

NRJ/Nostalgie, sur tous les fronts

Radios Le groupe souhaite devenir une véritable entreprise audiovisuelle.

C'est une saison d'une intensité exceptionnelle que notre groupe s'apprête à vivre, se réjouit Marc Vossen, directeur général du groupe NRJ/Nostalgie en Belgique. Nostalgie, en effet, se porte plutôt bien. Au cours de la saison 2015-2016, la radio a séduit 12,2 % de l'audience. *"C'est l'un de nos meilleurs résultats depuis notre naissance, poursuit le responsable. On est deuxième sur les 18-54 ans et on dépasse Bel RTL. Ce n'est donc pas un épiphénomène. Nostalgie est terriblement bien ancrée. Ces chiffres montrent qu'elle n'est définitivement pas une radio pour les vieux. Au contraire..."*

Les audiences de NRJ, en revanche, ne sont pas particulièrement *"réjouissantes"*. *"Nous avons déjà atteint les 7,8 % de parts de marché (PDM) sur*

une saison. Aujourd'hui, on est à 6,8 % de PDM. Je ne vais donc pas pratiquer la langue de bois. [...] Mais il y a toujours, derrière les obstacles, des opportunités."

Stratégie 360

Après le départ de Joël Habay (directeur d'antenne de Nostalgie et Chérie FM) pour la RTBF ou celui de Stéphane Gilbert (directeur des programmes chez NRJ) pour RTL, le groupe a fait appel à de nouvelles recrues. *"Un vent nouveau souffle sur nos programmes"*, assure Marc Vossen.

Chaussée de Louvain à Bruxelles, où sont installés les outils de production du groupe, il n'est plus question de "télé", "radio" ou "Web" mais de "marques". Convergence oblige, NRJ, Nostalgie et Chérie FM sont une seule et même enseigne, déclinée sur trois médias à la fois. *"Notre envie, c'est de devenir un groupe audiovisuel avec trois radios, trois télévisions et 100 webradios pour être diffusés partout."*

Lancée il y a deux ans sur le Web, la chaîne NRJ Hits sera à présent diffusée en télévision (sur SFR d'abord, sur Voo, Orange et Proximus ensuite). Elle proposera essentiellement des clips musicaux, et

des retransmissions de concerts. Un pari risqué pour le groupe dans la mesure où les chaînes musicales disparaissent progressivement. *“Le creuset de l’audience de la chaîne sera celui de la radio qui rassemble 800 000 auditeurs, tente de rassurer Nicolas Fadeur, brand manager chez*

NRJ. On sait aussi qu’il existe une véritable demande de la part des jeunes qui consomment ces clips en ligne”.

Chérie FM, candidate à la FM

D’une manière générale, le groupe se recentre en effet sur son *“esprit de famille”* et la musique – synonyme *“d’émotions”*, de *“convivialité”*, de *“partage”*. A l’image d’une info *“non anxio-gène”*, *“porteuse d’espoirs”* et de *“solutions”*.

Marc Vossen a également lancé un appel soutenu au Conseil supérieur de l’audiovisuel (CSA). Chérie FM, radio proposée sur le Web (pour l’instant) sera candidate à une licence FM. Pour rappel, la bande FM est gérée par le CSA, qui délivre des autorisations d’émettre en fonction de l’intérêt des projets développés par les radios pour la Fédération Wallonie-Bruxelles.

Or les licences délivrées en 2008 arrivent à leur terme en juillet 2017. Un nouvel appel d’offres devrait être lancé

en janvier. *“Pendant huit ans, nous avons respecté nos engagements, créé de l’emploi et réalisé de belles réussites, insiste Marc Vossen. Si la RTBF et RTL obtiennent ce qu’elles veulent, soit cinq radios pour la première et quatre pour la seconde, tout l’équilibre est bouleversé. Nous risquons un véritable problème de viabilité économique. Ils font des produits qui se complètent. Ils peuvent donc offrir aux annonceurs des packages plus cohérents. Nous n’avons que deux radios – nous en sommes très contents – mais nous ne pouvons pas nous en contenter si on veut respecter l’équité, l’équilibre économique. Nous ne pourrions pas rester viables à long terme. [...] Chérie FM le mérite. C’est un projet novateur destiné aux femmes et qui n’existe pas ailleurs. Il s’agit donc aussi de diversité”.*

Au. M.

Au rayon des nouveautés

Nostalgie. La matinale – repensée et rebaptisée “Nosta Family” – accueille une nouvelle recrue, aux côtés de Bruno Fernandez: Sophie Nollevaux. Dès 9h, la musique reprend ses droits dans une émission consacrée aux plus grandes chansons qui ont “*fait la légende de la station*” (“Le Meilleur de Nostalgie”). Enfin, pour renforcer “*l’esprit de famille*” cher à la station (lire ci-contre), Anne Marchand prend la main dès 20h dans un autre magazine musical: “Nosta Club”.

NRJ. L’équipe du “Réveil Duroy” (6-10h) s’agrandit. Bérénice (qui officiait jusqu’ici dans l’émission de Cauet le soir) et JerM rejoignent l’équipe menée par Olivier Duroy. Grâce aux “NRJ Alerte People”, Camille Delhaye interviendra directement à l’antenne pour distiller les infos les plus croustillantes, “*dès qu’elles tombent*”, sur l’actu des stars NRJ.

Du lundi au vendredi (10-13h), Kevin accompagnera également les auditeurs au travail, toutes les heures, avec 40 minutes de hits à la suite. De 13 à 16h, celui qui officiait le week-end rejoint l’équipe de la semaine: Tanguy anime désormais les débuts d’après-midi pour proposer des hits mixés. Sans surprise, Cauet rempile pour une sixième saison de 19 à 22h. **Au. M.**