

“Le journal de 8h sur Vivacité est leader”

Radios En 2015, à 8 et 9h, Vivacité a séduit les auditeurs grâce à une offre info remaniée.

Entretien croisé Aurélie Moreau

Troisième radio la plus écoutée au sud du pays (après Radio Contact et Bel RTL), Vivacité – qui a fêté ce lundi son 12^e anniversaire –, est particulièrement suivie à 8 et 9h. Tranche horaire qui compte le plus d'auditeurs pendant la journée. “Pour la première fois dans l'histoire des sondages, un journal parlé de la RTBF est leader sur la totalité de l'année (2015, NdLR). Et pas n'importe lequel, puisqu'il s'agit du journal de 8h”, indique Eric Gilson, le directeur de la radio. “Une part des auditeurs vient donc spécifiquement pour l'info, renchérit Patrick Ector, le rédacteur en chef. C'est assez neuf.”

Ce n'était pas le cas auparavant ?

Patrick Ector : Non, pas de manière aussi aiguë tout du moins. Sur La Première, les rendez-vous d'information ont un côté historique. Ça fait des années que les gens viennent pour écouter les infos. Ce réflexe n'était pas encore ancré sur Vivacité. C'est aussi la première année où un Journal parlé de 8h de la RTBF est leader par rapport aux concurrents privés et Bel RTL.

Sur tous les critères ?

Eric Gilson : Oui, tant en nombre d'auditeurs quotidiens qu'hebdomadaires et en parts de marché. Et parmi

toutes les tranches d'âge, dont plus particulièrement les 35-54 ans.

Pourquoi ? Parce que Vivacité a gagné en visibilité grâce à sa disponibilité en télévision sur La une depuis septembre ?

Patrick Ector : Il y a des explications in-

ternes. On a beaucoup travaillé pour rendre nos journaux plus clairs, plus accessibles, plus directs. C'est une radio généraliste, on est donc préoccupé par le fait d'être compris par le plus grand nombre. On a de longs journaux, 15 minutes, on doit donc travailler sur la forme et sur le rythme.

Eric Gilson : On a aussi l'avantage de fidéliser de manière continue grâce au travail de Christophe Grandjean qui présente le journal depuis quelques années. On essaye de s'adresser à notre public qui est, par exemple, très différent de celui de La Première, avec la même rigueur, la même pertinence et la même qualité qui s'impose à une maison de service public comme celle de la RTBF.

C'est-à-dire ?

L'auditeur de La Première cherche plutôt le débat, l'analyse, des sujets de fonds, développés. Il est curieux de savoir, d'apprendre pour en savoir plus que les autres. Tandis que l'auditeur de Vivacité veut également être informé mais il n'a pas forcément envie, surtout à 8h du matin, d'avoir de longs développements. Il veut les faits et l'info complète mais pas nécessairement développée. La hiérarchie est également différente. Sur La Première, l'auditeur sera peut-être plus intéressé par des sujets géopolitiques ou internationaux. Sur Vivacité, il y a des sujets comme ça,

mais les gens veulent avant tout savoir ce qui va impacter leur vie quotidienne, leur région, leur communauté.

Le passage en télé n'aurait donc eu aucune influence ?

C'est difficile à dire. En termes de visibilité, La une est passée de 10 à 20 % de parts de marché... C'est donc le double de ce qu'elle faisait il y a un an. Ça y contribue certainement mais on ne sait pas si ces auditeurs viennent de la télé. Lors

du passage de Vivacité en télé, il y avait une crainte que la télé fasse concurrence à la radio entre 6 et 8h, que des auditeurs quittent la radio pour regarder Vivacité en télé. Or, on a doublé l'audience en télé et on a augmenté nos audiences

en radio. Ça veut donc dire qu'il n'y a pas eu de cannibalisation des audiences. On se rend compte que les publics ne sont pas les mêmes. Et puis, ce mouvement vers le Journal parlé de 8h avait commencé bien avant le lancement télé, en septembre. Notre but n'est pas d'obtenir plus d'audiences pour réaliser des recettes publicitaires mais de légitimer nos missions de service public et les subventions que nous recevons.

On sait par exemple que la matinale de La Première est la plus écoutée à Bruxelles mais ce n'est pas le cas dans le reste du pays. Quels sont les bastions du Journal parlé de 8h de Vivacité ?

On est clairement plus fort en Wallonie

qu'à Bruxelles, même si en 2015, on a plutôt progressé. On est plus forts à Liège, dans le Hainaut (surtout à Mons Tournai et Mouscron). 80 % de notre audience, ce sont des gens qui sont chez eux, à domicile. A Charleroi, on a également progressé mais le travail est toujours en cours. On est aussi très forts en province du Luxembourg. On est premier parmi les généralistes. La zone Namur, Brabant Wallon en revanche nécessite un peu plus de travail de notre part.

Et concernant les tranches d'âge ?

On vise un public d'adulte, les auditeurs entre 35 et 54 ans mais on sait qu'on a une partie importante d'auditeurs au-delà de 55 ans.

1,2

MILLION

A 8h, 1200 000 Belges écoutent la radio chaque jour. C'est l'audience la plus importante de la journée.

Épingle

Christophe Grandjean, à la présentation

Satisfaction.

Journaliste de formation, Christophe Grandjean débute sa carrière dans le secteur privé (Nostalgie et le groupe RTL) avant d'entrer à la RTBF en 2006. “J'ai passé les examens et j'ai

tout de suite intégré Vivacité pour présenter les infos, indique-t-il. Vivacité, c'est la radio proximité qui doit être complémentaire de La Première. On est dans une info grand public, la plus accessible et la plus compréhensible possible. C'est un chantier sur lequel on travaille depuis la réforme des radios en 2002 et le plan Magellan. Mais ça a pris davantage d'ampleur depuis que Patrick Ector est devenu rédacteur en chef.” Partisan d'un “ton convivial”, amateur du style “direct et limpide” de David Pujadas, le présentateur du journal parlé de 8h sur Vivacité s'adresse aux

auditeurs “comme on parlerait à un ami”. Société, politique, Europe, économie, international, sports, culture... Il répond à “toutes les questions” que “Monsieur et Madame tout le monde se posent et qui sont en général essentielles”. Objectif ? “Vulgariser, décrypter, employer des mots simples, sans jargon mais sans être simpliste et sans trahir la réalité. Ça ne sert à rien de complexifier des choses qui sont déjà compliquées. En radio, on n'a qu'une seule écoute. La radio, ce n'est pas de la presse écrite. On ne peut pas relire des passages.”

Un journal parlé leader pour la RTBF au moment du pic d'audience du média radio