

# A la RTBF, la radio dope les audiences de la télé

**Depuis septembre, la RTBF diffuse en matinée un produit hybride qualifié de «radio augmentée». Les premiers résultats sont positifs. Mais de quoi s'agit-il?**

**JEAN-FRANÇOIS SACRÉ**

Les résultats complets ne seront connus qu'en février mais, selon son patron, Francis Goffin, la RTBF radio a connu en 2015 la meilleure année de son histoire. Lors de la deuxième des trois vagues annuelles de l'étude radio, publiée fin août, les cinq radios publiques ont porté leur part de marché à 37,2%. Un record depuis le début de la méthodologie actuelle en 2006. À l'époque, la RTBF affichait moins de 26% de parts de marché.

Reste à voir si le lancement de son offre de «radio augmentée» ne va pas affecter cette croissance. La radio quoi? Explications. Depuis septembre 2015, la Une télé diffuse entre 4h30 et 11h la matinale de la radio VivaCité, soit «VivaCité Matin» (4h30-6h), «de 8/9» et le débat interactif «C'est vous qui le dites» entre 9h et 11h. Entre 6h et 8h, par contre, heures des six décrochages régionaux de VivaCité, c'est de la «vraie» télé avec le «6-8», un talk-show matinal, dont les journaux de 6h et de 7h sont ceux de... VivaCité. L'ensemble est estampillé VivaCité car ce sont ses équipes qui produisent et animent l'intégralité de la tranche.

Vous n'avez pas tout compris? Normal, l'offre est assez alambiquée. «C'est un produit hybride», explique Francis Goffin. *Ce n'est pas une simple webcam comme le font nos concurrents, c'est de la radio augmentée: les animateurs et journalistes font de la radio mais regardent la caméra comme s'ils étaient à la télé. Il y a un décor, des*

*animations, des photos, plusieurs caméras, des éclairages, etc. Rien à voir, donc, avec de la radio filmée.»* Pour la petite histoire, celle-ci est apparue en 1997 lorsque RTL-TV1 a diffusé les matinales de Bel RTL, dirigée à l'époque par... Francis Goffin.

## Télé low cost

Le tout est diffusé dans un même studio, adapté à la fois aux exigences de la télé et de la radio: grand plateau de 120 m<sup>2</sup>, écrans géants, caméras mobiles, régie de 30 m<sup>2</sup>... Bref, comme le dit Francis Goffin, *«pour l'auditeur de VivaCité, rien ne change, c'est le téléspectateur qui y gagne.»*

Reste que c'est un peu de la télé low cost: quand le billet d'un journaliste qui n'est pas en studio passe à l'antenne, la chaîne diffuse sa photo ou des visuels relatifs au sujet qu'il traite. Quant à la pub, un logiciel maison permet de remplacer les spots radio par des spots télé synchronisés avec les programmes.

Les débuts ont été laborieux. L'audience était confidentielle, mais elle a vite grimpé. À la mi-décembre, elle allait de 33.800 à 56.300 téléspectateurs selon les tranches. Rien de fracassant toutefois, car la télé n'est pas un média du matin. Les recettes pub ne sont d'ailleurs pas mirobolantes.

Mais en diffusant cette programmation spécifique, même si elle est «hybride», et non plus des rediffusions, la Une télé a dépassé RTL-TV1 la semaine de la Toussaint et, depuis, fait la course en tête. La part de marché est au diapason, oscillant mi-décembre entre 20,1 et 24,8%, soit bien plus que RTL-TV1. *«C'est une audience additionnelle qui conforte la Une»,* observe Francis Goffin. Reste à voir si, lors des résultats de la prochaine vague de l'étude radio, qui intégrera pour la première fois cette «radio en

télé», celle-ci ne va pas affecter l'audience de VivaCité. *«On verra le 11 février: d'aucuns croient que la télé va pomper l'audience de VivaCité, d'autres croient au contraire que les gens continuent d'écouter en radio ce qu'ils ont commencé à regarder en télé. En fin de compte, les deux médias convergent car ils s'adressent au même public.»*

## Convergence

Car tel est bien le but de l'opération: faire converger radio et télé. D'autres émissions radio passeront d'ailleurs bientôt à la moulinette de cette convergence. C'est confirmé pour l'émission culturelle «Coupé au montage» qui sera diffusée sur la Première radio et sur la Trois télé dès ce samedi. C'est projeté pour le magazine dominical «Et dieu dans tout ça?», et pour l'émission d'humour «Un samedi d'enfer».

*«Tout ceci est un peu un laboratoire pour le futur surtout dans la perspective du nouveau bâtiment que nous intégrerons en 2020, conclut Francis Goffin. Le but est d'avoir des studios permettant de faire à la fois de la radio, de la radio télévisée et des émissions 100% télé.»* Et donc de faire des économies d'échelle. En tout cas, le directeur des radios ertébennes n'est pas peu fier de son bébé: *«Les patrons de France Télévision et de Radio France sont venus examiner ce que l'on faisait, claironne-t-il. Nous avons aussi reçu la visite de leurs homologues canadiens et suisses. Car ce que nous proposons est une première en Europe...»*

**«L'offre de radio télévisée que nous proposons est unique en Europe.»**

**FRANCIS GOFFIN**  
DIRECTEUR DE LA RTBF RADIO