

Les radios de la RTBF en forme

BULLETIN DES CHAÎNES (4/4) Bel RTL s'aplatit, Vivacité cartonne

- ▶ Dernière étape de notre bilan de l'année avec les radios.
- ▶ La RTBF est en forme, RTL reste leader mais déçoit.
- ▶ La rentrée promet des surprises.

Après avoir publié les bulletins de santé subjectifs des chaînes télé de la RTBF, RTL, AB3 et françaises, *Le Soir* se penche sur les radios. Audiences du CIM (l'organisme chargé de sonder les habitudes des auditeurs francophones) et nos oreilles à l'appui, elles ont pu être classées en deux catégories : les radios « en forme » et les « patraques », dont on aurait pu attendre mieux cette année. A ce petit jeu, la RTBF classe trois de ses radios dans la première catégorie (Vivacité, Classic 21 et Pure FM). NRJ et Nostalgie se portent toujours bien quand RTL doit revoir sa copie malgré sa position de leader. Une chose est sûre, entre l'évolution de La Première, la fin des *Grosses têtes* sur Bel RTL et Vivacité plus en forme que jamais, la saison 2014-2015 s'annonce intéressante. ■

MAXIME BIERMÉ
NOËLLE JORIS

EN FORME

Vivacité, le challenger

Pour la première fois dans sa jeune histoire (dix ans tout pile cette année), la station de la RTBF peut prétendre au titre de première radio du sud du pays.

Un succès qui s'explique grâce à la très bonne offre d'info régionale et qui ne devrait pas se démentir suite à la très large couverture et à l'engouement général pour la Coupe du monde. Autres explications : les émissions « populaires » comme le 8/9 et *C'est vous qui le dites*, qu'on pourrait très bien entendre sur la concurrence... Les deux heures des *Pigeons* fonctionnent et *Viva for Life* a marqué les esprits, l'opération reviendra d'ailleurs en décembre prochain. (M.B.)



NRJ, la panthère au top de sa forme

Si on prend la saison dans sa globalité, on peut dire que la radio des hits fête son 20^e anniversaire avec les meilleures performances de son histoire. A la dernière vague CIM, elle se plaçait en sixième position, avec 7,7 % de parts de marché. Loin devant Fun Radio (3,7 %), l'autre radio des jeunes. De bons résultats qu'on peut expliquer par une bonne

matinale et de belles performances également en soirée, mais pas avec un produit « maison » : avec l'émission de Cauet, qu'elle emprunte à NRJ France. Les prochains mois s'annoncent cruciaux : pour séduire encore davantage les jeunes, la radio a en effet l'ambition de lancer sa propre chaîne de télévision... « *Plus de détails en septembre* », nous promet-on. (N.J.)



Nostalgie, la 3^e place en point de mire

Aux derniers résultats du CIM, seulement 0,6 % de parts de marché la sépare de la troisième place... En toute discrétion, les regards se portant davantage sur le duel RTBF-RTL, Nostalgie a grappillé du terrain sur ses concurrentes ces derniers mois. En 25 ans (qu'elle a fêté cette année), Nostalgie

n'a jamais changé sa recette :

elle reste focalisée sur la musique et se défend de faire des émissions de débats, de politique. Une conti-



nuité qui paye. Et si c'est la radio des légendes, Nostalgie va aussi chercher ses auditeurs sur le web via ses neuf web radios et elle entend bien en créer encore davantage. (N.J.)

Classic 21 rocks !



Marc Ysaye, directeur de la station, pouvait avoir le sourire en mars dernier. Les dix ans de Classic 21 se fêtaient dans l'euphorie d'une progression constante depuis le lancement. Désormais cinquième chaîne du pays, la radio, qui joue sur la nostalgie rock'n'roll, cartonne.

« *Ce qui m'épate le plus, c'est que les jeunes de moins de vingt ans se passionnent à nouveau pour ce média* », avait-il confié. Elle termine l'année au-dessus des 10 % de parts de marché devant NRJ et Fun Radio mais derrière Nostalgie. Avec pour objectif de passer devant cette dernière lors de la prochaine saison ? Cela ne paraît pas impossible ! (M.B.)

Pure FM monte discreto

Alors, oui, 3 % de parts de marché, ce n'est pas grand-chose. N'empêche, Pure FM partait d'une feuille blanche il y a dix ans et cette saison semble celle du redécollage. Critiqué pour sa programmation musicale trop répétitive et commerciale l'année dernière, Rudy Leonet, le patron de la chaîne, reste

fixé sur les chansons



récentes mais ne passe plus « Paradise » de Noa Moon deux fois par heure. Si on n'a pas spécialement apprécié la nouvelle mouture d'*On n'est pas des anges* l'après-midi, les *Happy* et *Lazy factory* du week-end font plaisir à entendre dans un paysage radiophonique ultra-formaté. (M.B.)

PATRAQUIS

Pas de vrai renouveau pour La Première

Malgré les efforts de Corinne



Boulangier, La Première ne progresse pas. Ou pas assez. Ses audiences sont descendues fin 2013 à 6,5 % de PDM, avant de remonter début 2014 à 7,2 %. Mais on n'est pas aux 8 % d'habitude. La patte « Boulangier » ne se fait pas encore sentir. Corinne Boulangier s'est donné deux ans pour rebooster les audiences. Ses (premiers vrais) chantiers sont attendus à la rentrée avec des changements sur les tranches stratégiques du petit matin, de la mi-journée et de la fin de journée. (N.J.)

Bel RTL, une grille à revoir

Si Bel RTL était encore lors de



la dernière vague du CIM la station la plus écoutée côté francophone, elle marquait cependant un net recul, talonnée par Vivacité d'à peine quelques centièmes (13,54 contre 13,47 %). Tout en se félicitant de cette première place, la chaîne avait reconnu qu'une modification en profondeur de la grille était nécessaire. La disparition des Grosses têtes de Philippe Bouvard devrait aider à lancer une nouvelle dynamique à la rentrée. Une idée ? Un retour de Zecca le matin pour rebooster l'audience. (M.B.)

Musiq'3, année de la transition

La saison 2013-2104 fut charnière pour Musiq'3, avec un



changement de direction : Benoît Jacques de Dixmude a laissé sa place à (la jeune) Laetitia Huberti, 34 ans. Elle promet de gros changements à la rentrée 2014. En attendant, la saison 2013-2014 était donc une année de transition, avec à la clé une dégringolade dans les audiences : de 92.000 auditeurs quotidiens en début d'année 2013, elle est passée à 74.000 en fin d'année. Début 2014, elle enregistrait toutefois un léger sursaut en régagnant 10.000

auditeurs quotidiens. (N.J.)

Mauvaise fin de saison pour Contact

Contact a très mal



terminé l'année avec une chute de la première à la troisième place des chaînes francophones les plus écoutées. « Les résultats sont tout à fait inattendus, car ils sont à l'opposé de tous les autres indicateurs quantitatifs et qualitatifs que nous avons pour cette station. (...) Nous attendons donc avec impatience la prochaine vague CIM », avait réagi la chaîne. Il pourrait y avoir des modifications en journée, le point faible de la station musicale. (M.B.)