

Année 2015 record pour les radios de la RTBF

JEAN-FRANÇOIS SACRÉ

Comme en 2014, le groupe RTL a placé ses deux radios en tête de la troisième vague de l'étude radio du CIM, qui porte sur l'automne dernier. Contact renforce son leadership et devance Bel RTL. Mais si l'on fait la moyenne des trois vagues de sondage de l'année écoulée, Viva-Cité, la radio populaire de la RTBF, s'insère entre les deux privées. Bilan.

■ Une année record pour la RTBF.

Avec 36,2% en moyenne pour les trois vagues de sondage de 2015, les radios de la RTBF ont battu leur record. Leader pour la première fois en 2010, puis de façon discontinue depuis 2012, la RTBF accentue donc son avance, gagnant 1,5 point par rapport à 2014. Evidemment, avec cinq radios contre deux pour RTL, c'est facile d'être leader. Mais la RTBF vient de très loin. Il y a dix ans, sa part de marché (PDM) n'atteignait pas 27%. «Nous sommes à présent dans la moyenne européenne des radios publiques», se réjouit Francis Goffin, directeur des radios de la RTBF. Celui-ci se félicite des résultats de son navire amiral, VivaCité, qui, avec 14,6% de PDM, réalise elle aussi son meilleur score sur base annuelle. Même chose pour Classic 21 (9,6%) et, grâce à son profil adouci, Pure FM (3,6%). «Avec ses émissions thématiques, Pure FM n'est pas une radio commerciale pour autant», assure Francis Goffin. Quand à La Première (6,8%), elle se redresse lentement depuis sa reprise en main par Corinne Boulanger.

■ **RIL progresse.** Contact a renforcé son statut de leader. Après avoir connu un couac lors de la 2^e vague (12,9%) elle a gagné 35.000 nou-

veaux auditeurs lors de la 3^e vague et porté sa part de marché à 16,1%. Pour l'ensemble de l'année, la station audauphin voit sa PDM moyenne passer à 14,8%. «Elle a trouvé sa vitesse de croisière malgré les yoyos d'une vague à l'autre, se réjouit Eric Adelbrecht, patron des radios de RTL qui, un peu mauvais perdant à l'époque, avait fustigé la méthodologie pour justifier la baisse de Contact lors de la vague précédente. «Contact avait chuté de manière incompréhensible alors que rien n'avait changé dans sa programmation. Aujourd'hui que cela va mieux, je maintiens ce que je dis. Peut-être faudrait-il lisser les vagues et ne publier les résultats qu'une fois par an.» Quant à Bel RTL elle retrouve du poil de la bête, profitant des adaptations de grilles effectués à la rentrée 2014.

■ Les grands toujours plus grands.

Tant la RTBF que RTL ont progressé en 2015. Les challengers – le groupe NRJ-Nostalgie et Fun – ont tous vu leur part de marché régresser. Seul NRJ a progressé lors de la 3^e vague. La puissance des grands opérateurs se reflète aussi dans les parts de marché publicitaires. Les radios de RTL avalent près de 40% des investissements pub alors que leur audience n'atteint pas 30%. Même chose, mais dans une moindre mesure, à la RTBF, avec 40,1% du marché pub contre 36,2% de l'audience.

■ **La pub a atteint un plafond.** C'est une première: la part de marché publicitaire de la radio en Belgique a stagné l'an passé à 13,5%. Au niveau national, les investissements bruts ont baissé de 1% à 514 millions d'euros, dont près de 245 pour les radios francophones. «Il faut dire qu'avec

une part de marché publicitaire de 17%, les radios francophones atteignent un record en Europe, le marché est donc arrivé à maturité, observe Francis Goffin. «C'est inquiétant car nous allons devoir faire face à des investissements importants tant en termes de contenus que de technologie, dans la perspective du passage au numérique, afin de rester concurrentiels face aux autres modes de consommation de la musique digitale comme Spotify, Radionomy, etc.», constate Eric Adelbrecht.

■ **Numérique: le temps presse.** Le cabinet du ministre des Médias Jean-Claude Marcourt (PS) travaille toujours sur le dossier de la radio digitale, qui doit élargir l'offre. Mais la question du financement (12 millions d'euros) n'est pas bouclée et le calendrier pousse à accélérer le tempo. «En juillet 2017, les fréquences FM viendront à échéance, explique Francis Goffin; l'idée étant de faire coïncider le nouveau plan de fréquences FM avec le passage au numérique, il faudra lancer dans les temps les appels d'offres pour que le CSA puisse attribuer les fréquences.» Selon lui, on devrait y voir plus clair d'ici l'été.

LE RÉSUMÉ

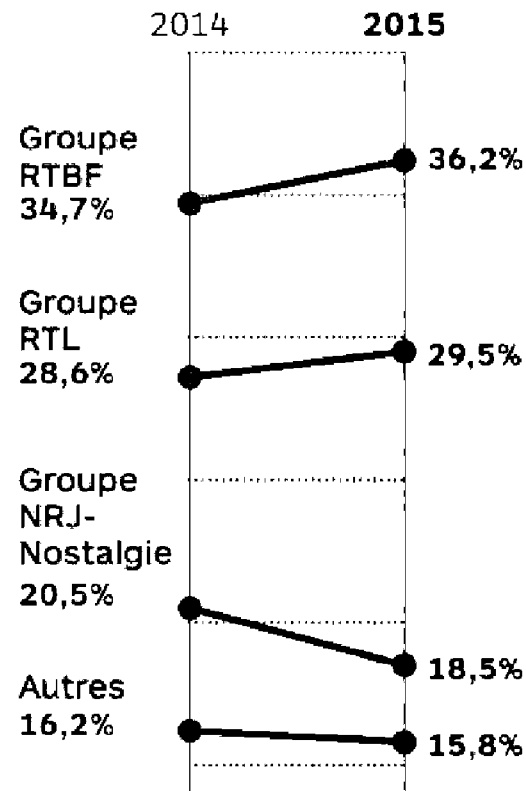
La RTBF radio a connu la **meilleure année de son histoire** en 2015.

Le **marché publicitaire** radio semble par contre être arrivé à **maturité** en Belgique.

Le dossier de la **radio digitale** avance. Mais le calendrier incite à **accélérer la cadence**.

AUDIENCE DES PRINCIPALES RADIOS FRANCOPHONES**En nombre
d'auditeurs quotidiens**

	2014	2015
VivaCité	536.808	534.900
La Première	365.420	336.458
Classic 21	304.090	312.736
Pure FM	141.253	173.647
Musiq 3	81.263	71.732
Bel RTL	583.288	579.861
Contact	555.447	562.125
Nostalgie	431.356	442.027
NRJ	423.677	407.761
Fun	203.341	179.161

**En parts de marché
par groupes de radios**

Source: CIM, moyenne des trois vagues de sondage annuelles