

# La Première veut séduire la Wallonie

**Radio Jacques Crémers, le chef de rédaction de la radio, évoque son projet éditorial.**

Entretien **Aurélie Moreau**

**E**n juillet, le journaliste liégeois Jacques Crémers a succédé à George Lauwerijs au poste de chef de rédaction de La Première. A 48 ans, ce passionné de course à pied évoque l'image "bruxello-centriste" de la radio et ses objectifs d'audiences à court et moyen terme.

*"La Première est la chaîne radio RTBF du débat et de l'approfondissement, indique-t-il. C'est une chaîne d'information et de connaissances mais au-delà de l'analyse, du décryptage et de l'explication des faits, j'ai l'ambition de proposer des contenus qui inspirent mes différents publics. Par inspiration, j'entends: qui suscite le débat, qui propose des découvertes, qui amènent à réfléchir et à s'interroger sur le monde. C'est un beau défi que je vais mettre en œuvre avec la chaîne."*

**Le défi risque d'être difficile à relever: les audiences de La Première diminuent depuis des années. La radio généraliste de référence de la RTBF le serait-elle de moins en moins?**

La Première est la radio référence de la RTBF et elle doit le rester. Dans mon projet, j'ai proposé de centraliser l'expertise de toute la RTBF sur La Première. Tous les collaborateurs de l'entreprise sont invités à y traiter leur

thème de prédilection. La "Bande de curieux" (dans "Soir Première") par exemple est composée de chroniqueurs et journalistes de la RTBF dont les connaissances spécialisées leur permettent de débattre des tendances de demain. Nous collaborons aussi avec des émissions diverses dont des magazines d'investigation comme "Questions à la une". Pour moi, c'est ça la référence. En attendant, les résultats de la dernière vague d'audiences (réalisée par le Centre d'information sur les médias, NdLR) ne sont évidemment pas à la hauteur de nos ambitions. La Première mérite une audience plus large. On ne peut pas se contenter d'un 6,3% de parts de marché (PDM). Avec les réformes mises en œuvre, elle mérite une audience au-delà des 8% de PDM à court, voire moyen terme.

N'oublions pas que lors de la dernière vague de sondage, la matinale était en progrès. Les parts de marché globales ont diminué mais la matinale reste le moteur de La Première. C'est un rendez-vous de prime-time incontesté.

**En septembre, la reconquête des auditeurs s'est pourtant concentrée sur les deux plages d'information (6-9 heures et 17h30-19h30) avec plus de talk, de partage. Cette réforme porte-t-elle ses fruits?**

On a de bons échos en externe et en interne. Les journalistes de l'ensemble des cellules de production qui collaborent avec La Première sont satisfaits de ce qui est mis à l'antenne. De leur degré d'adhésion dépend le succès de la réforme. Il y a un réel engouement des

rédactions. Le retour du public quant à lui, on ne pourra le mesurer que lorsque nous aurons un retour chiffré audimétrique. Nous avons reçu des demandes d'explications du public sur la disparition de certaines émissions mais nous gardons le cap car nous considérons que c'est une formule moderne, réactive, efficace, et on verra au début de l'année prochaine, en février 2015, les résultats d'audience. On est dans une formule qui a besoin de s'installer et on va lui laisser le temps de le faire. On est confiant, ce qui ne nous empêche pas de faire des ajustements au quotidien.

**La Première est considérée comme une radio qui s'adresse principalement aux catégories socioprofessionnelles élevées et aux Bruxellois. Vous assumez cette image?**

La volonté, c'est de conserver nos publics actuels comme celui que vous venez de décrire. Mais La Première, si elle veut augmenter son audience, doit aussi séduire plus de monde en Wallonie. C'est là que se trouve 3/4 de la population belge francophone. C'est là que La Première doit capter de nouveaux publics. La Première performe essentiellement à Bruxelles, c'est vrai mais j'entends souvent que La Première est une radio bruxello-centriste, alors que dans ses contenus il y a beaucoup de contenus régionaux, au

sens large. Par contenus régionaux, j'entends Bruxelles et la Wallonie. Cet été, par exemple, la rubrique "Prenons l'R" est allée à Huy, à Chassepierre, partout où l'événement culturel se déroulait. C'est sur ce ressenti-là que nous travaillons. Notre but n'est pas de régionaliser l'information. Les décrochages régionaux sont sur Vivacité mais il est évident que nous devons nous déployer davantage en Région wallonne.

**Le choix de Mehdi Khelfat comme anchorman de la matinale, c'est une volonté de rajeunir les équipes comme c'est le cas en télévision sur la RTBF et sur La Deux notamment?**

C'est d'abord le choix de toute une rédaction et de la direction de valoriser les compétences de Mehdi. C'est aussi le résultat de la décision de George Lauwerijs d'entreprendre de nouveaux projets. C'est le choix de faire confiance à quelqu'un qui a brillamment porté le Journal Parlé de 8 heures et de mettre cette compétence au service de toute la tranche. Il fait un effort considérable pour animer cette tranche car c'est une performance physique d'animer trois heures d'antenne. Son ton plus léger, dynamique et enthousiaste permet de capter un public large sans perdre notre public de référence. Il parvient sans mal à mettre en valeur les productions de ses collègues journalistes.

**"On ne peut pas se contenter de 6,3% de parts de marché (PDM). Avec les réformes mises en œuvre, La Première mérite une audience au-delà des 8% de PDM à court, voire à moyen terme."**