

La RTBF radio plaide pour des études d'audience plurimédias

À l'heure de la convergence des médias, Francis Goffin plaide pour une étude médias globale.

En marge de la présentation des grilles de rentrée de La Première, Francis Goffin, patron des radios de la RTBF, a plaidé pour passer d'une étude d'audience mono média à une étude globale où l'on mesurerait l'audience des contenus audio quel que soit le média où ils sont déclinés. Cela existe en presse où l'étude CIM étudie l'audience des journaux tous supports confondus (papier, digital...). «À l'heure de la convergence des médias, il est temps de passer le cap des études mono médias, dit-il; aujourd'hui, les contenus de La Première sont déclinés sur toutes les plateformes: de l'autoradio à la télé en passant par le web, les podcasts, les réseaux sociaux, etc.»

Francis Goffin met en exergue la dernière vague de l'étude radio du CIM. Après une chute lors de la vague précédente au printemps (5,8% de parts de marché), La Première a retrouvé des couleurs (6,5%) cet été. «Ce redressement ne reflète pas la croissance que la chaîne enregistre sur le digital avec un boom de 77% de l'écoute en streaming et de 78% de l'usage en podcast et en vidéo à la demande, dit-il: or, vu son public plus technophile et la richesse de ses contenus, la Première se consomme plus en digital que les autres radios.»

Francis Goffin prend l'exemple de programmes également diffusés en télévision, comme «Coupé au montage» ou un «Samedi d'enfer»:

«Il peut y avoir des confusions, estime Francis Goffin, car on n'est pas certains que les gens déclarent dans l'étude radio la consommation de ces émissions.» Côté agences, on plaide aussi pour une étude plus pointue. «L'actuelle est incomplète, estime Bernard Cools, directeur général adjoint de Space, elle est axée sur le flux, pas sur la consommation en différé. Certes, on demande aux gens s'ils consomment en général du podcast mais pas sur quelle chaîne.»

Pour le reste, la rentrée de La Première est marquée par la refonte de Matin Première (11 nouvelles rubriques), une nouvelle formule pour le magazine culturel «Entrez sans frapper», des émissions événementielles et le retour de Florence Hainaut, ex-présentatrice des «Décodeurs RTBF», comme chroniqueuse dans l'émission «Un samedi d'enfer». J.-F. S.

«Il est temps de mesurer l'audience des contenus quel que soit le média où ils sont déclinés.»

FRANCIS GOFFIN
DIRECTEUR DES RADIOS
DE LA RTBF