

ENTRETIEN

Yves Malbrancke

Directeur de l'agence MY Conseils
décrypte la dernière enquête de
Médiamétrie.



Les chiffres de l'audience radio (pour la période sept- oct.) sont tombés le 20 novembre dernier. Ils révèlent une baisse générale de l'écoute radio et une revanche des radios généralistes sur les musicales. Pour décrypter ce bilan de rentrée des radios, nous avons fait appel à Yves Malbrancke, qui connaît bien les médias. Il a débuté sa carrière en tant qu'animateur sur RMC en 1988 avant de rejoindre Sud Radio puis Radio France. Durant son parcours, il occupera des postes à responsabilités sur M6, Radio Caraïbes International et NRJ Group. Depuis peu, il est à la tête de MY Conseils*, une agence spécialisée dans le conseil médias et dans l'expression orale. Cette nouvelle structure aide les radios et télévisions dans leurs programmes (émissions, musique, training animateur) et elle est spécialisée dans le coaching des managers et chefs d'entreprise afin d'optimiser leur communication orale.

MY Conseils

* www.myconseils.fr

YVES MALBRANCKE

« Aujourd'hui, le danger ne vient plus des musicales »

Coulissismédias : Les résultats d'audience Médiamétrie ont été publiés jeudi dernier. D'une façon générale, que vous inspirent-ils ?

Yves Malbrancke : Même si l'audience globale de la radio a un peu baissé, le média se porte bien avec toujours plus de 8 personnes sur 10 qui l'écoutent chaque jour. Les deux surprises de ce sondage sont la belle progression d'Europe 1 (que tout le monde donnait « perdante ») et la chute du groupe d'NRJ, (toutes les radios du groupe chutent, tant en AC qu'en PDA). Ce qui m'inquiète le plus, c'est la forte baisse des radios musicales. Tout laisse à penser que ce n'est que le début et les différents

l'aspect « nouveauté » a certainement attiré beaucoup d'auditeurs. Il faut maintenant voir si la station va réussir à les fidéliser. Alexandre Bompard est retourné aux « fondamentaux » de la radio et a embauché des stars. Il vient d'annoncer quelques changements sur l'antenne dans les semaines à venir. Il maintient donc la pression et se trouve aujourd'hui dans une dynamique très positive. Une chose est sûre : le groupe Lagardère a les moyens (de communiquer, d'embaucher des noms, etc...).

Coulissismédias : Est-ce l'arrivée des stars télé qui lui a permis de gagner des points ?

« Une nouvelle grille avec Marc-Olivier Fogiel, Michel Drucker et Marie Drucker, ça fait du bruit ! »

groupes de radios auront beaucoup à faire dans les mois à venir pour stopper l'hémorragie.

Coulissismédias : Sans surprise, RTL est toujours première radio de France mais... en léger recul. A-t-elle quelque chose à craindre ?

Il est important de préciser LEGER recul, la perte de 0.3 points n'est pas alarmante pour l'instant et RTL a les moyens de se reprendre. La Radio est parfaitement consciente qu'elle ne fera plus jamais des sondages à 18%, elle sait aussi que sa position de leader n'est pas définitivement acquise. Il est donc très important de bien regarder dans le rétroviseur. Inter est à 2 points du leader et Europe 1 va se donner tous les moyens nécessaires pour continuer son ascension. Aujourd'hui, le danger ne vient plus des musicales et encore moins de NRJ qui ne pourra pas redevenir N°1 mais des généralistes...

Coulissismédias : Le dernier sondage Médiamétrie révèle les signes d'une nouvelle croissance pour Europe 1. Cette station va mieux... Est-ce que l'on peut déjà dire qu'Alexandre Bompard, nouveau président de la station est en train de réussir son pari ?

Il est beaucoup trop tôt pour pouvoir avancer ce genre de chose. Europe1 a débuté la saison avec une très grosse campagne de pub. De plus,

Entre les campagnes 4 par 3 annonçant leur venue sur la station et tous les sujets traités dans la presse, l'auditeur est forcément attiré. L'effet curiosité a donc bien fonctionné, mais comme je le disais, il faut maintenant savoir si les auditeurs vont rester. Que l'on aime ou non Fogiel, il a amené son style et la nouvelle matinale d'Europe n'a rien à voir avec celle de la saison passée. Le retour de Drucker est le deuxième gros changement de la radio. Europe a donc démarré l'année avec un 7h-11h totalement neuf (et tout le monde sait que le plus important pour une radio, c'est la matinale...). Saluons aussi la nouvelle émission de Pradel (« café crime »), qui n'est pas sans nous rappeler les émissions de Pierre Bellemare et qui démarre très bien. Europe 1 a donc amené un nouveau ton, de nouveaux animateurs et de nouvelles émissions !

Coulissismédias : Marc-Olivier Fogiel attendait sûrement les résultats avec impatience. Il permet à Europe 1 d'enregistrer une très belle progression le matin. Le pic arrive vers 8h35 avec la prestation de Nicolas Canteloup sur l'antenne...

C'est en effet un beau score pour un « prime-time » radiophonique. Vous faites bien de saluer la performance de Nicolas Canteloup qui permet à cette matinale de terminer sur un excellent score. Là aussi,

YVES MALBRANCKE

« La promesse Hit music only ne fait plus rêver »

Europe 1 a su communiquer : Nicolas Canteloup est hospitalisé suite à une chute de cheval, Europe décroche une double page dans Paris Match (!) avec Canteloup en train de faire sa chronique depuis son lit d'hôpital, entouré de médecins et infirmières. Ca donne envie d'aller écouter....

Coulissémédias : Du côté des radios musicales : NRJ, ex-numéro 1 voit encore son audience s'éroder. De quoi souffre la première radio musicale de France et quels changements semblent indispensables pour qu'elle se réconcilie avec les auditeurs ?

NRJ a décidé depuis 2 mois de supprimer ses golds et d'être le plus réactif possible sur les nouveautés. Il faut attendre encore un peu pour savoir si cette politique sera payante. Indépendamment de la musique, la radio doit proposer une vraie valeur ajoutée. Quelle est celle d'NRJ aujourd'hui ? Les auditeurs d'NRJ se reconnaissent ils dans ce qui se dit à la radio ? Ont-ils le sentiment d'appartenir à une communauté ? Y a-t-il des émissions phares ? Des services ? Des infos de proximité ? Des bons plans ? Une présence soutenue en local ? Malheureusement, NRJ n'est plus à la « Mode ». Aujourd'hui, les jeunes préfèrent MSN, Facebook ou d'autres marques dans leur univers. Il n'y a donc plus d'affect pour cette marque et il est extrêmement difficile pour elle de se repositionner. La promesse « Hit music only » ne fait

plus rêver. Tous les hits sont disponibles « on-demand », quel est aujourd'hui l'intérêt d'attendre leur passage à la radio ?

Coulissémédias : Un mot sur le nouveau « 6-9 » qui reste 1^{er} morning de France ?

Je ne l'ai pas assez écouté pour porter un jugement...

Coulissémédias : En revanche tout va bien pour SKYROCK qui gagne 0,5 point en un an et qui enregistre 7,6% d'audience...

sur cette vague de sondages. Pour Sam Zniber, directeur des programmes, « ces premiers chiffres sont prometteurs »...

Comme je le disais, le groupe Lagardère a les moyens de se payer des têtes d'affiche et il ne s'en prive pas ! En débauchant un animateur de TF1 et l'animateur du premier morning de France, VIRGIN RADIO a envoyé un signal très fort. Une couleur musicale très claire, et un contenu éditorial assez riche. Contrairement à certains autres, VIRGIN RADIO n'est pas qu'un « robinet à musique » et ça paie....

Merci Yves Malbrancke d'avoir été notre invité pour commenter tous ces chiffres. On vous retrouvera très bientôt sur notre site.

	RADIOS	NOMBRE D'AUDITEURS / JOUR
1	RTL	6 271 290
2	NRJ	5 346 020
3	FRANCE INTER	5 243 210
4	EUROPE 1	4 883 380
5	FRANCE INFO	4 780 570
6	SKYROCK	3 906 700
7	NOSTALGIE	3 649 680
8	FUN RADIO	3 495 470
9	FRANCE BLEU	3 187 050
10	RMC VIRGIN RADIO	3 032 836
11	RTL 2	2 570 200
12	RFM CHERIE FM	2 261 780
13	RIRE & CHANSONS	1 747 740

Enquête réalisée du 1^{er} septembre au 2 novembre 2008 auprès de 30 038 personnes âgées de 13 ans et plus – Source : Médiamétrie.

Il y a un an, les sondages étaient très mauvais pour Skyrock à 7.1 d'AC, ils avaient perdu 0.7 points par rapport à l'année précédente. Je considère donc que ce score de 7.6 est un retour à la normale.

Par contre, la radio a mis en place une politique éditoriale depuis plusieurs années et sait s'y tenir. De plus elle a amorcé le virage du web avec succès...

Coulissémédias : En choisissant de débaucher Cauet, Bruno Guillon et Camille Combal, VIRGIN RADIO se distingue avec une belle progression

Vos commentaires sur les audiences radio : rendez-vous dans le forum de coulissémédias.

Propos recueillis par Mickaël ROIX
Photo : D.R