

# Pure a l'envie d'avoir envie

**Radio Pure – mais plus FM – a précisé mardi sa nouvelle ligne depuis la rentrée et ses projets.**

**C'**est, à dessein, en les murs de La Vallée, pôle de convergence culturelle et de créativité plurielle de l'ensoleillée Molenbeek, qu'avaient été conviés ce jeudi la presse et les professionnels du secteur musical par l'équipe au grand complet de Pure FM. Ou plutôt devrions-nous dire Pure, tout court.

Pour coller à ses ambitions multi-médias et à sa nouvelle identité globale, la chaîne fait en effet fi de son suffixe radiophonique et subit une première transformation pour préparer les lendemains numériques. Quiconque parmi les membres de la clique aura la langue qui fourche et servira encore du "FM" sera désormais quitte de 50 centimes d'euro dans la poche du patron, nous dit-on. Pour renflouer les caisses de la maison-mère, tous les moyens sont bons.

"Pure s'adresse à la génération Y. Celle de l'information rapide et réactive, de l'hyper-communication, de l'autonomie", entame Joël Habay, transfuge de ChérieFM et Nostalgie en poste depuis octobre. Une tranche d'âge que le directeur du pôle musical radio situe entre 20 et 40 ans, ce qui élargit et vieillit un tantinet la lucarne définie notamment par les choix de programmation musicale opérés ces dernières années, lorgnant tant et plus vers le côté populaire de la force et une litanie de tubes électro-pop éphémères et interchangeables.

## Vers l'infini et au-delà

Parlons-en de cette musique, "plus que jamais le centre de gravité de la chaîne". Si Pure a récemment pas mal zigzagué en la matière, posant tantôt

trois pas en avant puis trois autres en arrière, la radio "jeune" de la RTBF semble à nouveau décidée à jouer la carte "découvertes", en tout cas dans son discours. Au même titre que les nouveautés et les souvenirs – "les Gold, que je situerais entre la fin des années 90 et 2015" précise notre orateur –, les découvertes seront remises en avant, avec "une volonté de défricher les musiques nouvelles, parfois même avant les maisons de disques", se targue le sieur Habay.

C'est là qu'apparaît le décalage entre l'envie et la réalité, entre les efforts consentis et la direction annoncée. L'exemple de l'émission "Radar" est parlant à ce sujet. Menée avec zèle et humour par un jeune trio constitué de Sarah Boom, Maxime Wathieu et Fanny Ruwet, l'émission fait la part belle aux musiques alternatives et aux groupes et artistes du cru depuis la rentrée. Bricolée à coups de sessions acoustiques et d'interviews en plateau. Un trou dans le mur jusque-là si hermétique de Pure, permettant à des groupes belges et/ou émergeant d'enfin atterrir sur les ondes (l'émission "Drugstore" de Sylvestre Defontaine avait jadis provoqué les premières fissures).

## Oh, le bel Ovni

On est ici en plein dans la mission de service public d'une telle radio. Malheureusement, l'émission "Radar" a été cachée le dimanche soir de 22h à minuit. Dommage. Et d'autant plus regrettable quand on entend ce qu'en dit le directeur des programmes, décrivant "une émission assez particulière, qui se lâche, investie d'une mis-

sion presque divine...

L'indie dans sa plus pure expression, avec des choses assez improbables". Une sorte d'Ovni donc, selon lui, dont on souhaiterait qu'il multiplie ses heures de vol.

On retrouvera en outre dans la grille les autres émissions de Pure, de "Snooze" au réveil à "Pure Trax" pour les clubbers, en passant par "Pure Mood", "Le Drive" ou le récent "Pur Jus", consacré au hip hop et à la culture urbaine. "La musique qu'écoutent les jeunes", assure Joël Habay et sur laquelle il était grand temps que Pure se penche sérieusement. Il y a lieu cependant de se réjouir d'une telle initiative, aussi tardive soit-elle.

## Bernard Dobbeleer est arrivé

Au rayon des nouveautés, un travail a été effectué sur l'identité visuelle de Pure, le label "PureLike" – "une manière d'estampiller les morceaux d'artistes que Pure soutient" – a été développé et l'offre digitale de la marque s'est diversifiée.

Les podcasts et émissions vidéos (± 30min) "Pop & Snob" consacré à la mode, "5H" dédié au cinéma, "Empreinte digitale" concentré sur les nouvelles technologies et le déjà classique "Drugstore" sont les fleurons de cette mutation.

Enfin, il y a bien sûr l'arrivée de Bernard Dobbeleer, venu de Classic21. Mélomane, DJ, journaliste et programmeur bien connu sous nos latitudes, qui promet de "développer la curiosité" sur Pure et dont l'arrivée suscite bien des espoirs. Il entrera en fonction le 1<sup>er</sup> février.

Nicolas Capart

*"Pure s'adresse à la génération Y. Celle de l'information rapide et réactive, de l'hyper-communication, de l'autonomie."*

JOËL HABAY

Directeur du pôle musical des radios (non classiques) de la RTBF.