

CIM RADIO

VivaCité reprend la première place

Les chiffres sont à prendre avec un certain recul. Mais, avec 14,59 % de parts de marché, VivaCité s'impose en tant que numéro un des radios belges francophones, selon la première vague du CIM pour 2017, publiée mercredi. Radio Contact et Bel RTL complètent le trio de tête, enregistrant respectivement 13,64 % (-1,7 %) et 12,80 % (-1,9 %) de parts de marché.

VivaCité fait ainsi un bond de deux places dans le classement par rapport à la même période en 2016 (+0,2 %). Nostalgie (11,42 %) conserve sa position de 4^e au classement, comme lors de la première vague d'audiences de l'an dernier (11,96 %, -0,5 %), tout comme Classic 21 sa cinquième place, avec 10,11 % de parts de marché (+1,4 %).

Derrière, on retrouve La Première (7,7 %, +1,9 %), NRJ (5,02 %, -1,97 %), Pure FM (3,36 %, +0,3 %), Fun Radio (2,58 %, +0,2 %), Musiq 3 (2,39 %, +0,6 %), DH Radio (1,36 %, +0,8 %), Mint (1 %, +0,5 %) et Chérie FM (0,12 %, +0,11 %).

Ces résultats couvrent le premier trimestre de 2017. « Les cinq radios de la RTBF débutent l'année sur les chapeaux de roue, se réjouit la RTBF, qui ajoute que les auditeurs sont toujours plus nombreux (+4 %

chaque semaine). Pour ce premier tiers de l'année, le groupe RTBF affiche un record historique avec une part de marché de 38,2 %.

Plus de 925000 auditeurs

VivaCité, numéro un des radios francophones en termes de parts de marché, rassemble chaque semaine 923 730 auditeurs. Quant à La Première, qui enregistre une belle progression du nombre d'auditeurs par rapport au troisième trimestre de 2016 (+7,7 %), le résultat est « encourageant » et montre « l'importance d'une radio d'information, de débat et de culture dans le portefeuille de la RTBF ».

RTL Belgium souligne de son côté la performance de Radio Contact en termes d'écoute, puisque la radio rassemble « plus d'un million d'auditeurs en Communauté française ». Plus d'un jeune francophone sur cinq écoute cette station, ce qui représente 22,7 % de parts de marché sur les 12-34 ans. Le groupe impute également les résultats en baisse pour Bel RTL en partie aux « nombreux changements survenus en septembre dernier ». En effet, « l'ensemble des programmes de la grille ont été modifiés. [...] Pour un média ancré dans les habitudes, le recrutement d'auditeurs demande inévitablement du temps ».

Mise en garde

Le directeur des radios Eric Adelbrecht se permet de mettre en garde la Fédération Wallonie-Bruxelles, qui planche actuellement sur le renouvellement du Plan fréquence et du Contrat de gestion de la RTBF. « Face à l'évolution des radios publiques et à l'importance de leurs moyens, les radios commerciales ne peuvent faire face aux nouvelles obligations envisagées actuellement par le gouvernement », commente-t-il. Celles-ci « reviendraient à menacer purement et simplement la viabilité d'initiatives radiophoniques privées en Communauté française ».

Nostalgie « se maintient à un très bon niveau, captant 460 300 auditeurs chaque jour, [...] et avait connu une augmentation spectaculaire lors de la dernière vague », pointe le groupe Nostalgie, NRJ, Chérie FM. La direction s'étonne du gros recul enregistré du côté de la durée d'écoute – 32 minutes en moins entre les deux vagues – alors que les programmes n'ont pas changé.

Le recul d'NRJ est relativisé par une audience semaine en hausse de 59 470 auditeurs. Quant à Chérie FM, elle augmente sa durée d'écoute de 21 minutes et « poursuit son recrutement sur le digital en attendant une place dans le prochain plan de fréquences FM. » ■