

Audiences radios : Bel RTL reçoit une petite gifle

MÉDIAS La chaîne a été dépassée par VivaCité et Nostalgie cet automne

- Bel RTL reste la radio généraliste la plus écoutée avec 586.300 auditeurs quotidiens.
- La nouvelle grille, axée sur les talk-shows, lancée en septembre n'a pas encore permis de relancer la machine.
- Du côté des musicales, Nostalgie pulvérise ses records.

DÉCRYPTAGE

Comment le public allait-il réagir au remplacement de Thomas Van Hamme par Thomas de Bergeyck à la matinale de Bel RTL ? Le retour de Jean-Michel Zecca en matinée a-t-il permis de booster les audiences ? Le passage de la chaîne à la montgolfière de la deuxième à la quatrième place du classement des radios les plus écoutées cet automne en Belgique francophone donne une première réponse négative. Mais il faut nuancer ce constat.

1 La nouvelle grille axée sur les talk-shows doit encore s'installer. Eric Adelbrecht, le patron des radios du groupe RTL, explique la baisse d'audience de Bel par les changements d'ho-

raires et d'animateurs instaurés septembre dernier. « Perdre 0,5 point avec des modifications aussi majeures, ce n'est vraiment pas mauvais. On aurait pu se prendre une plus grosse gifle. Les changements de la rentrée sont plutôt bien accueillis même s'il y a des choses à reconstruire, ce qui est normal. De là à dire qu'on rate notre rentrée, je ne suis pas d'accord. Notre matinale est toujours la plus écoutée du pays. Elle perd 7.000 auditeurs mais c'est toujours comme ça quand on change. Les gens sont pertur-

bés et ont tendance à zapper. »

Le retour de Jean-Michel Zecca en quotidienne est quant à lui positif. « Il a fait progresser les audiences de sa case (« C'est tout vu », entre 10 h 30 et midi NDLR.) avec une émission sur les médias, ce qui était un pari risqué. » Eric Adelbrecht assure « rester confiant » dans sa proposition.

2 Que disent les chiffres ? Pas toujours facile d'y voir clair dans les résultats. Par rapport à la vague d'audience précédente qui portait sur les mois d'avril, mai et juin, la tendance est négative. La part de marché baisse de 14,6 à 14,1. Cela se traduit par une perte de 14.000 auditeurs quotidiens.

Sur l'intégralité de l'année 2016, Bel RTL reste cependant la station la plus écoutée avec 579.000 auditeurs quotidiens. Mais, - attention cela se complique -, elle est dépassée par VivaCité au niveau de la part de marché (14,4 contre 14,5 %). Ce critère est influencé par la durée d'écoute qui est très volatile. Il faut donc le prendre avec des pincettes.

3 VivaCité et Nostalgie en embuscade. VivaCité et Nostalgie surfent sur la popularité de leurs programmes historiques et battent des records. La radio au

papillon peut compter sur ses talks installés depuis plusieurs années que ce soit avec Benjamin Maréchal (de 8 à 11 h) et « On n'est pas des pigeons » (de 11 à 13 h). L'opération « Viva For Life » ainsi que la diffusion en télévision, sur La Une, du « 8/9 » et de « C'est vous qui le dites » accentuent sa popularité.

RTL n'avait par contre pas vu venir le rebond de Nostalgie. En rajeunissant sa playlist, la station rafle deux records historiques. Elle n'a jamais été écoutée aussi longtemps chaque jour (plus de trois heures) et par autant de gens (471.000 auditeurs). ■

MAXIME BIERMÉ

TOP ET FLOP

Nostalgie qui rit, La Première qui pleure

Trois fois par an, les radios belges reçoivent leur bulletin. Le CIM a sondé près de 4.000 personnes sur leur consommation entre la rentrée scolaire et Noël.

Les gagnants Le champagne a coulé du côté de Nostalgie. Elle se positionne dans le trio de tête en passant d'un poil devant Bel RTL. « *Nous accueillons ces résultats avec beaucoup d'enthousiasme, commente Frédéric Herbays, Brand Manager. Ils représentent le fruit de la stratégie optimiste et constructive que nous développons pour nos auditeurs.* »

Nostalgie est la radio qui progresse le plus dans le paysage radiophonique belge francophone sur l'année 2016. VivaCité achève l'année au plus haut avec 14,9 % de parts de marché (pdm). Il s'agit de la deuxième meilleure audience de son histoire.

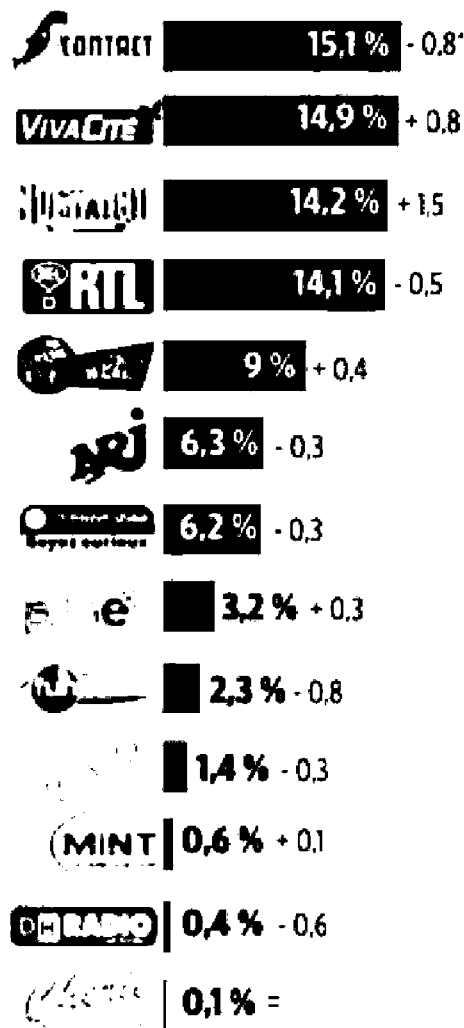
Les perdants La Première signe sa pire audience historique avec 6,2 % de pdm en moyenne pour 2016. Une nouvelle grille est attendue pour le printemps. C'est aussi compliqué pour NRJ. Leader sur sa cible des 12-35 ans, elle voit sa pdm s'éroder de vague en vague. « *Nous constatons un rééquilibrage de notre durée d'écoute pour revenir à un niveau normal pour NRJ, ce qui était prévisible* », analyse

Nicolas Fadeur, Brand Manager.

À l'exception de Nostalgie, c'est globalement difficile pour les radios musicales. Pure (qui a perdu le « FM » dans son nom depuis le début de l'année) progresse par rapport à la dernière vague, mais elle a perdu 16 % de son auditoire en 2016. C'est pire pour Fun Radio. Tous les signaux sont au rouge. Quant à Classic 21, la rentrée lui a réussi mais pas l'année 2016. Alors qu'elle frôlait les 10 % de parts de marché en 2015, elle pointe désormais à 8,8 %. La musique classique n'a pas plus la cote. Musiq'3 n'est plus écoutée que par 73.000 personnes chaque jour.

M.BMÉ

Nostalgie en forte progression



* points par rapport à la vague précédente

LE SOIR - 10.02.17