

L'évolution des audiences radio en dix ans

Radio Nouvelle méthode pour l'étude CIM, l'occasion d'étudier la santé du média.

Depuis janvier 2018, l'étude CIM Radio connaît de nouveaux changements importants dans sa méthodologie. Toujours basée sur les carnets d'écoute, l'étude des audiences sera publiée six fois par an. Ce qui rendra les prochains résultats, attendus en juin, difficilement comparables avec les précédents.

La RTBF profite de cette évolution pour rappeler que chaque changement de méthodologie a impacté les résultats d'audiences de ses radios. L'occasion pour Francis Goffin, directeur général des radios du service public jusqu'au 21 avril, de présenter une rétrospective et un bilan des évolutions annuelles des audiences en Belgique francophone durant la période stable 2007-2017.

Consommation digitale

Au cours de cette période, la part d'audience de la RTBF a progressé de 33 %, atteignant son sommet historique en 2017. Par ailleurs, il est intéressant de noter que la durée d'écoute de la radio par l'ensemble de la population a diminué de 1,3 % et que les auditeurs vieillissent. Pas de raison de s'inquiéter selon Francis Goffin, qui annonce que 84 % de la population écoute la radio chaque semaine, 55 % une ou plusieurs radios de la RTBF.

Une autre évolution significative ces 10 dernières années concerne les audiences digitales des chaînes. Les sites de VivaCité et de Classic 21 sont largement leaders. La Première est, elle, la radio la plus écoutée sur Internet.

Une convergence bénéfique

“Le concept de radio-télévision initié par la RTBF depuis septembre 2015 avec la matinale de VivaCité sur La Une montre des résultats exceptionnels”, annonce le direc-

teur. Sur le créneau 6-11 h, La Une et VivaCité sont devenues n°1 en part d'audience, confirmant la force de cette convergence. *“Le consommateur apprécie l'expérience multiplateforme et cette déclinaison de supports”,* ajoute-t-il.

Notons également que Tarmac, le média hip-hop de la RTBF lancé en juin 2017, n'est pas étudié par le CIM. *“Il s'agit d'un laboratoire, nous déciderons quand l'intégrer aux études. Et l'arrivée de Check a l'avantage d'offrir un point de repère”,* estime Francis Goffin.

Les nouveaux supports radio

Enfin, on observe que l'autoradio est la première plateforme d'écoute depuis 2014 et que la plus forte progression se trouve du côté des terminaux mobiles (smartphone et tablette). *“La radio traditionnelle linéaire est en érosion mais le média se porte bien”,* conclut le présentateur du jour.

Un média en transition, tout comme l'étude de ses audiences.

L.L.