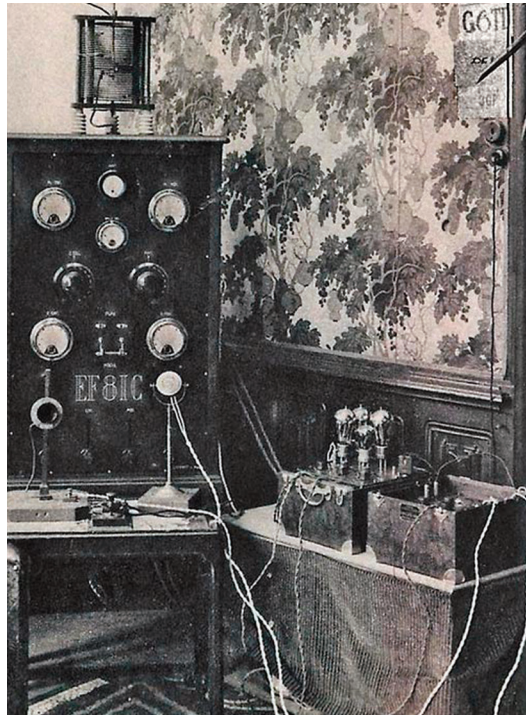


Ci-dessus : l'émetteur et le tableau de contrôle de Radio Normandie à Louvetot

A droite : le premier émetteur EF8IC de Fernand Le Grand dans le salon du château à Fécamp en 1925

A l'extrême droite : l'antenne de 50 mètres de Radio-Fécamp sur la colline en 1929

En dessous : les deux animateurs, Francine Lemaître et Roland Violette (Tante Francine et Oncle Roland)



d'Europe. Un comédien amateur à la voix chaude, Roland Violette, est également engagé comme speaker, et ensemble, ils deviennent la Tante Francine et l'Oncle Roland du Club des enfants de la radio, qui compte finalement 30 000 membres mineurs et au moins autant d'adultes. Désormais, Radio Normandie est en pleine ascension. Bien que ne fonctionnant quatre jours par semaine, la station ouvre progressivement des studios dans d'autres villes importantes et équipe une camionnette pour relayer les émissions extérieures. En 1931, Fernand signe un contrat avec l'Anglais Leonard Plugge qui loue l'émetteur à certaines heures pour diffuser des programmes publicitaires vers l'Angleterre : nous y reviendrons.

En 1933, la notoriété croissante de la station nécessite l'érection de deux pylônes aériens de 100 et 113 mètres de haut, qui étendent considérablement la portée et augmentent l'audience de la station en Grande-Bretagne. Mais la malchance frappe en 1934, lorsque le nouveau plan de Lucerne d'attribution des longueurs d'ondes entre en vigueur. La Normandie se voit reléguer la longueur d'onde commune - la plus basse - de 200 mètres et sa puissance de 25 kilowatts est fortement réduite. Heureusement, la station est sauvée lorsqu'elle est autorisée à fonctionner sur la longueur d'onde inutilisée de 206 mètres de la Tour Eiffel.

Radio Normandie, qui est désormais une station européenne importante, est devenue trop petite dans ses locaux exigus de Fécamp, même avec l'ajout de deux grands studios dans la nouvelle Maison de la Radio. De plus, le puissant signal de son antenne, si proche de la ville, interfère avec la réception d'autres stations chez les auditeurs locaux. Fernand étudie la question avec sa vision habituelle et, en août 1935, un décret gouvernemental est adopté autorisant la station à se déplacer de plusieurs kilomètres à l'intérieur des terres, sur deux sites, Caudebec-en-Caux et Louvetot. Conformément au nom de la station et à sa situation en Normandie, l'architecture sera de style normand classique.

A Caudebec, Fernand acquiert un beau château Napoléon III situé dans un vaste parc en bord de Seine et le transforme en siège administratif prestigieux pour les services français et britanniques. Le rez-de-chaussée devient un centre d'accueil avec un bar-restaurant pour les nombreux visiteurs et artistes, tandis que le premier étage et une partie du second sont aménagés en bureaux, discothèques et studios. Les étages supérieurs sont occupés par des logements pour le personnel et, au fond du parc, se trouvent des studios d'enregistrement d'urgence. (émissions anglaises)

Six kilomètres plus au nord, sur le haut plateau de Louvetot, Fernand installe sa station d'émission ultramoderne. Le bâtiment principal, haut de quatre étages et long de 53 mètres, est construit sur d'immenses caves et citernes. Au rez-de-chaussée, une salle des machines moderne et un grand atelier pour l'entretien de l'installation ; au premier étage, la salle des émetteurs, la salle des accumulateurs, le laboratoire et le studio de secours. Des logements confortables pour le personnel occupent le deuxième étage et, pour couronner le tout, un immense grenier. Une tour attenante abrite le bureau du directeur de la station, tandis que plus bas sur le terrain, une centrale électrique contenant deux générateurs diesel assurent l'alimentation de l'émetteur.

Au centre du site, l'antenne, un pylône triangulaire Blaw-Knox de 170 mètres de haut, se dresse sur sa pointe, soutenue par trois câbles épais. L'accès au terrain se fait par une imposante porte flanquée de deux bâtiments également de style normand classique. Un câble souterrain de six kilomètres relie Louvetot à Caudebec.

Avec ces deux sites, Fernand Le Grand a créé un



Ci-dessus : Le château de l'administration dans son parc à Caudebec, 1935.

complexe d'émission modèle dont les seize premiers membres du Radio-Club de Fécamp n'auraient jamais rêvé. De nombreux visiteurs britanniques, amenés par le bateau à aubes "Brighton Belle" durant l'été 1935, viennent rendre hommage à leur station préférée.

Après de longs essais, la nouvelle station entre en service régulier en décembre 1938, émettant sur 274 mètres sans interruption de 6h30 à 2h du matin. Le 4 juin 1939, la nouvelle Radio Normandie est inaugurée; trois mois plus tard, le 7 septembre, elle doit s'arrêter : la Seconde Guerre mondiale commence. La station est reprise comme relais de la chaîne nationale, et en juin 1940, elle est réquisitionnée par l'occupant allemand. A la fin de la guerre, Fernand n'est pas en mesure de récupérer sa station. Il envisage alors de s'installer à Jersey et d'en ouvrir une nouvelle, mais il n'en est rien. Fernand Le Grand, le créateur de la très appréciée Radio Normandie, est décédé en 1953.

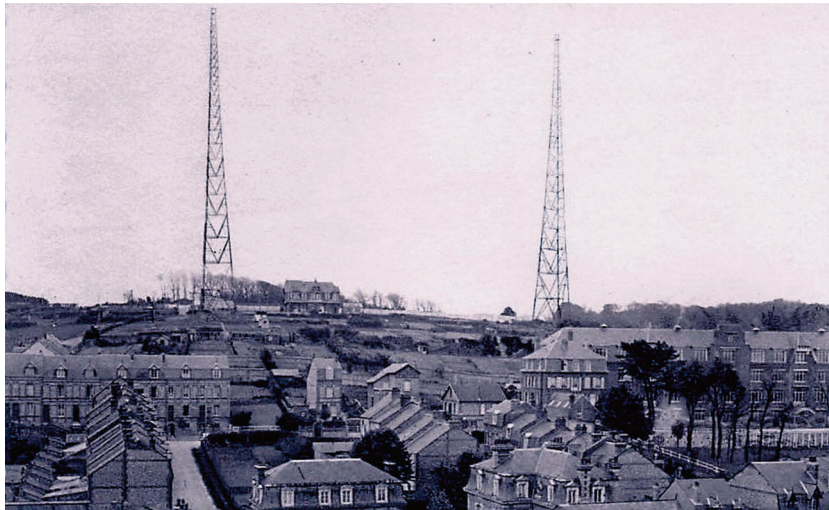
L'histoire anglaise

Le grand impact du petit émetteur auprès des auditeurs anglais est le résultat direct du mécontentement général en Grande-Bretagne à l'égard des programmes proposés par la British Broadcasting Corporation, la seule organisation autorisée à diffuser des émissions de divertissement dans ce pays. Dirigée de manière dictatoriale par son directeur général, John Reith, un Écossais aux opinions religieuses strictes, la BBC diffuse principalement des programmes très sobres, et le dimanche en particulier est pour les auditeurs un jour de morosité ininterrompue. Les auditeurs attendent des programmes plus attrayants, et notamment de la musique de danse, mais Reith interdit la diffusion de ce type de musique le dimanche.

Un homme a décidé que les auditeurs britanniques devaient entendre leur musique de danse, même le dimanche et celui qui leur fournirait, tout en s'enrichissant au passage est le capitaine Leonard Frank Plugge - son titre militaire provient de son service en tant que chercheur scientifique au sein de la Royal Air Force -, un excentrique dynamique et un inventeur. Premier volontaire à conduire une rame du métro londonien pendant la grève générale de 1926, il devint plus tard député conservateur de Chatham avec un slogan approprié "*Plug in with Plugge*" (Branchez-vous avec Plugge).

La concurrence avec la BBC n'étant pas autorisée en Grande-Bretagne, Plugge décide de louer du temps sur une station étrangère et d'y diffuser sa musique de danse. Il part donc en tournée sur le continent pour comparer les puissances des différentes stations. Sa grosse voiture est équipée d'une radio - une rareté à l'époque - alimentée par 25 kilogrammes de batteries soudées au châssis de la voiture et

La concurrence avec la BBC n'était pas autorisée en Grande-Bretagne, Plugge décide de louer du temps d'antenne sur une station étrangère et d'y diffuser sa musique de danse.



Ci-dessus : Fécamp - les deux mâts de 100 et 113 mètres de haut qui remplacent l'antenne d'origine.

Plugge demande à rencontrer M. Le Grand. On lui montre la station de radio dans le salon du propriétaire. Celui-ci lui explique qu'il a l'habitude de diffuser de la musique en continu et de l'entre couper chaque demi-heure par des discussions. Il raconte qu'un jour, il a mentionné à l'antenne le nom d'un cordonnier du Havre et la qualité des chaussures qu'il fabriquait, et qu'aussitôt, les ventes de ce cordonnier avaient énormément augmenté.

alimentant un haut-parleur suspendu au toit comme un abat-jour. Le véhicule lui avait déjà causé des ennuis à Londres lorsqu'il l'avait garé ostensiblement dans le West End, la radio jouant à plein régime. Il avait attiré tellement de monde que Plugge avait été arrêté, traduit en justice et condamné à une amende pour obstruction de la circulation.

On raconte que Plugge roulait le long de la côte normande vers 1930 et qu'il s'est arrêté pour se rafraîchir à Fécamp, où il a été intrigué par un programme de musique et de bavardage sur la radio du café. Il demande au patron de quelle station il s'agit : Radio Fécamp, lui répondit-on, et elle appartient à Monsieur Le Grand, le fabricant de la liqueur Bénédictine, qui vit dans le grand château voisin. Plugge appelle M. Le Grand et on lui montre la station de radio dans le salon du propriétaire. Le Grand explique à Plugge qu'il a l'habitude de diffuser de la musique en continu et de l'entre couper toutes les demi-heures par des discussions. Il raconte qu'un jour, il avait mentionné à l'antenne le nom d'un cordonnier du Havre et la qualité des chaussures qu'il fabriquait, et aussitôt, les ventes de ce cordonnier avaient énormément augmenté.

Cette anecdote impressionne Plugge au plus haut point. C'est exactement ce qu'il a en tête : une radio commerciale. Après avoir pris rendez-vous avec M. Le Grand, il se rend au Havre pour acheter une pile de disques populaires (78 tours à l'époque, 25,4 centimètres de diamètre). En chemin, il s'arrête à la National Provincial Bank pour retirer l'argent nécessaire et demande au caissier, un jeune anglais nommé William Evelyn Kingwell, s'il connaît quelqu'un qui désirerait aller à Fécamp le dimanche soir, passer quelques disques à la radio. Kingwell, qui possède une moto, répond par l'affirmative et devient ainsi le premier disc-jockey du service anglais de Radio Normandie. Il occupe ce poste à temps partiel pendant plusieurs semaines, jusqu'à ce que le premier présentateur régulier, le major Max Staniforth, arrive d'Angleterre.

Staniforth, au chômage pendant la Grande Dépression est désespérément à la recherche d'un emploi. Il avait lu l'annonce de Plugge dans le Daily Telegraph, avait postulé personnellement et obtenu le poste de responsable de Radio Normandie (comme c'était le cas au début). Plugge lui demande d'apporter une caisse de disques à Fécamp et d'annoncer chaque disque au micro avant de le jouer. En particulier, au début de chaque session, il doit dire : *"C'est IBC qui commence sa transmission pour l'Angleterre"*. IBC (International Broadcasting Company) est le nom de la société que Plugge a créée pour exploiter le service. Pour faire connaître la station au public britannique, Plugge a essayé d'en faire la publicité dans les journaux, mais ne voulant pas de concurrence dans ce

domaine publicitaire lucratif, ils ont refusé ses annonces. L'un d'entre eux, le journal sportif "Sunday Referee", a brièvement publié ses programmes en octobre 1931, mais les menaces de mesures punitives de la part de la Newspaper Proprietors Association l'ont contraint à y mettre un terme. Mais la nouvelle s'est répandue et Radio Normandie a rapidement acquis une popularité considérable sur 246 mètres d'ondes moyennes, en particulier le dimanche, lorsque l'audience de la BBC est négligeable.

Après avoir prouvé que la station pouvait être écoutée en Angleterre et qu'il avait une audience - souvent plus importante que celle de la BBC - Plugge a décidé de vérifier s'il pouvait vendre quelque chose à ses auditeurs "par la voie hertzienne". À titre expérimental, lui et son coréalisateur George Shanks ont fabriqué une crème pour le visage à partir d'une formule simple qu'ils avaient lue dans une encyclopédie ménagère. Dans la cuisine de la mère de Shanks, ils mélangent les ingrédients dans une casserole et les versent dans de petits pots noirs portant l'étiquette *"Renus Skin Food"*. Ces pots sont envoyés à Max Staniforth avec l'ordre d'en faire la publicité sur Radio Normandy. Staniforth réalise un excellent argumentaire de vente et promet à tous les auditeurs qui envoient deux shillings et trois pence (environ 11 pence en monnaie moderne) en timbres ou par chèque à une adresse imposante à Londres, qu'ils recevront un délicieux pot de *"Renus Skin Food"*. L'afflux d'argent est tel que Plugge et son associé doivent faire appel à un laboratoire industriel pour produire suffisamment de crème pour le visage afin de satisfaire la demande. Plugge sait désormais avec certitude qu'il peut vendre par l'intermédiaire de cette station de radio.

Pour populariser la station et augmenter son audience, Plugge crée un club - dont la devise est *"Better and Brighter Radio"* - pour les auditeurs fidèles de Radio Normandy. Le 12 juin 1932, le journal Sunday Referee annonce que 50 000 demandes d'adhésion ont été reçues depuis la création du club une semaine auparavant. La nuit suivante, la station commence à diffuser régulièrement à minuit de la musique de danse jusqu'à 3 heures du matin et en avril 1933, Radio Normandie diffuse en anglais douze heures d'émissions le dimanche et six heures et demie chaque jour de la semaine. Plugge publie une feuille hebdomadaire des programmes IBC. Le populaire magazine Radio Pictorial diffuse la grille des programmes de la station à partir du 31 août 1934, car la station est alors une attraction incontournable pour les auditeurs britanniques.

Le succès de Plugge avec Radio Normandy exaspère le directeur général de la BBC, qui n'admet pas que la radio puisse être utilisée à des fins commerciales, pas plus qu'elle ne doit diffuser de la musique de danse le dimanche. Reith se considère comme l'arbitre de ce que le public britannique doit être autorisé à écouter sur son poste de radio, mais comme aucune loi n'est enfreinte, il ne peut rien tenter légalement, même si on lui a suggéré de brouiller Radio Normandy. En fin de compte, il a lui aussi été contraint de diffuser de la musique de danse légère le dimanche et, d'une manière générale, d'égayer les programmes solennels du sabbat. Pour ajouter à la fureur de Reith, Plugge installe effrontément le siège de son International Broadcasting Company sur Portland Place à Londres, juste à côté de l'imposante Broadcasting House de la BBC. Les équipes rivales de la BBC et de l'IBC s'affrontent dans les pubs locaux.

Au fur et à mesure de son évolution, Radio Normandie change de longueur d'onde et passe à 1304 mètres d'ondes longues afin d'offrir une meilleure réception à un public plus large*.

(*confusion de l'auteur avec Radio Luxembourg qui apparaît sur 1304 m en 1933)

Les auditeurs des programmes de Plugge apprécient bientôt la musique censée être jouée par les "orchestres de l'IBC" dans les "studios de l'IBC", mais en réalité ni les orchestres ni les studios n'existent : ils font partie de l'image créée par Plugge pour impressionner ses auditeurs. Il équipait une camionnette d'enregistrement mobile pour visiter les cirques et les music-halls, et ses auditeurs étaient ravis lorsque le présentateur du programme annonçait : *"Je vous emmène maintenant dans tel ou tel théâtre où le spectacle commence"*. En réalité, ce qu'ils entendaient n'était pas un spectacle en direct, mais un enregistrement réalisé quelque temps auparavant. Parfois, cette tromperie ne fonctionne pas, comme lorsqu'il transmet involontairement un spectacle "en direct" deux semaines après que le théâtre a brûlé !

Le temps passant et la station continuant à prospérer, Plugge aspire à diffuser de la musique de danse en direct depuis des salles de bal célèbres, comme le fait désormais la BBC, mais la Poste refuse de lui louer les lignes téléphoniques de haute qualité dont il a besoin. Plugge surmonte cet obstacle à sa manière inimitable : il achète des caméras cinématographiques de 35 millimètres et enregistre les groupes sur les bandes sonores. La qualité obtenue était si étonnamment réaliste que son présentateur a facilement persuadé les auditeurs de la radio qu'ils écoutaient des diffusions en direct des meilleurs orchestres de danse du monde. Même la BBC a été dupée et n'a pas pu comprendre comment cela avait été fait.

Plugge, conscient de l'hostilité de Reith et craignant qu'un "service des sales tours" géré par un triumvirat hostile composé de la BBC, des douanes et de la poste n'intercepte les enregistrements de ses programmes, prend des dispositions complexes pour éviter un tel sabotage. Au lieu de les envoyer directement à Fécamp, il les expédie vers un disquaire de Paris, où un commis à sa solde extrait subrepticement les colis et les apporte à la station française "Poste Parisien". La radio parisienne prélève ses propres enregistrements et met le reste dans le train pour Fécamp. Ainsi, les programmes passent toujours.

Le déménagement de Radio Normandie en 1935 dans des locaux plus vastes à Louvetot, avec une antenne pylône de 170 mètres de haut alimentée par un émetteur de 25 kilowatts, augmente considérablement la portée et par conséquent le nombre d'auditeurs en Grande-Bretagne.

Le format finalement adopté par Plugge consiste à vendre du temps d'antenne, généralement 15 ou 30 minutes, à des annonceurs individuels qui fournissent leur propre programme enregistré prêt à diffuser à une heure stipulée. Destinés à différentes catégories de public britannique, ces programmes sont conçus pour attirer les acheteurs potentiels des produits annoncés. Ainsi, les fabricants d'une célèbre marque de combinaisons de travail pour hommes ont diffusé 15 minutes de musique de marche entraînante censée correspondre au goût des travailleurs manuels. Le savon de toilette Palmolive présente une demi-heure de musique moderne et de discussions croisées à la mode yankee pour attirer un public jeune. Une marque bien connue de papier à cigarettes diffuse des informations sportives destinées aux amateurs de "tabac à rouler". Les programmes sont extrêmement populaires et nombre d'entre eux mettent en vedette les meilleurs artistes de l'époque.

Le moment de la journée auquel les publicités sont diffusées sont également important. Le dimanche matin, les fabricants d'une célèbre sauce en poudre diffusent un programme destiné aux mères préparant le dîner du dimanche, tandis que l'après-midi, les fabricants de médicaments pour les maux d'estomac ciblent ceux qui ont trop mangé au cours du dîner.



Les enfants sont l'objectif de nombreux programmes tels que le Post Toasties Radio Corner mettant en vedette les aventures des jumeaux Teena et Tony, ainsi que la probabilité séduisante de gagner un prix d'une demi-couronne (douze pence et demi) où "Oncle Pastille" leur raconte des histoires passionnantes grâce à la générosité intéressée du mélange contre la toux au sirop de miel Pineate. Les caramels Cutey Cream visent plus haut et présentent l'histoire du Petit Sambo Noir, un classique populaire.

Les femmes au foyer, seules à la maison toute la journée, peuvent profiter de programmes tels que "Le loisir de 11 heures" avec Mme Feather (Plume), une femme à l'esprit duveteux, présenté par les Aspirateurs Goblin pendant la pause thé du matin ; Cookery Nook (jeu de mots astucieux) - coin cuisine - "un rendez-vous à l'heure du thé avec un expert en cuisine" à partir de la farine autolevante de MacDougall's ; l'organiste de cinéma populaire Harold Ramsey joue avec l'aimable autorisation de Mansion Polish (cires) ; Your Old Friend Dan (philosophie et chansons canadiennes) du rival Johnson's Wax Polish ; et le Potted Show avec des faits et des énigmes de Senior's Potted Meats (conserves de viande). Des feuilletons quotidiens déchirants ont arraché des larmes de sympathie aux ménagères britanniques au cœur tendre.

Les produits de santé représentent un grand nombre de sponsors : The Record Spinners, des disques populaires de Bismag Bisurated Magnesia (magnésie bismurée) ; Les drames passionnants de Cystex, "un remède garanti pour les problèmes rénaux" ; L'heure taquine, un quiz organisé par Genozo Toothpaste ; et Radio Normandy Calling, une émission d'une demi-heure de Maclean's Toothpaste (dentifrice) and Stomach Powder. Gypsy Petulengro prédit l'avenir au nom de Skol Antiseptic, tandis qu'un

En haut : Louvetot - l'entrée principale, une arche flanquée de deux bâtiments normands classiques.

Ci-dessus : Louvetot - le bâtiment principal et la base du pylône aérien de 170 mètres de haut, 1935.

L'existence de Radio Normandie en tant que station privée prend fin au début de la 2e Guerre mondiale, lorsqu'elle est reprise par l'État. Sa toute dernière émission se terminant à 1 h du matin le jeudi 7 septembre 1939, était 30 minutes de musique de danse anglaise dans l'un des programmes de Plugge.

désinfectant concurrent présente les Milton Singing Sisters (sans aucun lien de parenté), une imitation des célèbres Seven Singing Sisters viennoises dont l'une chante incroyablement basso profundo !

Des exercices de maintien en forme sur une musique de piano, offerts par Freezone Corn Remover, animent les premières heures de la matinée, tandis que les signaux horaires des montres Ingersoll ponctuent la journée. Des concours de détection de talents mettent à l'épreuve ceux qui ont envie de se produire sur scène. Stanelli et son orchestre de cuivres (composé uniquement de klaxons) se produisent pour le compte de Symington's Powdered Soup (soupe deshydratée), et Philco (électroménager) présente une heure de nuit avec de la musique de danse - ainsi que l'orchestre symphonique Philco. A la fin des émissions, la lancinante chanson Close Down "Goodnight, Sweetheart, Goodnight" (Bonne nuit Chérie...) est chantée romantiquement par Ted Lewis. La plupart des artistes et des styles de programmes sont propres à cette époque et les auditeurs plus âgés s'en souviennent avec plein d'affection, tout comme le coup de gong unique qui précède toutes les annonces.

Ayant atteint son objectif de fournir aux auditeurs britanniques les programmes plus légers qu'ils réclament, et de forcer la BBC à faire de même, Plugge réalise en même temps sa deuxième ambition : s'enrichir. Son entreprise lui rapporte 1 000 livres sterling par semaine (250 000 £ par an ; plus de 200 000 \$ à l'époque), ce qui est beaucoup d'argent, et il le dépense sans compter. Sa famille vit dans une maison située dans le quartier chic de Hyde Park à Londres, entretenue par 15 domestiques, dont des jardiniers et des chauffeurs, et il possède un cinéma privé de 50 places avec une équipe de projection professionnelle et un bar, ainsi qu'un yacht qu'il garde à Cannes.

Aurolé d'une ascension sociale et soucieux de cultiver les relations avec les personnalités importantes, Plugge organise des fêtes somptueuses auxquelles sont conviés des rois et des reines de l'étranger. Il ignore les gens moins importants et, bien que le gouvernement français lui ait décerné une distinction honorifique, il a toujours considéré qu'il méritait un titre plus élevé que celui de Chevalier et qu'il aurait dû être élevé au rang de Commandeur. Comme Reith, il envisageait de diriger un jour ce pays et pas seulement une chaîne de stations de radio, mais lui, il n'a jamais été aussi proche de cet objectif.

L'existence de Radio Normandie en tant que station privée prend fin au début de la Seconde Guerre mondiale, lorsqu'elle est réquisitionnée par l'État. Sa toute dernière émission, qui se termine à 1 heure du matin le jeudi 7 septembre 1939, consiste en 30 minutes de musique de danse anglaise dans l'un des programmes de Plugge. Radio Normandie a eu une vie très mouvementée, et son effet revigorant sur la programmation de la BBC lui a valu les remerciements sincères de millions d'auditeurs

britanniques. De nombreuses personnalités de la radio et de la télévision ont commencé leur carrière à Radio Normandy.

Au cours des années 1930, le gouvernement britannique s'était rangé du côté de Reith pour tenter de faire interdire les émissions en anglais des stations étrangères. Il a persuadé l'Union Internationale de Radiodiffusion de convenir qu'aucune nation ne devrait, en règle générale, diffuser des émissions dans une autre langue que la sienne. Pourtant, la BBC a été l'une des premières à enfreindre cette règle avec ses émissions de propagande diffusées après la conférence de Munich. À partir de 1937, une organisation politique soutenue par le gouvernement, le Joint Broadcasting Committee, loue du temps sur Radio Normandie et d'autres stations de radiodiffusion commerciales britanniques pour diffuser des programmes de propagande en allemand vers l'Allemagne. Plugge coopère et son ingénieur/disc-jockey multilingue, en 1938 et 1939, est rattaché aux services de renseignement du ministère de la Guerre. En raison de l'accord international, ces émissions devaient être diffusées avec circonspection.

En 1945, à la fin de la guerre en Europe, Plugge perd son siège de député lors des élections législatives. Il n'est pas en mesure de ressusciter son association avec Radio Normandy ni avec aucune des autres stations de la chaîne qu'il a créée, et disparaît peu à peu de la scène publique. La seule station commerciale d'avant-guerre qui a recommencé à émettre vers la Grande-Bretagne est la grande rivale de Radio Normandy, Radio Luxembourg, qui a continué à émettre pendant quelques années.

Plugge est mort en Californie en 1980, excentrique jusqu'au bout des ongles, à l'âge de 92 ans. Malheureusement, il n'existe aucun monument à la mémoire de ce remarquable entrepreneur ou de son grand partenaire, Radio Normandy, que ce soit en Angleterre ou en France. Le café dans lequel Plugge a conçu sa grande idée subsiste, bien qu'il porte aujourd'hui un autre nom, tout comme la place sur laquelle il est situé. Mais il n'y a aucune trace de la station qui a mis le nom de la petite ville française sur des millions de cadrans radio britanniques ; même le bâtiment qui abritait l'émetteur d'origine n'existe plus.

Mais récemment, Radio Normandie a connu un regain d'intérêt et a eu un impact considérable sur la radiodiffusion en Europe. Un habitant de Fécamp, Jean Lemaître, a écrit une brochure intitulée "Allo ! Allo ! Ici Radio Normandie", Plugge a un biographe anglais, tandis que la BBC elle-même a diffusé une brève histoire de son vieil adversaire, avec des extraits évocateurs des programmes d'avant-guerre. Pourtant, Radio Normandie a son mémorial dans les innombrables stations de radio indépendantes qui divertissent aujourd'hui le public britannique. Depuis Radio Caroline, l'interdite, au populaire Talk Sport, l'esprit du capitaine Plugge et de Fernand Le Grand perdure.