

ENTRETIEN

Yves Malbrancke

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



RTL toujours devant...

La dernière vague Médiamétrie sur les audiences radio vient de tomber.

Le sondage porte sur la période janvier à mars 2009. L'ensemble des résultats donne déjà un aperçu sur la saison radio.

Qui sont les gagnantes ? les perdantes ?
Coulisses médias fait le point avec l'analyse de son consultant **Yves Malbrancke**.

Comme à chaque fois, les résultats radio tombent et comme à chaque fois, tout le monde est content !

Vous, lecteurs de Coulissés médias, vous avez peut être un peu de mal à vous y retrouver....

Comme pour toutes les compétitions, il y a des gagnants et des perdants. Il est vrai cependant qu'il est toujours difficile de savoir réellement qui ment et qui a raison....

Il n'y a d'ailleurs pas de mensonge, il y a juste des interprétations. Rque les radios sont pour la plupart dans une logique commerciale pour exister et doivent donc - surtout en contexte de crise - positiver sur leurs résultats.

Pour rappel, Médiamétrie communique sur trois critères : L'Audience Cumulée, La Durée d'écoute par Auditeur et La Part D'Audience .

En plus de ces 3 critères, les chiffres sont comparés à la vague précédente et à la vague de l'année passée (à la même période)

A partir de là, il suffit de trouver la bonne combinaison pour dire qu'on est content !

En général, on compare l'AC avec la vague N-1 mais si le résultat ne convient pas, on peut aussi comparer l'AC avec la vague précédente ou mettre l'accent sur une augmentation de la durée d'écoute, ou de la PDA, etc.....

On peut aussi rentrer dans le détail en communiquant sur une tranche bien précise....

Donc, à chaque résultat, tout le monde a des raisons d'être satisfait !

Afin de faire le tri dans toutes ces infos, MY Conseil a décidé de vous commenter les résultats radio uniquement sur l'Audience Cumulée en les

comparant à la vague Janvier / Mars 2008 :

Record historique pour RMC

Incontestablement, le grand gagnant est RMC avec 0.7 points raflés en 1 an et tout laisse à penser que ce n'est pas fini. Signalons quand même que RMC a bénéficié dernièrement de fréquences supplémentaires

Suivent 3 autres radios généralistes, France Bleu, France Inter et Europe 1.

La nouvelle politique mise en place par la direction de France Bleu semble payer. Une meilleure homogénéité dans les différents programmes et dans la musique permettent aux 41 radios du réseau de gagner 0.4 points.

France Inter gagne autant d'auditeurs, ce qui permet à Jean-Paul Cluzel de quitter ses fonctions sur un bilan très positif. Notons aussi les bonnes performances de Stéphane Guillon qui contribue à l'augmentation de l'audience de la matinale.

Avec 0.3 points de plus, Europe 1 confirme sa progression et le « prime time » de Marc-Olivier Fogiel semble avoir trouvé ses marques...

Il y a ensuite les radios « qui ne bougent pas » ou peu : RTL2, Le GIE, Rires et Chansons, Chérie Fm, MFM, Fun Radio, sont relativement stables ou dans « la marge d'erreur par rapport à l'an passé ».

En tête : RTL et... le GIE !

A noter quand même, la très bonne performance du GIE. On a parfois tendance à l'oublier, mais ce groupement de 118 stations réalise 14.8 points en audience cumulée, ce qui le place tout simplement...N°1 !

RTL cède 0.3 points sur cette vague, c'est la seule généraliste qui recule mais elle

reste quand même première radio de France avec 1.7 point d'avance sur le second ! RFM, Nostalgie et NRJ perdent du terrain : rien de surprenant, les musicales n'ont plus le vent en poupe depuis plusieurs vagues. Si les auditeurs de Nostalgie sont assidus (très bonne durée d'écoute), ils sont moins nombreux à se caler sur la fréquence. Il va donc falloir communiquer pour inciter les auditeurs à (re)venir !....

NRJ, quant à elle, rencontre de réelles difficultés sur sa libre-antenne.

Skyrock est un peu « défavorisée » car la comparaison se fait sur une vague exceptionnelle... J'ai tendance à penser que la radio retrouve sa bonne place. Notons qu'elle est toujours inimitable sur la libre-antenne, et n'oublions pas non plus qu'elle reste la deuxième musicale de France !

Enfin Virgin Radio accuse une énorme chute (-1.3). Cauet ne réalise pas de bons scores et l'audience de la matinale reste primordiale (60% des auditeurs qui vont écouter ta radio l'après midi sont des matinaliers !...)

Il devient vraiment urgent que cette radio rencontre son public....

Les généralistes, grandes gagnantes de la saison ?

Hormis RTL qui souffre un peu sur cette vague, ces sondages mettent encore en évidence la bonne santé des généralistes et le malaise des musicales

Reste à savoir maintenant si ces dernières sauront stopper « l'hémorragie ». Je pense que oui. Elles ne retrouveront plus leurs scores d'avant mais devraient arriver à se stabiliser. Dans un contexte où les Français n'ont jamais été aussi

High-Tech et branchés Web, le caractère « humain » et la proximité sont primordiaux. Certaines radios ont compris l'importance de cette proximité et de la valeur ajoutée, le groupe NRJ y travaille assidument et ce n'est pas le seul... Quand on voit les résultats des radios de proximité et de contenus telles que France Bleu ou le GIE, on se dit forcément qu'il y a un modèle à suivre...

Yves Malbrancke

Yves Malbrancke