

Vivacité, leader décomplexé

AUDIENCES La radio publique aura mis dix ans à s'imposer

► Avec 15,4 % de parts de marché, Vivacité est la radio la plus écoutée au sud du pays.

► Analyse des raisons d'un succès, pas forcément programmé.

Gros changement dans le classement des radios les plus écoutées en Belgique. Pour la première fois de son histoire, Vivacité est sur la première marche du podium (voir infographie ci-dessous). Une performance qui signe la fin du règne des radios du groupe RTL (Bel RTL et Radio Contact) qui étaient imbattables depuis plus d'une décennie. Une déconvenue à laquelle s'attendait Eric Adlebrecht, directeur des radios de RTL Belgium (lire encadré).

Du côté de la RTBF, on se dit heureux et pas tellement surpris. « On est parvenu chaque année depuis dix ans à améliorer nos programmes et à renforcer nos bases, analyse Eric Gilson, directeur de Vivacité, ex-RTL. Nous progressions de manière constante à l'inverse de Bel RTL qui n'a pas su se renouveler. »

Il est vrai que la chaîne au pillon enchaîne les succès depuis cinq ans. Benjamin Marechal et ses deux « talks » *Le 8/9* et *C'est*

vous qui le dites cartonnent. Tout comme la version radio d'*On n'est pas des pigeons*. En face, *Beau Fixe* et ses 20 ans au compteur ne fait plus le poids, l'émission ne

devrait d'ailleurs pas revenir sur Bel RTL à la rentrée. « *Les gens ont besoin d'être entendus. Où est l'interactivité dans un jeu avec un voyage à gagner ?* », tacle encore Gilson.

Cette année, Vivacité a aussi marqué les esprits avec deux grosses opérations. *Viva for Life*, en décembre 2013, émission de solidarité au profit des enfants vivants sous le seuil de pauvreté et en juin dernier, avec *Viva Brasil*. De quoi expliquer le changement d'habitudes de certains auditeurs selon Xavier De Bruyne, ex-directeur d'antenne de Vivacité, passé coordinateur des différentes chaînes à la direction générale de la radio de la RTBF : « *Ce fut un grand coup d'éclairage sur une chaîne que beaucoup ne connaissaient que de nom. Le projet a cassé les derniers a priori qui restaient, même en interne. Beaucoup se sont rendu compte qu'il s'agissait d'une radio sympa, jeune et proche des gens.* »

Vivacité aura pourtant mis plus d'une décennie avant de s'imposer. Avec des débuts particulièrement compliqués. La fusion entre Fréquence Wallonie et

Bruxelles Capitale (dans le cadre du Plan Magellan qui était destiné à assainir les finances de la RTBF) avait provoqué de vives inquiétudes. Membres du personnel, syndicats et même le monde politique s'étaient emparés de l'affaire. Des tensions qui ont perturbé la construction de la chaîne. « *Entre 2004 et 2007, on a passé plus de temps à gérer le personnel qu'à construire une grille de programme* », admet Gilson. Dans les bureaux d'informations locales qui produisent

les bulletins régionaux, tout le monde n'était pas franchement motivé à évoluer. « *Mais, c'était ça ou mourir !*, rappelle Annick Merckx, rédactrice en chef-adjointe région pour la radio. *D'ailleurs nos efforts n'ont pas toujours été récompensés. Les chiffres sont les chiffres et on a eu des moments de blues. On a mis du temps à s'installer mais les journalistes se sont magnifiquement adaptés.* »

Les équipes de la RTBF le savent, une vague d'audience positive peut cacher un tsunami de déceptions. Eric Gilson compte bien surfer sur les bons résultats de ses programmes phares mais il annonce déjà des évolutions dans la grille, principalement en fin d'après-midi. ■

MAXIME BIERMÉ

REACTION

Éric Adlebrecht, directeur des radios de RTL Belgium, tient à souligner que son groupe (Bel RTL et Radio Contact) comptabilise plus d'auditeurs quotidiens que Vivacité.

Les résultats de Bel RTL sont décevants. Une nouvelle gifle ?

C'est une déception mais pas une gifle. On connaissait la position de Bel RTL et il y avait peu de chance qu'elle évolue positivement. On est même content de s'être stabilisé. Si Vivacité avait eu une forte progression en nombre d'auditeurs, j'aurais considéré ça comme dangereux.

Mais comment expliquer ce net recul ?

Le chantier « Bel RTL » a été ouvert il y a plusieurs années et il n'a pas été assez loin. Quand on est leader avec des formats et des personnalités historiques, on a tendance à ne pas vouloir changer trop vite. On aurait peut-être dû le faire, même si c'était douloureux. Les auditeurs sont allés voir ailleurs, on en prend acte.

Que faire alors ? Une révolution ?

On a surtout travaillé sur le cœur du réacteur, la manière de construire les programmes, de les mettre à l'antenne. On va changer l'humeur globale de la chaîne plutôt que la grille. Plusieurs rendez-vous connus seront toujours là mais il y aura des changements marquants, à commencer par l'arrivée de Laurent Ruquier aux « Grosses Têtes ».

PROPOS RECUEILLIS PAR M.B.

radios Les vraies perdantes et gagnantes

A lire les communiqués des groupes de radios suite à l'annonce des résultats de la nouvelle vague d'audiences du CIM, tout le monde a gagné. Comme d'habitude, en fait.

Décryptage pour identifier les vraies gagnantes et perdantes de cette nouvelle vague.

Vivacité C'est la grande gagnante du jour. Non seulement parce que pour la première fois de son histoire, elle décroche la première place du podium mais aussi parce que sa progression s'inscrit dans la durée. Avec 15,4 % de parts de marché, elle progresse ainsi de près de 2 % par rapport à la vague précédente et creuse l'écart avec Bel RTL, alors que les deux radios étaient au coude à coude début 2014.

Radio Contact Les affaires reprennent pour la radio du dauphin. Après avoir dégringolé de la première à la troisième place au trimestre précédent, Radio Contact remonte la pente, retrouve son niveau en parts de marché de ces derniers mois

(autour des 15 %), mais se fait malgré tout battre (de justesse) par Vivacité.

Bel RTL Si on se base uniquement sur les résultats en termes de parts de marché, on peut dire que Bel RTL reste quasiment stable (+0,2 %) par rapport au trimestre dernier. Mais si on porte un regard plus global, on constate qu'elle a rarement plongé aussi bas dans les audiences. A la dernière vague CIM, elle atteignait d'ailleurs son niveau de parts de marché

le plus bas de son histoire, avec 13,5 % de parts de marché. « *Bel RTL reste stable mais est toujours en deçà de nos attentes, même si elle reste la première chaîne généraliste en nombre d'auditeurs* », défend la chaîne privée, qui promet de gros changements dans sa nouvelle grille qui sera dévoilée la semaine prochaine.

Nostalgie La radio des légendes continue de progresser lentement mais sûrement et talonne de plus en plus près le trio de

tête. Attention danger ?

Classic 21 C'est la radio qui enregistre la plus forte baisse par rapport aux chiffres du trimestre dernier : -2,2 %. « *Mais elle fait la meilleure saison de son histoire* », tempère la RTBF.

NRJ La radio des hits continue sa progression et enregistre son deuxième meilleur score depuis son arrivée en Belgique il y a 20 ans.

La Première Toujours aucune embellie en vue pour la Première. Avec 6,3 % de parts de marché, elle régresse encore et est loin des 8 % visés par Corinne Boulanger. Là aussi, un profond remaniement des programmes est annoncé.

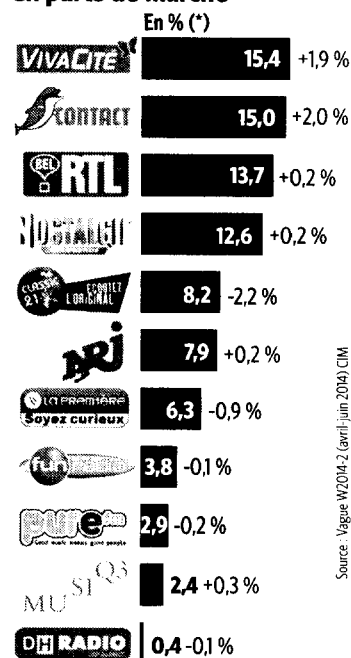
Le bas du classement Relative stabilité pour les trois radios qui ferment le podium, Fun radio, Pure FM et Musiq 3. Même si Pure FM se situe désormais sous la barre des 3 %...

« *La faute (en partie) à la panne d'émetteur due à un incendie en mai dernier* », arguement la RTBF. ■

NOELLE JORIS

Les audiences radio en parts de marché

LS-22.08.14



Source : Vague W2014.2 (avril-juin 2014) CIM

(*) Parts de marché et évolution par rapport à la première vague de janvier-mars 2014